

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KINERJA
KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
KOPERASI PONDOK PESANTREN MAMBA'UL
MUBBASYIRIN SHIDDIQIYYAH
BOJONEGORO**

TESIS
**Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Magister
Program Studi Pendidikan Ekonomi**



Oleh:

**DWI AGUNG
NIM. S991208006**

**PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

2014

commit to user

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KINERJA
KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
KOPERASI PONDOK PESANTREN MAMBA'UL
MUBBASYIRIN SHIDDIQIYAH
BOJONEGORO**

TESIS

Oleh:
Dwi Agung
NIM. S991208006



Komisi
Pembimbing

Nama

Tanda Tangan

Tanggal

Pembimbing I

Prof. Dr. Trisno Martono
NIP. 19510331 197603 1 003

20-6-14

Pembimbing II

Dr. Bandi, M.Si, Akt
NIP. 19641120 199103 1 002

29-04-14

Telah dinyatakan memenuhi syarat
Pada tanggal 20 - Juni 2014

Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi
Program Pasca sarjana UNS

Prof. Dr. Trisno Martono
NIP. 19510331 197603 1 003

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KINERJA KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH KOPERASI PONDOK
PESANTREN MAMBA'UL MUBBASYIRIN
SHIDDIQIYAH BOJONEGORO**

TESIS

Oleh
DWI AGUNG
S991208006

Tim Penguji

Jabatan	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua	Prof. Dr. Sutarno J. M. Pd. NIP. 19480713 197304 1 001		16 Juli 2014
Sekretaris	Dr. Hery Sawiji, M. Pd. NIP. 19610518 198903 1 001		16 Juli 2014
Anggota Penguji	1. Prof. Dr. Trisno Martono NIP. 19510331 197603 1 003		16 Juli 2014
	2. Dr. Bandi, M.Si, Ak. NIP. 19641120 199103 1 002		16 Juli 2014

**Telah dipertahankan di depan penguji
Dinyatakan telah memenuhi syarat
Pada tanggal 3 Juli 2014**



Dekan FKIP
Universitas Sebelas Maret

Prof. Dr. H. M. Furqon Hidayatullah, M.Pd.
NIP. 19600727 198702 1 001

Ketua Program Studi
Magister Pendidikan Ekonomi

Prof. Dr. Trisno Martono
NIP. 19510331 197603 1 003

ABSTRAK

DWI AGUNG. NIM: S991208006. 2014. ***Pengaruh Kualitas Layanan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro***. TESIS. Pembimbing I: Prof. Dr. Trisno Martono, II: Dr. Bandi, M.Si, Akt. Program Studi Magister Pendidikan Ekonomi, Program Pascasarjana, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

Tujuan dalam penelitian ini adalah: 1) Mengetahui pengaruh kualitas layanan, terhadap kepuasan nasabah koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro, 2) Mengetahui pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro, dan 3) Mengetahui pengaruh Kualitas Layanan dan Kinerja Karyawan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

Metode penelitian yang digunakan adalah *ex post facto* dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro yang berjumlah 400 orang. Sampel penelitian berjumlah 186 orang, yang ditentukan dengan menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* yaitu dengan cara undian. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi (pengamatan) dan kuesioner (angket). Data dianalisis menggunakan analisis regresi berganda.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian ini adalah: 1) Kualitas layanan secara individual berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro. Hal ini ditunjukkan dengan hasil penelitian $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,903 > 1,65$ dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0,000, dan nilai signifikansi (p) < 0,05, maka H_1 diterima, 2) Kinerja karyawan secara individual berpengaruh terhadap kepuasan nasabah koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro. Hal ini ditunjukkan dengan hasil penelitian $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,758 > 1,65$) dengan $p < 0,05$, maka H_2 diterima, 3) Kualitas layanan dan kinerja karyawan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro. Hal ini ditunjukkan dengan hasil penelitian $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $89,656 > 2,65$, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dan kinerja karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis ketiga (H_3) dinyatakan diterima.

Kata kunci: kualitas layanan, kinerja karyawan, kepuasan nasabah

ABSTRACT

Dwi Agung, S991208006. 2014. ***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND PERFORMANCE OF EMPLOYEES ON THE SATISFACTION OF CUSTOMERS OF THE COOPERATIVE OF MAMBA'UL MUBBASYIRIN SHIDDIQIYYAH BOARDING SCHOOL OF BOJONEGORO***. Thesis: Principal Advisor: I Prof. Dr. Trisno Martono, Co-advisor: Dr. Bandi, M.Si, Akt. The Graduate Program in Economics Education, Sebelas Maret University, Surakarta, July 2014.

The objectives of this research are to investigate: (1) the effect of service quality on the satisfaction of customers of the cooperative of Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyyah Boarding School of Bojonegoro; (2) the effect of performance of employees on the satisfaction of customers of the cooperative of Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyyah Boarding School of Bojonegoro; and (3) the simultaneous effect of service quality and performance of employees on the satisfaction of customers of the cooperative of Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyyah Boarding School of Bojonegoro.

This research used the descriptive quantitative method with the ex post facto design. The population of the research was customers as many as 400 of the cooperative of Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyyah Boarding School of Bojonegoro. The samples of the research consisted of 186, and they were taken by means of proportionate stratified random sampling technique through lottery. The data of the research were gathered through observation and questionnaire. They were analyzed by using the multiple regression analysis.

The results of the research are as follows: 1) The service quality individually has an effect on the satisfaction of customers of the cooperative of Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyyah Boarding School of Bojonegoro as indicated by the value of $t_{count} = 6.903 >$ that of $t_{table} = 1.65$ with the significance value $p = 0.000$ which is smaller than 0.05, meaning that H_1 is verified. 2) The performance of employees individually has an effect on the satisfaction of customers of the cooperative of Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyyah Boarding School of Bojonegoro as signified by the value of $t_{count} = 10.758 >$ that of $t_{table} = 1.65$ with the value of $p = 0.000$ which is smaller than 0.05, meaning that H_2 is verified. 3) The service quality and the performance of employees have a simultaneous effect the satisfaction of customers of the cooperative of Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyyah Boarding School of Bojonegoro as shown by the value of $F_{count} = 89.656 >$ that of $F_{table} = 2.65$, meaning that H_3 is verified. . Thus, there is a significant effect between the service quality and the performance of employees on the satisfaction of customers,

Keywords: *Service quality, performance of employees, and satisfaction of customers*

PERNYATAAN

Nama : Dwi Agung

NIM : S991208006

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa tesis berjudul: *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah Koppontren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro* adalah betul-betul karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam tesis tersebut diberi tanda *citasi* dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan tesis dan gelar yang saya peroleh dari tesis tersebut.

Surakarta, 3 Juli 2014

Yang membuat pernyataan



Dwi Agung

MOTTO

*Keimanan tanpa kemanusiaan adalah lumpuh
Kemanusiaan tanpa keimanan adalah fatamorgana
Manunggalnya keimanan dan kemanusiaan adalah sempurna*



*Sebaik-baik manusia adalah manusia yang bermanfaat sesama
manusia
(Al-Hadits)*

KATA PENGANTAR

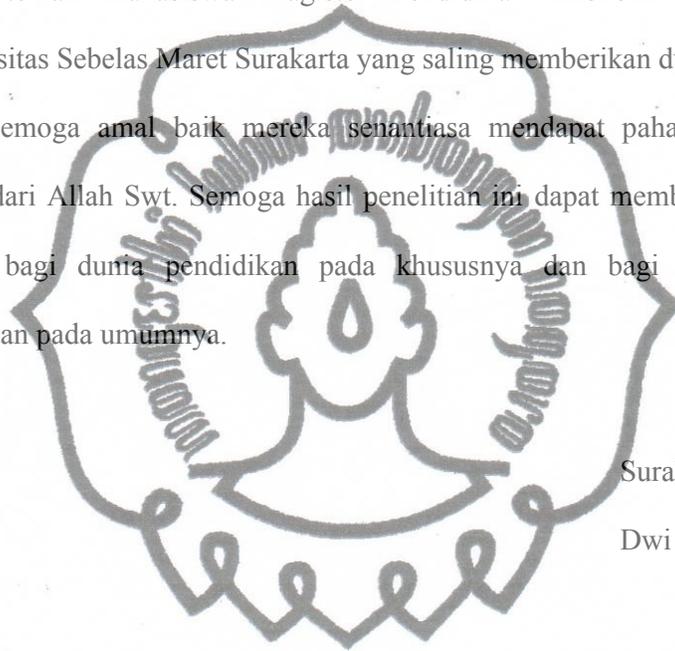
Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah Swt karena hanya berkat rahmat dan karuniaNya, penulisan tesis ini dapat terselesaikan dengan lancar.

Penyelesaian tesis ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, nasihat dan motivasi dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih dan penghargaan yang tinggi kepada semua pihak dan khususnya kepada:

1. Rektor dan Direktur Program Pascasarjana beserta staf yang telah memberikan izin untuk mengikuti studi di Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Ketua, sekretaris dan para dosen program studi Magister Pendidikan Ekonomi yang telah memberikan bekal ilmu.
3. Prof. Dr. Trisno Martono, selaku dosen pembimbing atas segala jerih payah dan kerelaannya dalam membimbing, memotivasi, mengarahkan, memberi dukungan semangat dan segala bantuan beliau yang sangat bermanfaat dalam proses penyusunan tesis ini.
4. Dr. Bandi, M.Si, Akt., selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan dan dorongan kepada penulis sehingga tesis ini dapat terselesaikan.
5. Kepala SMA Negeri 1 Bojonegoro yang telah mengizinkan penulis untuk menempuh pendidikan di Program Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta.

6. Pengurus, pengawas dan anggota Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro yang telah memberikan kesempatan dan kerjasama dengan baik dengan memberikan data yang diperlukan dalam penelitian.
7. Teman-teman mahasiswa Magister Pendidikan Ekonomi Angkatan VII Universitas Sebelas Maret Surakarta yang saling memberikan dukungan moral.

Semoga amal baik mereka senantiasa mendapat pahala dan balasan setimpal dari Allah Swt. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan sebesar-besarnya bagi dunia pendidikan pada khususnya dan bagi khasanah ilmu pengetahuan pada umumnya.



Surakarta, Juli 2014

Dwi Agung

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	
LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
PERNYATAAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	6
C. Pembatasan Masalah	6
D. Rumusan Masalah	6
E. Tujuan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Kajian Teori	9
1. Koperasi	9
a. Pengertian Koperasi	9
b. Jenis-jenis Koperasi	11
c. Perangkat Organisasi Koperasi	12
d. Landasan Koperasi	14
e. Fungsi dan Peran Koperasi	14
f. Prinsip-Prinsip Koperasi	17
g. Manajemen UMKM	18

2. Kualitas Layanan (<i>Service Excellence</i>)	20
3. Kinerja Karyawan.....	26
a. Pengertian Kinerja.....	26
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan ...	30
c. Tujuan Penilaian Kinerja	31
d. Manfaat Penilaian Kinerja	32
4. Kepuasan Nasabah	34
a. Pengertian Kepuasan Nasabah	34
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah....	39
c. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah	42
d. Dimensi Kepuasan Nasabah	44
B. Tinjauan Penelitian Terdahulu	46
C. Kerangka Pikir	51
1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah	51
2. Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah....	52
3. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kinerja Karyawan Secara Bersama-Sama terhadap Kepuasan Nasabah	53
D. Hipotesis Penelitian.....	54
BAB III METODE PENELITIAN	56
A. Tempat dan Waktu Penelitian	56
B. Jenis Penelitian.....	56
C. Populasi dan Sampel	56
D. Variabel Penelitian	60
E. Definisi Operasional.....	60
F. Teknik Pengumpulan Data	61
1. Data Primer	61
2. Data Sekunder	62
G. Instrumen Penelitian.....	63
H. Uji Coba Instrumen	63
1. Uji Validitas	64
2. Uji Reliabilitas.....	65

I. Teknik Analisis Data	66
1. Analisis Regresi Berganda	66
2. Uji Prasyarat Analisis	67
a. Uji Normalitas.....	67
b. Uji Multikolinieritas	68
c. Uji Heteroskedastisitas	69
3. Pengujian Hipotesis	70
4. Uji signifikansi parameter individual (uji t).....	71
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	72
A. Deskripsi Data Penelitian	72
1. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan.....	72
2. Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Karyawan	73
3. Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Nasabah	74
B. Analisis Data.....	75
1. Uji Prasyarat Analisis	75
a. Uji Multikolinieritas	76
b. Uji Heteroskedastisitas	76
c. Uji Normalitas.....	77
2. Hasil Analisis Data	78
a. Analisis Regresi Berganda.....	78
b. Uji Parameter Individual (Uji t).....	80
c. Uji F (Pengaruh secara simultan).....	82
d. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	83
C. Pembahasan	83
1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	83
2. Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah....	86
3. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah.....	87
D. Keterbatasan.....	90
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, IMPLEMENTASI DAN SARAN-SARAN	91

A. Kesimpulan	91
B. Implikasi	92
C. Implementasi.....	92
D. Saran-saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	100



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data kredit macet koperasi.....	5
Tabel 3.1 Data populasi nasabah koperasi	57
Tabel 3.2 Data anggota berdasarkan pekerjaan	58
Tabel 3.3 Data populasi dan sampel penelitian.....	59
Tabel 3.4 Kedudukan variabel instrumen setelah uji coba.....	65
Tabel 4.1 Tabulasi tanggapan responden terhadap kualitas layanan	73
Tabel 4.2 Tabulasi tanggapan responden terhadap kinerja karyawan.....	74
Tabel 4.3 Tabulasi tanggapan responden terhadap kepuasan nasabah	75
Tabel 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas	77
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas.....	78
Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Berganda.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Daftar populasi	100
Lampiran 2. Daftar sampel	107
Lampiran 3. Kisi-kisi penyusunan instrumen penelitian	111
Lampiran 4. Kuesioner uji coba instrumen	112
Lampiran 5. Data hasil pengujian instrumen	117
Lampiran 6. Hasil perhitungan validitas dan reliabilitas instrumen.....	119
Lampiran 7. Kuesioner penelitian	125
Lampiran 8. Data hasil penelitian.....	129
Lampiran 9. Contoh pengisian kuesioner penelitian.....	137
Lampiran 10. Surat izin penelitian	144

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia yang berdasar Pancasila dan UUD 1945 harus dilaksanakan secara murni dan konsekuen. Untuk merealisasi hal tersebut perlulah bagi bangsa Indonesia menjiwai dan mengamalkan Pancasila dan UUD 1945. Sebagaimana diketahui bersama bahwa tujuan Negara Indonesia yang tercantum di dalam pembukaan UUD 1945 alenia ke empat salah satunya adalah mensejahterakan kehidupan bangsa. Untuk mencapai tujuan tersebut UUD 1945 mengamanatkan pada pasal 33 ayat 1 yaitu “Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan”. Salah satu bentuk badan usaha yang sesuai dengan hal tersebut adalah Koperasi.

Koperasi yang merupakan bentuk sebagai usaha bersama yang berdasar atas asas kekeluargaan diharapkan menjadi soko guru perekonomian bangsa. Sebagaimana diketahui bersama bahwa koperasi simpan pinjam cukup mendominasi keberadaannya di masyarakat. Koperasi tidak hanya sekedar menyalurkan kredit, tetapi juga menerima simpanan dari anggota khususnya serta masyarakat pada umumnya. Dalam penyaluran kredit kepada masyarakat diharapkan koperasi menggunakan prinsip 3 T yaitu Tepat Waktu, Tepat Jumlah, dan Tepat Sasaran, karena proses pelayanan kreditnya yang relatif cepat, persyaratan lebih mudah dan sederhana serta diupayakan mengerti akan kebutuhan nasabahnya.

Koperasi, suka atau tidak akan menghadapi persaingan yang ketat di segmen mikro dan kecil. Karena itu koperasi harus melakukan perubahan agar menjadi lebih efisien, lebih transparan, lebih mengedepankan pelayanan jika ingin tetap eksis di segmen keuangan mikro dan kecil. Kedekatan koperasi dengan masyarakat atau nasabahnya yang sering diklaim sebagai keunggulan kompetitif sudah harus lebih diperhatikan dan ditingkatkan.

Seperti sebuah perusahaan jasa pada umumnya, koperasi juga menjalani usahanya dalam melayani pelanggan/nasabah. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan/nasabah mengenai kepuasan yang dirasakan. Di era globalisasi ini, perusahaan selalu menyadari akan pentingnya faktor pelanggan. Oleh karena itu, mengukur tingkat kepuasan sangatlah perlu.

Persaingan yang semakin ketat, di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan yang menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya, iklan, maupun *public relations release*.

Semakin banyak produsen yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin beragam, akibatnya kekuatan tawar-menawar semakin besar. Hak-hak konsumen pun mulai mendapatkan perhatian yang besar, di antaranya hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik dari produsen atau penyedia produk maupun jasa. Layanan yang baik berakibat pada

commit to user

kepuasan konsumen, sehingga konsumen bersedia atau tertarik untuk melakukan transaksi kembali dengan perusahaan.

Di samping itu, manusia merupakan sumber daya paling penting dalam usaha organisasi mencapai keberhasilan. SDM ini menunjang organisasi dengan karya, bakat, kreativitas, dorongan dan kinerja. Betapa pun sempurnanya aspek teknologi dan ekonomi tanpa aspek manusia sulit kiranya tujuan-tujuan organisasi dapat tercapai.

Setiap organisasi dipengaruhi oleh perilaku organisasi yang merupakan pencerminan dari perilaku dan sikap para pelaku yang terdapat dalam organisasi tersebut demi mencapai tujuannya. Oleh karena itu, keberhasilan untuk mencapai tujuan dari suatu organisasi tergantung dari perilaku dan sikap orang-orang dalam mensinergikan berbagai sumber daya, termasuk sumber daya manusia, sumber daya alam, ilmu pengetahuan dan teknologi. Dengan perkataan lain, keberhasilan mencapai tujuan tergantung kepada keandalan, kemampuan, dan kinerja karyawan yang mengoperasikan unit-unit kerja yang terdapat dalam organisasi bersangkutan.

Perusahaan jasa terlebih pada lembaga keuangan, hendaknya benar-benar memanfaatkan layanan yang berkualitas untuk dapat unggul dalam persaingan, sebab sekarang ini banyak sekali lembaga-lembaga keuangan yang menawarkan produk dengan kualitas yang menjanjikan, sehingga konsumen sangat selektif dalam menentukan pilihan. Upaya ditekankan pada program pengembangan kualitas layanan dan kepuasan konsumen (nasabah), karena melalui dua hal inilah keunggulan bersaing dapat tercapai. Masalah konsumen merupakan indikator

bagaimana kondisi perusahaan jasa di masa yang akan datang. Satu cara terbaik mempertahankan dan menambah jumlah konsumen (nasabah) adalah menjaga serta memmanage perhatian pada konsumen yang puas. Kepuasan dapat diketahui dengan melakukan pengumpulan informasi secara sistematis tentang respon para konsumen terhadap layanan yang diberikan perusahaan.

Sementara kondisi di lapangan untuk koperasi pondok pesantren secara umum belum berkualitas. Hal ini dapat dibuktikan dari adanya 90% Koppontren di Jawa Timur tepatnya di wilayah Jember sudah dipastikan tidak aktif. Penyebabnya adalah karena sebagian besar pengurus Koppontren mendirikan koperasi untuk kepentingan sesaat yakni mendapatkan bantuan dana (hibah) saat program pemerintah berjalan. Mereka berlomba lomba untuk membuat sebuah koperasi saat program bantuan pemerintah digulirkan. Setelah mendapat dana, justru mereka membubarkan diri secara perlahan-lahan.

Begitu pula kondisi koperasi di kota Bojonegoro, berdasarkan data dari dinas koperasi dan UKM kota Bojonegoro, terdapat 72 koperasi dari 1.066 koperasi yang ada, dianggap tidak aktif karena tidak mampu melaksanakan kewajiban untuk menggelar Rapat Anggota Tahunan (RAT) hal ini merupakan indikasi bahwa kinerja pengurus dan karyawan tidak berjalan.

Di sisi lain Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro sebagai perusahaan jasa tidak mungkin menghindar dari realita persaingan industri jasa yang semakin meningkat. Dalam usahanya meningkatkan kepuasan nasabahnya sangat memperhatikan kinerja karyawannya. Jika Kinerja Karyawan koperasi dinilai baik, maka nasabah akan merasa puas, dan

jika kinerja karyawan buruk berakibat pada ketidakpuasan nasabah koperasi.

Berdasarkan pengamatan peneliti terhadap fenomena yang terjadi di Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro, selama tiga tahun terakhir (2011 – 2013), jumlah kredit macet mengalami peningkatan. Berikut ini data kredit macet di Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

Tabel 1.1 Data kredit macet koperasi

No	Tahun	Jumlah pembiayaan	Kredit macet	Persentase
1	2011	2.213.457.000	55.300.000	2,5%
2.	2012	2.590.529.500	77.700.000	3%
3	2013	3.133.912.500	94.017.000	3%

Hal ini dapat menjadi indikasi bahwa kinerja pengurus dan karyawan Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro belum maksimal.

Pengurus Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro pekerjaan utamanya adalah sebagai PNS (guru), sehingga apabila di lihat dari keseharian dan kurun waktu tertentu pengurus dalam menjalankan tugas sangat repot, tidak fokus pada pekerjaan, karena merupakan tugas sampingan. Di sisi lain karyawan Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro juga belum maksimal dalam melaksanakan tugas dan melayani anggota. Berpijak dari keadaan tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas

Layanan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah Koppontren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Sumber daya manusia di koperasi pada umumnya masih rendah
2. Koperasi pondok pesantren di Jawa Timur secara umum belum berkualitas
3. Pelayanan nasabah di koperasi pada umumnya masih kurang
4. Kinerja pengurus dan karyawan belum berjalan maksimal
5. Kredit macet yang semakin meningkat

C. Pembatasan Masalah

Permasalahan yang teridentifikasi di atas tidak memungkinkan untuk diteliti secara keseluruhan. Oleh karena itu, penelitian ini dibatasi pada pengaruh kualitas layanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah Koppontren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan data di atas, Rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro?

2. Apakah ada pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro?
3. Apakah ada pengaruh Kualitas Layanan dan Kinerja Karyawan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Pengaruh kualitas layanan, terhadap kepuasan nasabah koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.
2. Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.
3. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kinerja Karyawan secara bersama-sama terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

F. Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoretis

Penelitian dapat menambah kekayaan khasanah pengetahuan secara umum pada bidang manajemen sumber daya manusia dan secara khusus kualitas layanan, kinerja karyawan, dan kepuasan nasabah pada perusahaan jasa.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Karyawan Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kinerja karyawan guna mencapai tujuan koperasi dalam memberikan kepuasan kepada nasabah.

- b. Bagi Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam memperbaiki sistem pelayanan guna menjaga kepuasan nasabah.

- c. Bagi Pondok Pesantren

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu bahan pertimbangan dalam pengembangan koperasi di lingkungan pondok pesantren.

- d. Bagi Dinas Koperasi

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dan masukan dalam menyusun kebijakan untuk pengembangan koperasi.

- e. Bagi Universitas Sebelas Maret

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai salah satu acuan dalam pengembangan dan pemberdayaan koperasi di lingkungan UNS.

- f. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan profesional dalam mengembangkan ilmu pendidikan dan memperluas ilmu pengetahuan tentang pendidikan perkoperasian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Koperasi

a. Pengertian Koperasi

Dilihat dari asal katanya, istilah koperasi (*cooperative*) bersumber dari kata *co-operation* yang artinya kerjasama. Ada juga yang mengartikan koperasi menolong satu sama lain (*to help one another*) atau saling bergandeng tangan (*hand in han*) (Sitio dan Tamba, 2001: 13). Berikut ini beberapa pengertian koperasi.

Pada UU No. 25 tahun 1992, Koperasi dijelaskan sebagai badan usaha yang beranggotakan orang seorang atau badan hukum koperasi, dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas azas kekeluargaan (Hendar, 2010: 17). *International Cooperative Alliance* (ICA) mendefinisikan koperasi sebagai kumpulan orang-orang atau badan hukum, yang bertujuan untuk memperbaiki sosial ekonomi anggotanya dan memenuhi kebutuhan ekonomi anggota dengan saling membantu antar anggota, membatasi keuntungan, serta usaha tersebut harus didasarkan pada prinsip-prinsip koperasi (Hendar, 2010: 18).

Ropke menjelaskan, “koperasi adalah suatu organisasi bisnis yang para pemilik/anggotanya adalah juga pelanggan utama perusahaan tersebut. Kriteria identitas suatu koperasi akan merupakan dalil/prinsip identitas yang membedakan

unit usaha koperasi dari unit usaha lainnya” (Hendar, 2010: 19). Walaupun pendefinisi koperasi mengartikan dengan cara yang berbeda-beda, pada umumnya koperasi dikenal sebagai suatu bentuk badan usaha yang berbeda dengan perusahaan lainnya seperti CV, PT, BUMN, dan badan usaha lainnya. Dalil “prinsip identitas” dalam koperasi merupakan yang membedakan koperasi dengan perusahaan lain. Dalam organisasi koperasi terdapat prinsip atau norma identitas ganda, anggota disamping sebagai pemilik sah, juga sebagai pelanggan jasa koperasinya.

Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pengertian koperasi adalah organisasi ekonomi rakyat yang berwatak sosial beranggotakan orang-orang atau badan hukum koperasi yang merupakan tata susunan ekonomi sebagai usaha bersama berdasarkan atas asas kekeluargaan. Dari definisi tersebut diketahui bahwa dalam koperasi setidaknya terdapat dua unsur yang saling berkaitan satu sama lain. Unsur pertama adalah unsur ekonomi, sedangkan unsur yang kedua adalah unsur sosial. Sebagai suatu bentuk perusahaan, koperasi berusaha memperjuangkan pemenuhan kebutuhan ekonomi anggotanya secara efisien. Koperasi sebagai perkumpulan orang memiliki watak sosial. Keuntungan bukanlah tujuan utama dari koperasi dan peran anggota koperasi adalah sebagai pemilik sekaligus sebagai pelanggan koperasi.

b. Jenis-jenis Koperasi

Koperasi memiliki jenis-jenis yang berbeda, Baswir (2000: 75) mengemukakan bahwa penggolongan koperasi dikelompokkan berdasarkan kriteria dan karakteristik tertentu yakni:

1) Berdasarkan bidang usahanya

Koperasi dikelompokkan berdasarkan jenis jasa yang ditawarkan kepada pelanggannya. Berdasarkan bidang usahanya koperasi dapat digolongkan ke dalam beberapa kelompok meliputi: Koperasi konsumsi, koperasi produksi, koperasi pemasaran dan koperasi kredit.

2) Berdasarkan jenis komoditi

Koperasi dikelompokkan berdasarkan jenis barang dan jasa yang menjadi objek usahanya. Berdasarkan jenis komoditi koperasi dapat digolongkan menjadi: koperasi pertambangan, koperasi pertanian dan peternakan, koperasi industri dan kerajinan dan koperasi jasa-jasa.

3) Berdasarkan daerah kerja

Daerah kerja koperasi adalah luas sempitnya wilayah yang dijangkau oleh suatu badan usaha koperasi dalam melayani kepentingan anggotanya dan masyarakat. Berdasarkan daerah kerjanya koperasi dibedakan menjadi: koperasi primer, koperasi sekunder, koperasi tersier.

4) Berdasarkan jenis anggota

Koperasi di Indonesia pada umumnya berkelompok berdasarkan jenis anggotanya. Hal itu tidak hanya tampak pada penggolongan koperasi pada tingkat primer dan sekunder, tapi terutama sangat mencolok pada tingkat induk

koperasi. Berdasarkan jenis anggotanya dapat dikelompokkan menjadi: Koperasi karyawan (Kopkar), koperasi pedagang pasar (Koppas), Koperasi angkatan darat (Primkopad), Koperasi mahasiswa (Kopma), Koperasi pegawai republik Indonesia (KPRI), Koperasi pondok pesantren (Koppontren), Koperasi peran serta wanita (Koperwan), Koperasi pramuka (Kopram) dan lain-lain.

Objek penelitian ini adalah Koperasi Pondok Pesantren (Koppontren). Koppontren adalah koperasi yang berdiri di wilayah pondok pesantren. Menurut Rusdarti (2009: 10) Koperasi pondok pesantren merupakan koperasi yang berperan untuk mengangkat aspek sosial ekonomi pesantren dengan jalan meningkatkan taraf hidup dan menyejahterakan warganya melalui pemberian pelayanan yang diperlukan oleh para santrinya, perlu mendapat dukungan dan partisipasi para santri sebagai anggotanya.

c. Perangkat Organisasi Koperasi

Menurut UU No. 25 Th 1992, alat perlengkapan organisasi koperasi terdiri dari Rapat Anggota, Pengurus dan Pengawas. Di antara ketiga alat perlengkapan organisasi tersebut, Rapat anggota adalah pemegang kekuasaan tertinggi. Titik tolak keberadaan rapat anggota sebahai pemegang kekuasaan tertinggi adalah keberadaan lembaga ini sebagai satu-satunya lembaga formal yang mewadahi semua anggota koperasi sebagai sesama pemilik. Melalui rapat anggota inilah semua anggota koperasi akan menggunakan hak suaranya sesuai dengan prinsip “satu orang satu suara”.

Di dalam rapat, anggota koperasi menetapkan sebagai berikut.

- 1) Anggaran dasar,
- 2) Kebijakan umum dibidang organisasi, manajemen dan usaha koperasi,
- 3) Pemilihan, pengangkatan, pemberhentian pengurus dan pengawas,
- 4) Rencana kerja, rencana anggaran pendapatan dan belanja koperasi,
- 5) Pengesahan pertanggungjawaban pengurus dalam melaksanakan tugas,
- 6) Pengesahan laporan keuangan dan pembagian SHU secara adil, dan
- 7) Penggabungan, peleburan, pembagian dan pembubaran.

Pengurus adalah anggota koperasi yang memperoleh kepercayaan dari rapat anggota untuk memimpin organisasi dan usaha koperasi dalam suatu periode tertentu. Adapun tugas pengurus koperasi adalah sebagai berikut.

- 1) Mengelola koperasi dan usahanya.
- 2) Mengajukan rancangan rencana kerja serta rancangan rencana kerja anggaran pendapatan dan belanja koperasi.
- 3) Menyelenggarakan rapat anggota.
- 4) Laporan keuangan dan pertanggungjawaban pelaksanaan tugas.
- 5) Memelihara daftar buku anggota dan pengurus.

Selain menggantungkan pada upaya pengurus banyak cara lain yang dapat ditempuh untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas pengelolaan organisasi dan usaha koperasi. Di antaranya adalah dengan membentuk lembaga pengawas yang bertugas mengawasi pengurus. Sesuai dengan namanya, pengawas koperasi pada dasarnya memiliki fungsi sebagai berikut.

- 1) melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kebijaksanaan dan pengelolaan koperasi,
- 2) membuat laporan tertulis tentang hasil pengawasan (Sitio dan Tamba, 2001: 35-40).

d. Landasan Koperasi

- 1) Landasan idiil koperasi

Landasan idiil koperasi merupakan dasar landasan yang digunakan dalam usaha untuk mencapai cita-cita koperasi yaitu Pancasila.

- 2) Landasan structural dan gerak koperasi Indonesia

Landasan structural koperasi adalah tempat berpijak koperasi dalam susunan hidup masyarakat. Yaitu UUD 45 pasal 33 ayat yang berbunyi: “perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasarkan atas azas kekeluargaan”.

- 3) Landasan mental koperasi Indonesia

Landasan mental koperasi Indonesia adalah setia kawan dan kesadaran pribadi (Widiyanti, 2003: 8-9).

e. Fungsi dan Peran Koperasi

Berdasarkan UUD 1945 koperasi merupakan tulang punggung soko guru perekonomian di Indonesia, karena koperasi mengisi baik tuntutan konstitusional maupun tuntutan pembangunan dan perkembangannya. Koperasi merangkul segala aspek kehidupan yang sifatnya menyeluruh, subtansif makro dan

bukanhanya parsial mikro. Secara kuantitatif, koperasi masih tertinggal dalam pelaku ekonomi lain seperti BUMN maupun Swasta, namun secara kualitatif dampak-dampak dari pertumbuhan koperasi memiliki kontribusi lebih besar terhadap perekonomian dan pembangunan berupa dampak-dampak yang potensial memberikan kontribusi terhadap perekonomian dan pembangunan. Dalam pasal 3 UU No.25/1992, tujuan pendirian koperasi di Indonesia adalah untuk memajukan kesejahteraan anggota pada khususnya dan masyarakat pada umumnya, serta ikut membangun tatanan perekonomian nasional dalam rangka mewujudkan masyarakat yang maju, adil, dan makmur berlandaskan Pancasila dan UUD 1945.

Agar koperasi Indonesia dapat mengemban tujuan tersebut, UU No.25/1992 kemudian menggariskan fungsi dan peran yang harus diemban koperasi dalam turut membangun perekonomian Indonesia. Tujuannya agar pengembangan koperasi di Indonesia memiliki arah yang jelas. Dengan cara itu, diharapkan koperasi benar-benar mengemban misinya sebagai soko guru perekonomian nasional. Sebagaimana dikemukakan UU No.25/1992 pasal 4, fungsi dan peran koperasi Indonesia dalam garis besarnya adalah: Membangun dan mengembangkan potensi serta kemampuan ekonomi anggota khususnya dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial mereka. Potensi dan kemampuan ekonomi para anggota koperasi pada umumnya relatif kecil. Melalui koperasi, potensi dan kemampuan ekonomi yang kecil itu dihimpun sebagai satu kesatuan, sehingga memungkinkan terbentuknya sinergis. Sinergis adalah kekuatan yang lebih besar sebagai akibat dari penggabungan potensi-potensi individual, yang antara lain sebagai berikut.

- 1) Turut serta secara aktif dalam upaya mempertinggi kualitas kehidupan manusia dan masyarakat. Selain diharapkan untuk dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi para anggotanya, koperasi juga diharapkan dapat memenuhi fungsinya sebagai wadah kerjasama ekonomi yang mampu meningkatkan kualitas kehidupan manusia dan masyarakat pada umumnya. Peningkatan kualitas kehidupan ini hanya bisa dicapai bila koperasi dapat mengembangkan kemampuannya dalam membangun dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi anggota-anggotanya serta masyarakat di sekitarnya.
- 2) Memperkokoh perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional dengan koperasi sebagai soko gurunya. Dalam rangka menggalang dan memperkokoh perekonomian rakyat, koperasi harus berusaha sekuat tenaga agar memiliki kinerja usaha yang tangguh dan efisien. Sebab hanya dengan cara itulah koperasi dapat menjadikan perekonomian rakyat sebagai dasar kekuatan dan ketahanan perekonomian nasional.
- 3) Berusaha untuk mewujudkan dan mengembangkan perekonomian nasional yang merupakan usaha bersama berdasarkan asas kekeluargaan dan demokrasi ekonomi. Sebagai salah satu pelaku ekonomi dalam sistem perekonomian Indonesia, koperasi mempunyai tanggung jawab untuk mengembangkan perekonomian nasional bersama-sama dengan pelaku-pelaku ekonomi lainnya. Namun koperasi mempunyai sifat-sifat khusus yang berbeda dari bentuk-bentuk perusahaan lainnya, maka koperasi menempati kedudukan yang sangat terhormat dalam sistem perekonomian Indonesia (Sitio dan Tamba, 2001: 19-20).

f. Prinsip-Prinsip Koperasi

Prinsip koperasi adalah pedoman-pedoman utama yang menjiwai dan mendasari setiap gerak langkah usaha dan bekerjanya koperasi sebagai organisasi ekonomi dari orang-orang yang terbatas ekonominya (Sitio dan Tamba, 2001: 22).

Menurut UU No. 25 tahun 1992 prinsip-prinsip koperasi, yaitu:

- 1) Keanggotaan bersifat sukarela dan terbuka,
- 2) Pengelolaan dilakukan secara demokratis,
- 3) Pembagian Sisa Hasil Usaha dilakukan secara adil sebanding dengan besarnya jasa usaha masing-masing anggota,
- 4) Pemberian balas jasa yang terbatas terhadap modal,
- 5) Kemandirian,
- 6) Pendidikan perkoperasian, dan
- 7) kerjasama antar koperasi (Hendar, 2010: 18).

Sedangkan prinsip koperasi menurut Rochdale yaitu sebagai berikut.

- 1) Keanggotaan yang bersifat terbuka (*open memberships and voluntary*),
- 2) Pengawasan secara demokratis (*democratic control*),
- 3) Bunga yang terbatas atas modal (*limited interest of capital*),
- 4) Pembagian SHU yang sesuai dengan jasa anggota (*proportional distribution of surplus*),
- 5) Penjualan dilakukan sesuai dengan harga pasar yang berlaku dan secara tunai (*trading in cash*),
- 6) Tidak ada diskriminasi berdasarkan ras, suku, agama dan politik (*political, rasial religious neutrality*),

- 7) Barang-barang yang dijual harus merupakan barang-barang yang asli, tidak rusak atau palsu (*adulated goods forbiden to sell*), dan
- 8) Pendidikan terhadap anggota secara berkesinambungan (*promotion of education*) (Hendar, 2010: 5).

g. Manajemen UMKM

Menurut UU No.9 tahun 1995 usaha mikro didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi rakyat berskala kecil dan bersifat tradisional dan informal dalam arti belum terdaftar, belum tercatat, dan belum berbadan hukum. Hasil penjualan tahunan bisnis tersebut paling banyak Rp 100.000.000,00 dan milik Warga Negara Indonesia (Respatiningsih, 2011: 32).

Sedangkan usaha kecil dan menengah dapat didefinisikan sebagai berikut: Berdasarkan surat edaran Bank Indonesia kepada semua Bank Umum di Indonesia No. 3/9/BKt, tanggal 17 Mei 2001, usaha kecil adalah usaha yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

- 1) Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000,00 (dua ratus juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha; atau
- 2) Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp.1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah)
- 3) Milik Warga Negara Indonesia
- 4) Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha menengah atau usaha besar

- 5) Berbentuk usaha perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.

Usaha Menengah menurut Instruksi Presiden No.10 Tahun 1999 adalah sebagai berikut.

- 1) Memiliki kekayaan bersih lebih besar dari Rp 200.000.000,00 sampai dengan paling banyak Rp 10.000.000.000,00, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha.
- 2) Milik Warga Negara Indonesia.
- 3) Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau perusahaan yang dimiliki, atau dikuasai baik secara langsung maupun tidak langsung dengan usaha besar atau usaha menengah.
- 4) Berbentuk usaha perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi (Respatiningsih, 2011: 33).

Secara garis besar jenis usaha UMKM dikelompokkan sebagai berikut.

- 1) Usaha Perdagangan

Keagenan: agen Koran/majalah, sepatu, pakaian, dan lain-lain; Pengecer: minyak, kebutuhan pokok, buah-buahan, dan lain-lain; Ekspor/Impor: produk lokal dan internasional; sektor Informal: pengumpul barang bekas, pedagang kaki lima, dan lain-lain.

- 2) Usaha Pertanian

Meliputi Perkebunan: pembibitan dan kebun buah-buahan, sayur-sayuran, dan lain-lain; Peternakan: ternak ayam petelur, susu sapi, dan Perikanan: darat/laut

3) Usaha Industri

Industri makanan/minuman; Pertambangan; Pengrajin; Konveksi dan lain-lain.

4) Usaha Jasa

Jasa Konsultan; Perbengkelan; Restoran; Jasa Konstruksi; Jasa Transportasi, Jasa Telekomunikasi; Jasa Pendidikan, dan lain-lain (Respatiningsih, 2011: 33-

34).

Mead dan Liedholm (1998: 61) mengemukakan bahwa *“Micro and small enterprises (MSEs) have been recognized as a major source of employment and income in many countries of the Third World. Detailed surveys in a number of countries suggest that as many as a quarter of all people of working age are engaged in MSE activities. There is reason to believe that the share of the total population engaged in such activities is growing over time. While the broad magnitudes of MSE structure are reasonably clear, there has been much less understanding of the process through which employment in SMEs grows”*.

Berdasarkan pernyataan di atas, pada intinya Usaha mikro dan kecil (UMK) atau MSE telah diakui sebagai sumber utama pekerjaan dan pendapatan di banyak negara Dunia Ketiga. Detil survei di sejumlah negara menunjukkan bahwa sebanyak seperempat dari semua orang usia kerja yang terlibat dalam kegiatan MSE. Ada alasan untuk percaya bahwa pangsa dari total populasi yang terlibat dalam kegiatan tersebut berkembang dari waktu ke waktu. Sedangkan besaran luas struktur MSE yang cukup jelas, telah terjadi pemahaman yang jauh lebih sedikit dari proses melalui mana pekerjaan di MSE tumbuh.

2. Kualitas Layanan (*Service Excellence*)

Menurut Prayag dalam Yulianto (2010: 2) kualitas adalah suatu keseluruhan ciri dan karakteristik yang dimiliki suatu produk atau jasa yang dapat memberikan kepuasan pada penggunaannya. Definisi layanan menurut Kotler dalam *commit to user*

Nugrahani (2011: 98) adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Kualitas layanan adalah keunggulan-keunggulan atas pelayanan yang diberikan kepada konsumen dengan harapan mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Kualitas pelayanan meliputi sikap *customer service*, tanggapan terhadap keluhan konsumen, jasa pembayaran, fasilitas tambahan dan ketepatan waktu (Hadiati dan Ruci, 1999: 58). Menurut Kotler dalam Utomo dan Kusmanto (2009: 105) kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Prayag dalam Yulianto (2010: 2) kualitas layanan merupakan aktivitas utama dalam strategi *marketing* yang dilakukan oleh perusahaan dimana perusahaan harus memiliki komitmen untuk selalu memberikan pelayanan yang berkualitas agar mampu tumbuh dan berkembang.

Alamgir dan Shamsuddoha (2004: 3) Mendefinisikan “*service quality is an assessment of the customers about how well the service fulfils their expectations in terms of perceptions of the service*”. Menurut definisi di atas, intinya Kualitas layanan merupakan penilaian pelanggan tentang seberapa baik layanan memenuhi harapan mereka dalam hal persepsi layanan. Lebih lanjut Cronin dan Taylor mengatakan “*Service quality is the measure of how well the service level delivered matches customer expectation*”. Menurut definisi di atas kualitas layanan adalah pengukuran seberapa baik tingkatan pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan konsumen (Altman dan Helms, 1995:

commit to user

45). Baik buruknya kualitas layanan tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan nasabah. Layanan tidak dapat diuraikan secara obyektif seperti sebuah produk, tetapi merupakan interaksi sosial dengan subjektivitas penuh, lebih tergantung pada nilai, perasaan, dan perilaku. Layanan yang baik adalah apa yang konsumen yakni tepat untuk didapatkan dan apa yang konsumen rasakan lebih bernilai dari pada sekedar harga. Untuk itu dibutuhkan strategi pelayanan yang baik sebagai sarana menciptakan kepuasan dan kesetiaan nasabah.

Kualitas layanan jasa pada hakikatnya bertujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen sebagai pengguna jasa. Menurut Musanto (2004: 124) jasa pada dasarnya merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketakberwujudan yang dapat diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainya dan memberikan berbagai manfaat bagi pihak-pihak yang terkait. Setiap pemberi jasa perlu mengetahui, mengantisipasi, dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan dengan memperhatikan karakteristik jasa. Menurut Kotler dalam Japarianto, Laksmono, dan Khomariyah (2007: 35-36) *service* memiliki empat karakteristik utama yang membedakan dari suatu barang, yaitu:

1). *Intangibility*

Jasa adalah suatu perbuatan, kinerja (*performance*). Atau usaha yang hanya bisa dikonsumsi tetapi tidak bisa dimiliki. Jasa bersifat *intangible* maksudnya tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Dengan demikian, seseorang tidak dapat menilai kualitas dari jasa sebelum merasakan/ mengkonsumsi sendiri.

2). *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Dalam hubungan penyedia jasa dan pelanggan ini, efektivitas individu yang menyampaikan jasa (*contact-personnel*) merupakan unsur penting.

3). *Variability*

Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para pembeli jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi ini dan seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih.

4). *Perishability*

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Hal ini tidak menjadi masalah bila permintaannya tetap karena mudah untuk menyiapkan pelayanan untuk permintaan tersebut sebelumnya. Bila permintaan berfluktuasi, berbagai permasalahan muncul berkaitan dengan kapasitas menganggur (saat permintaan sepi) dan pelanggan tidak terlayani dengan resiko mereka kecewa atau beralih ke penyedia jasa lainnya (saat permintaan puncak).

Edvardsson (2005: 127) mengemukakan bahwa “*service quality can be understood from both a cognitive and an emotional perspective. An emotional response may start a cognitive process, and thinking may start emotional and*

commit to user

affective responses. Service experiences may result in both cognitive and emotional responses, thus forming the basis for perceived service quality”.

Menurut pendapat di atas, secara garis besar kualitas layanan dapat dipahami baik dari kognitif dan perspektif emosional. Respons emosional dapat memulai proses kognitif, dan berpikir mungkin dimulai dari tanggapan emosional dan afektif. Pengalaman layanan dapat mengakibatkan kedua respon kognitif dan emosional, sehingga membentuk dasar untuk kualitas layanan yang dirasakan.

Chakrabarty, Whitten dan Green (2008: 2) menyatakan bahwa *“High relationship quality involves high levels of trust and commitment, quality communication, cultural similarity, and balanced interdependence between the client and the vendor. High service quality from the vendor to the client would involve high reliability, responsiveness, tangible, assurance, and empathy”.*

Berdasarkan pernyataan di atas, pada intinya hubungan tinggi kualitas melibatkan tingkat kepercayaan yang tinggi dan komitmen, kualitas komunikasi, kesamaan budaya, dan saling ketergantungan yang seimbang antara klien dan vendor. Layanan berkualitas tinggi dari vendor ke klien akan melibatkan keandalan yang tinggi, responsiveness, tangible, assurance, dan empati.

Chakrabarty, Whitten dan Green (2007: 141) juga menyatakan bahwa *“Service quality may be considered to be the ‘feel good’ factor, which is perceived by customers during the process of service delivery. It is what the customer perceives while receiving services from the provider. Through high-quality service, an organisation can show its customer that it truly cares.*

Pernyataan di atas, secara garis besar mengemukakan bahwa kualitas pelayanan dapat dianggap sebagai faktor yang baik, yang dirasakan oleh pelanggan selama proses pelayanan. Ini adalah hal apa yang dirasakan pelanggan sementara menerima layanan dari penyedia. Melalui layanan berkualitas tinggi, organisasi dapat menunjukkan pelanggan yang benar-benar peduli.

Kualitas layanan jasa pada hakikatnya bertujuan untuk menciptakan kepuasan konsumen sebagai pengguna jasa. Guna memuaskan nasabah, perusahaan bisa menggunakan *service excellence* atau layanan unggul. Menurut Elhaitammy yang dikutip oleh Tjiptono (2008: 58) “layanan unggul adalah suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani nasabah secara memuaskan”. Layanan unggul ini memiliki empat unsur pokok, antara lain sebagai berikut:

- 1) Kecepatan, meliputi: cepat kerjanya dengan hasil baik, cepat tanggap terhadap suatu permasalahan, dan selalu siap melayani konsumen.
- 2) Ketepatan, meliputi: tepat dalam bidangnya, tepat dalam waktu, menguasai pengetahuan dan keterampilan yang mendukung, tepat dalam menangani keluhan.
- 3) Keramahan, meliputi: sopan, ramah dalam berbicara, dan rapi dalam berpakaian dan penampilan.
- 4) Kenyamanan, meliputi: tempat dan ruangan yang memberikan rasa nyaman kepada konsumen.

Kualitas layanan memberikan dorongan kepada konsumen untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen, dengan memaksimalkan pelayanan kepada nasabah atau nasabah yang menyenangkan dan meminimalkan pelayanan yang kurang menyenangkan yang pada akhirnya dengan kepuasan tersebut dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen.

Dari apa yang disampaikan di atas, maka yang dimaksud kualitas layanan dalam penelitian ini adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh suatu perusahaan

atau organisasi untuk memenuhi kebutuhan orang lain dengan kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan untuk mencapai kepuasan nasabah, dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Kualitas karyawan, yang meliputi kecakapan karyawan dalam melayani nasabah, kesungguhan karyawan dalam melaksanakan tugas serta kesegaran dan kesehatan karyawan selama bertugas.
- 2) Pelayanan administrasi, yang meliputi ketepatan, kecepatan serta ketepatan pada pelayanan nasabah.
- 3) Fasilitas, yang meliputi kemudahan menghubungi melalui telepon, peralatan yang memadai serta letak kantor yang mudah dijangkau.

3. Kinerja Karyawan

a. Pengertian Kinerja

Menurut Seymour dalam Nurhidayati, Budiati dan Witjaksono (2011: 68) kinerja merupakan tindakan – tindakan atau pelaksanaan-pelaksanaan tugas yang dapat diukur. Menurut Hameed dan Waheed (2011: 228) “*Employee performance means employee productivity and output as a result of employee development*”. Menurut definisi di atas, intinya kinerja Karyawan berarti produktivitas dan output karyawan sebagai hasil dari pengembangan karyawan.

Pengertian kinerja menurut beberapa pakar seperti yang dikutip oleh Koesmono (2005: 170) adalah sebagai berikut.

- 1) Waldman menyatakan kinerja merupakan gabungan perilaku dengan prestasi dari apa yang diharapkan dan pilihannya atau bagian syarat-syarat tugas yang

ada pada masing-masing individu dalam organisasi.

- 2) Menurut Mangkunegara kinerja dapat didefinisikan sebagai hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dapat dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya.
- 3) Cascio mengatakan bahwa kinerja merupakan prestasi karyawan dari tugas-tuganya yang telah ditetapkan.
- 4) Soeprihantono mengatakan bahwa kinerja merupakan hasil pekerjaan seorang karyawan selama periode tertentu dibandingkan dengan berbagai kemungkinan, misalnya standard, target/sasaran/criteria yang telah ditentukan terlebih dahulu dan telah disepakati bersama.

Prawirosentono (1999: 2) mendefinisikan kinerja karyawan adalah hasil kerja yang dapat dicapai oleh seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggung jawabnya masing-masing dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak melanggar hukum dan sesuai dengan moral dan etika.

Elnaga dan Imran (2013: 140) berpendapat bahwa *“Employee's performance important for the company to make every effort to help low performers. Performance is classified into five elements: Planning, monitoring, developing, rating and rewarding. In the planning stage, Planning means setting goals, developing strategies, and outlining tasks and schedules to accomplish the goals. Monitoring is the phase in which the goals are looked at to see how well one is doing to meet them. Monitoring means continuously measuring performance and providing ongoing feedback to employees and work groups on their progress toward reaching their goals. Ongoing monitoring provides the opportunity to check how well employees are meeting predetermined standards and to make changes to unrealistic or problematic standards. During the developing stage an employee is supposed to improve any poor performance that has been seen during the time frame one has been working at the company. During planning and monitoring of work, deficiencies in performance become evident and can be addressed”*.

Menurut pernyataan di atas, secara garis besar kinerja karyawan penting bagi perusahaan sebagai acuan untuk mengatasi kinerja rendah. Kinerja diklasifikasikan ke dalam lima unsur: Perencanaan, pemantauan, pengembangan, rating dan bermanfaat. Pada tahap perencanaan, Perencanaan berarti menetapkan tujuan, mengembangkan strategi, dan menguraikan tugas dan jadwal untuk mencapai tujuan. Pemantauan adalah fase di mana tujuan yang melihat untuk melihat seberapa baik seseorang melakukan untuk menemui mereka. Pemantauan berarti terus menerus mengukur kinerja dan memberikan umpan balik yang berkelanjutan kepada karyawan dan kelompok kerja pada kemajuan mereka dalam mencapai tujuan mereka. Pemantauan memberikan kesempatan untuk memeriksa seberapa baik karyawan memenuhi standar yang telah ditentukan dan untuk membuat perubahan pada standar yang tidak realistis atau bermasalah. Selama tahap pengembangan, karyawan seharusnya meningkatkan setiap kinerja yang buruk yang telah terlihat selama ini bingkai satu telah bekerja di perusahaan tersebut. Selama perencanaan dan monitoring pekerjaan, kekurangan dalam kinerja menjadi jelas dan dapat diatasi.

Subramaniam (2011: 267) menyatakan bahwa *“It is very important on the part of the head of the department to communicate the key performance indicator. In order to consistently do a good job, employees need a periodic feedback to fine-tune their performance. The employees need to be communicated with at regular intervals if their performance is found lacking by the management. The employees should be told where they stand and how they can improve through out the year and not just during the annual review when they have no opportunity to take any corrective action. Observations relating to expected improvements should be precise, accurate, unbiased and performance-specific, as they go a long way in helping people to improve”*.

Berdasarkan pernyataan di atas, intinya bahwa sangat penting bagi kepala bagian departemen untuk mengkomunikasikan kunci indicator kinerja. Sebagai

commit to user

upaya meningkatkan konsistensi dalam melakukan pekerjaan dengan baik, karyawan memerlukan umpan balik periodik untuk menyempurnakan kinerja mereka. Karyawan perlu dikomunikasikan dengan secara berkala jika kinerja mereka ditemukan kurang oleh manajemen. Karyawan harus diberitahu di mana mereka berdiri dan bagaimana mereka dapat meningkatkan kinerjanya sepanjang tahun dan tidak hanya pada saat review tahunan ketika mereka tidak memiliki kesempatan untuk mengambil tindakan korektif. Pengamatan yang berkaitan dengan perbaikan yang diharapkan harus tepat, akurat, tidak memihak dan dengan kinerja spesifik, sehingga dapat membantu meningkatkan kinerja mereka.

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud kinerja karyawan dalam penelitian ini adalah hasil kerja dari seseorang atau sekelompok orang yang tidak hanya terwujud hasil fisik saja, tetapi meliputi kemampuan kerja, disiplin, rasa tanggung jawab, kesetiaan, kejujuran, kerja sama, prakarsa, kepemimpinan dan sebagainya yang dilakukan sesuai dengan wewenang dan tanggung jawab masing-masing dalam mencapai tujuan organisasi secara legal, dan sesuai dengan moral dan etika, dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Efektivitas dan efisiensi yang meliputi tingkat kebenaran, ketepatan waktu dan hasil yang memuaskan dalam menyelesaikan tugas serta ketepatan waktu dalam pemberian informasi.
- 2) Tanggung jawab dan otoritas yang meliputi tanggung jawab karyawan terhadap tugasnya ditempat kerja, loyalitas karyawan serta kemampuan dalam menanggung resiko hasil kerjanya.
- 3) Disiplin yang meliputi ketaatan karyawan pada peraturan, sikap sopan santun

serta tidak menyalahgunakan wewenang yang diberikan.

- 4) Inisiatif yang meliputi kemampuan karyawan dalam melayani, memberikan saran serta mengambil keputusan dalam melayani nasabah.

b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan

Indikator-indikator kinerja karyawan menurut Barnard dan Quinn dalam Dewi (2012) adalah sebagai berikut:

1) Efektivitas dan efisiensi

Bila suatu tujuan tertentu akhirnya dapat dicapai, kita boleh mengatakan bahwa kegiatan tersebut efektif. Apabila akibat-akibat yang dicari dari kegiatan mempunyai nilai yang lebih penting dibandingkan hasil yang tercapai, sehingga mengakibatkan ketidakpuasan walaupun efektif, hal ini disebut tidak efisien. Sebaliknya jika akibat yang tidak dicari-cari tidak penting/remeh, maka kegiatan tersebut efisien. Sehubungan dengan itu kita dapat mengatakan sesuatu efektif bila mencapai tujuan tertentu. Dikatakan efisien bila hal itu memuaskan sebagai pendorong mencapai tujuan, terlepas apakah efektif atau tidak.

2) Otoritas dan tanggung jawab

Wewenang adalah hak seseorang untuk memberikan perintah (kepada bawahan), sedangkan tanggung jawab adalah bagian yang tidak terpisahkan atau sebagai akibat dari kepemilikan wewenang tersebut. Bila ada wewenang berarti dengan sendirinya muncul tanggung jawab.

3) Disiplin

Disiplin meliputi ketaatan dan hormat terhadap perjanjian yang dibuat antara perusahaan dan karyawan. Disiplin juga berkaitan erat dengan sanksi yang perlu dijatuhkan kepada pihak yang melanggar.

4) Inisiatif

Inisiatif seseorang berkaitan dengan daya pikir, kreativitas dalam bentuk ide untuk merencanakan sesuatu yang berkaitan dengan tujuan organisasi.

c. Tujuan Penilaian Kinerja

Penilaian Kinerja sangat penting dalam suatu organisasi dalam rangka mengembangkan produktivitas sumber daya manusia. Kegiatan ini dapat memperbaiki keputusan manajer dan memberikan umpan balik kepada para karyawan tentang kegiatan mereka.

Menurut Siagian (2013: 223-224) pentingnya penilaian prestasi kerja yang rasional dan diterapkan secara obyektif terlihat pada paling sedikit dua kepentingan, yaitu kepentingan pegawai yang bersangkutan sendiri dan kepentingan organisasi. Bagi para pegawai, penilaian tersebut berperan sebagai umpan balik tentang hal seperti kemampuan, keletihan, kekurangan dan potensinya yang pada gilirannya bermanfaat untuk menentukan tujuan, jalur, rencana dan pengembangan kariernya. Bagi organisasi, hasil penilaian prestasi kerja para pegawai sangat penting arti dan peranannya dalam mengambil keputusan tentang berbagai hal, seperti identifikasi kebutuhan program pendidikan dan pelatihan, rekrutmen, seleksi, program pengenalan, penempatan, promosi,

sistem imbalan dan berbagai aspek lain dari keseluruhan proses manajemen sumber daya manusia secara efektif.

Secara lebih rinci tujuan penilaian kinerja menurut Tulus (1995: 127), yaitu:

- 1) Untuk memperoleh dasar pengambilan keputusan promosi, transfer, atau PHK dan penurunan pangkat.
- 2) Sebagai kriteria bagi kesahihan sarana-sarana seleksi dan program-program pelatihan.
- 3) Untuk mengalokasikan imbalan-imbalan bagi para karyawan.
- 4) Untuk meyakinkan umpan balik bagi perorangan yang dapat menunjang pengembangan diri dan karirnya dan dengan demikian menjamin efektivitas perusahaan.

Menurut penulis tujuan penilaian kinerja dalam penelitian ini yaitu untuk memberikan gambaran tentang berbagai macam pelaksanaan pekerjaan yang telah dilakukan sehingga sasaran yang diteliti bisa instropeksi terhadap kinerja mereka, dan selanjutnya menindak lanjuti kearah kinerja yang lebih baik lagi. Selain itu, individu maupun organisasi secara keseluruhan sehingga nantinya bisa memacu perkembangannya.

d. Manfaat Penilaian Kinerja

Menurut Hasibuan (2013: 89-90) manfaat penilaian kinerja atau prestasi kerja, yaitu:

- 1) Sebagai dasar dalam pengambilan keputusan yang digunakan untuk promosi,

pemberhentian, dan penetapan besarnya balas jasa.

- 2) Untuk mengukur prestasi kerja yaitu sejauh mana karyawan bisa sukses dalam pekerjaannya.
- 3) Sebagai dasar untuk mengevaluasi efektivitas seluruh kegiatan di dalam perusahaan.
- 4) Sebagai dasar untuk mengevaluasi program latihan, keefektifan jadwal kerja, metode kerja, struktur organisasi, gaya pengawasn, kondisi kerja dan peralatan kerja.
- 5) Sebagai indikator untuk menentukan kebutuhan akan latihan bagi karyawan yang berada di dalam organisasi.
- 6) Sebagai alat untuk meningkatkan motivasi kerja karyawan, sehingga dicapai tujuan untuk mendapatkan performance kerja yang baik.
- 7) Sebagai alat untuk mendorong atau membiasakan para atasan (*supervisor, manager, administrator*) untuk mengobservasi perilaku bawahan (*subordinate*) supaya diketahui minat dan kebutuhan bawahannya.
- 8) Sebagai alat untuk bisa melihat kekurangan atau kelemahan-kelemahan di masa lampau dan meningkatkan kemampuan karyawan selanjutnya.
- 9) Sebagai kriteria di dalam menentukan seleksi dan penempatan karyawan.
- 10) Sebagai alat untuk mengidentifikasi kelemahan-kelemahan personel dan dengan demikian bisa sebagai bahan pertimbangan agar bisa diikutsertakan dalam program latihan kerja tambahan.
- 11) Sebagai alat untuk memperbaiki atau mengembangkan kecakapan karyawan.
- 12) Sebagai dasar untuk memperbaiki dan mengembangkan uraian pekerjaan

Menurut penulis manfaat penilaian kinerja yaitu sebagai dasar untuk pengambilan keputusan yang digunakan untuk pengembangan sumber daya organisasi atau perusahaan, untuk mengukur prestasi kerja karyawan, dan sebagai dasar untuk mengevaluasi efektivitas kegiatan organisasi atau perusahaan. Dengan demikian akan diketahui seberapa besar pencapaian tujuan organisasi atau perusahaan tersebut dan selanjutnya akan dilakukan perbaikan terhadap kinerja yang lampau.

4. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Definisi kepuasan nasabah menurut beberapa pakar seperti yang dikutip oleh Tjiptono (2008: 24) antara lain sebagai berikut:

- 1) Day menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.
- 2) Wilkie mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.
- 3) Engel *et al.* menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.
- 4) Kotler, Ang, Leong dan Tan menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah

commit to user

tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut Ruvendi dan Djan (2005: 36) kepuasan pelanggan merupakan tanggapan pemenuhan pelanggan yang muncul karena adanya penilaian terhadap karakteristik produk atau jasa yang disediakan dapat memenuhi tingkat pemakaian yang memberikan kenyamanan pelanggan yang menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Spreng, Mackenzie, dan Oishvskhy dalam Dharmayanti (2006: 37) kepuasan pelanggan adalah perasaan (feeling) yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Namun ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, 'kepuasan pelanggan' lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Perilaku setelah pembelian akan menimbulkan sikap puas atau tidak puas pada konsumen, maka kepuasan konsumen merupakan fungsi dari harapan pembeli atas produk atau jasa dengan kinerja yang dirasakan. Definisi di atas biasa digunakan untuk perusahaan atau organisasi yang menyediakan produk dalam menjalankan usahanya, namun definisi di atas bisa digunakan untuk perusahaan jasa dengan mengganti kata pelanggan dengan nasabah.

Kotler dan Armstrong dalam Arif dan Prijati (2013: 135) mengemukakan bahwa kepuasan nasabah adalah sebuah kunci yang berpengaruh pada perilaku pembelian di masa yang akan datang. Nasabah yang puas akan kembali dan mengatakan kepada lainnya mengenai pengalaman baiknya, sedangkan nasabah yang tidak puas seringkali memicu pesaing dan berpindah kepada produk lainnya. Pada umumnya definisi yang diberikan di atas menitik beratkan pada kepuasan atau ketidakpuasan terhadap produk atau jasa, pengertian tersebut juga dapat

diterapkan dalam menilai kepuasan atau ketidakpuasan terhadap suatu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat.

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry dalam Hidayat (2009: 59) Untuk kepuasan nasabah terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan nasabah terhadap kualitas layanan (*expected quality*) dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan (*perceived quality*). Nasabah selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan.

Kepuasan menjadi konsep banyak digunakan untuk memeriksa kinerja perusahaan. Dalam kaitan ini dikenal “*disconfirmation and expectation*” untuk menjelaskan dan sebagai ukuran kepuasan. Pendekatan ini mengasumsikan bahwa konsumen sebelum mengkonsumsi telah mempunyai harapan kemudian dapat “dikonfirmasi” apakah harapan terpenuhi. Konsep kepuasan menjadi banyak digunakan, lembaga pelayanan publik, politisi juga tidak leka dari permasalahan kepuasan. Hal yang harus digarisbawahi adalah bahwa kepuasan dapat ditujukan kepada seperangkat tindakan organisasi dalam pelayanan. Terciptanya kepuasan pelanggan menjadi syarat mutlak untuk perkembangan satu perusahaan, pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang dan menjadi pelanggan yang loyal. Oleh karena itu, terciptanya kepuasan pelanggan menjadi bagian daripada strategi perusahaan. Sesuai dengan itu, pendekatan akademis terhadap kepuasan juga mengalami perkembangan. Sebagian menggunakan pendekatan multidimensi yang memilah kepuasan ke dalam berbagai dimensi dan membandingkan antara harapan dan pengalaman setelah mengkonsumsi. Akan

tetapi, dalam hal lain dapat juga dilakukan dengan memeriksa kepuasan sesaat setelah mengkonsumsi barang dan jasa (Johannes dan Lukman, 2009: 37).

Abdullah dan Rozario (2010: 454) mengemukakan bahwa *“The level of customer satisfaction may be influenced by various attributes from internal and external factors. Customer satisfaction may be identified as internal and external customer satisfaction of an organization”*.

Pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah dapat dipengaruhi oleh berbagai atribut dari faktor internal dan eksternal. Kepuasan nasabah dapat diidentifikasi sebagai kepuasan nasabah internal dan eksternal organisasi.

Mohsan, Nawaz, Khan, Shaukat dan Aslam (2011: 264) menyatakan bahwa *“Customer satisfaction has been gaining increasing attention from the researchers and practitioners as a recognized field of scholarly study and is a fundamental tool used by financial institutions for enhancing customer loyalty and ultimately organizational performance and profitability. The importance of customer satisfaction cannot be dismissed because happy customers are like free advertising. Many of us have heard of the current trend for businesses to become highly customer-centric, that is to put the customer at the centre of our business in terms of our strategies, actions and processes. For most of us, old truths still hold good, such as it is easier and more profitable to sell to existing customers than to find new ones. In practice, organizations are increasingly setting themselves strategies to measure and ensure customer retention, and charging their staff to be more customer-focused and service-oriented”*.

Menurut pernyataan di atas, intinya kepuasan nasabah telah mendapatkan perhatian meningkat dari peneliti dan praktisi sebagai bidang kajian keilmuan yang diakui dan merupakan alat dasar yang digunakan oleh lembaga keuangan untuk meningkatkan loyalitas nasabah dan kinerja organisasi dan akhirnya profitabilitas. Pentingnya kepuasan nasabah tidak dapat diberhentikan karena nasabah senang dengan hal seperti iklan gratis. Banyak dari kita yang telah mendengar tentang tren saat ini bagi perusahaan untuk menjalankan sistem *customer-centric*, yaitu untuk menempatkan nasabah di pusat bisnis kami dalam *commit to user*

hal strategi, tindakan dan proses. Bagi kebanyakan dari kita, kebenaran lama masih terus baik, sepertinya lebih mudah dan lebih menguntungkan untuk menjual kepada nasabah yang sudah ada daripada mencari yang baru. Dalam prakteknya, organisasi semakin menetapkan diri mereka dengan strategi untuk mengukur dan memastikan retensi nasabah, dan pengisian staf mereka untuk menjadi lebih fokus pada nasabah dan layanan yang berorientasi.

Singh dan Srivastava (2013: 865) mengemukakan bahwa:

“The competitors who will be successful recognize that customer satisfaction is a critical strategic weapon that can bring increased market share and increased profits. The problem companies face, however, is exactly how to do all of this and do it well. They need to understand how to quantify, measure, and track customer satisfaction. Without a clear and accurate sense of what needs to be measured and how to collect, analyze, and use the data as a strategic weapon to drive the business, no firm can be effective in this new business climate. Plans constructed using customer satisfaction research results can be designed to target customers and processes that are most able to extend profits”.

Menurut pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa para pesaing yang akan berhasil mengakui bahwa kepuasan nasabah adalah senjata strategis penting yang dapat membawa peningkatan pangsa pasar dan keuntungan meningkat. Masalah perusahaan untuk menghadapinya adalah dengan melakukannya dengan baik. Mereka perlu memahami bagaimana mengukur dan melacak kepuasan nasabah. Tanpa pemahaman yang jelas dan akurat tentang apa yang perlu diukur dan bagaimana mengumpulkan, menganalisis dan menggunakan data sebagai senjata strategis untuk mendorong bisnis, tidak ada perusahaan yang bisa efektif dalam iklim bisnis baru. Rencana dibangun menggunakan hasil penelitian kepuasan nasabah dapat dirancang untuk menargetkan nasabah dan proses yang paling dapat memperpanjang keuntungan.

Peningkatan kepuasan nasabah sangat perlu dilakukan, bukan hanya untuk mempertahankan nasabahnya, tetapi juga untuk menarik nasabah baru. Nasabah yang merasa puas akan menyebarkan informasi itu ke teman dan keluarganya. Strategi peningkatan layanan yang akan meningkatkan kepuasan nasabah ini akan meningkatkan jumlah nasabah sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan akhirnya meningkatkan laba yang diperoleh (Kuswanto, 2009: 133).

Dari beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa yang dimaksud dengan kepuasan nasabah dalam penelitian ini adalah respon nasabah terhadap kesesuaian antara harapan dan kenyataan kinerja suatu produk atau jasa, dengan indikator sebagai berikut:

- 1) Bukti langsung yang meliputi ketepatan waktu, janji serta pelayanan yang diberikan.
- 2) Keandalan yang meliputi kecepatan, ketepatan, dan kualitas pelayanan nasabah.
- 3) Jaminan yang meliputi fasilitas, hasil kerja dan profesionalitas karyawan.
- 4) Empati yang meliputi kesabaran, keramahan dan sikap tanggap karyawan dalam melayani nasabah.

b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Wellington (1998: 231), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah:

- 1). Produk

Produk yang beraneka macam, memiliki kualitas yang bagus, dikemas dengan

baik akan mempengaruhi kepuasan nasabah.

2). Penjualan

Sikap penjual/karyawan yang melayani dengan sopan, mau membantu nasabah yang membutuhkan bantuan dengan cepat, sesuai dengan kebutuhan, ramah dan nyaman, didukung dengan penataan barang yang rapi dan bagus serta didukung dengan lingkungan kantor yang memiliki suasana yang nyaman membuat nasabah akan puas.

3). Purna jual

Penanganan keluhan yang cepat dan tanggap yang diberikan kepada nasabah yang kurang puas membuat nasabah akan merasa nyaman dalam melakukan transaksi, sehingga nasabah akan puas.

4). Lokasi

Lokasi yang letaknya mudah dijangkau keamanan, dan kenyamanan di lokasi juga sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah yaitu seperti lampu penerangan, luas ruangan, parkir.

5). Waktu

Perusahaan menyediakan waktu sesuai dengan yang diinginkan oleh nasabah.

Menurut Cravens (1996), faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah:

1). Sistem Pengiriman

Memindahkan produk dari produsen ke konsumen atau pemakai akhir dalam bisnis biasanya meliputi saluran distribusi dari pemasok, pabrikan, dan perantara. Untuk dapat memuaskan konsumen, jaringan ini harus berfungsi

sebagai unit yang terpadu dan terkoordinir, dimana semua anggotanya mengerti dan menanggapi kebutuhan dan keinginan konsumen.

2). Performa Produk atau Jasa

Performa dan keunggulan suatu produk atau jasa sangatlah penting dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

3). Citra

Citra atau merk perusahaan yang baik merupakan keunggulan bersaing yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen dari sudut positif. Terbentuknya citra merk (*brand image*) dan nilai merk (*brand equity*) adalah pada saat konsumen memperoleh pengalaman yang menyenangkan dengan produk.

4). Hubungan Harga dan Nilai

Pembeli menginginkan nilai yang ditawarkan merek, sesuai dengan harga yang diberikan, oleh karenanya terdapat hubungan yang menguntungkan antara harga dan nilai merk yang dipromosikan oleh perusahaan sebagai salah satu nilai yang unik sebagai harganya. Di lain pihak manajemen memutuskan untuk bersaing atas dasar harga rendah di antara merk-merk dimana para pembeli sudah menetapkan nilai yang seimbang.

5). Kinerja atau Prestasi Karyawan

Kinerja produk dan sistem pengiriman tergantung pada bagaimana semua bagian organisasi mempengaruhi konsumen, baik hal-hal yang menyenangkan ataupun tidak menyenangkan. Bisnis telah menemukan bahwa kesadaran akan keinginan konsumen dan pelatihan karyawan membantu mereka untuk memenuhi tanggung jawabnya.

6). Persaingan

Kelemahan dan kekuatan para pesaing juga mempengaruhi kepuasan konsumen dan merupakan peluang untuk memperoleh keunggulan bersaing.

c. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Mengukur tingkat kepuasan nasabah tidak semudah mengukur berat badan/tinggi para nasabah tersebut. Data yang diperoleh bersifat subjektif, sesuai dengan jawaban para responden menurut pengalaman mereka, dalam menggunakan suatu jenis produk tertentu (Supranto, 2011: 2). Oleh karena itu, diperlukan suatu metode untuk mengukur kepuasan nasabah.

Menurut Kotler, yang dikutip Tjiptono (2008: 34-35), ada 4 metode dalam pengukuran kepuasan nasabah, sebagai berikut:

1). Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada nasabah (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para nasabahnya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati nasabah), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang bisa dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi,

karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan nasabah. Tidak semua nasabah yang tidak puas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih pemasok dan tidak akan membeli produk perusahaan tersebut lagi. Upaya mendapatkan saran yang bagus dari nasabah juga sulit diwujudkan dengan metode ini. Terlebih lagi bila perusahaan tidak memberikan imbal balik dan tindak lanjut yang memadai kepada mereka yang telah bersusah payah berpikir (menyumbangkan ide) kepada perusahaan.

2). *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan nasabah adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopping*) untuk berperan atau bersikap sebagai nasabah/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *ghost shopping* juga dapat mengamati cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan nasabah, menjawab pertanyaan nasabah dan menangani setiap keluhan. Ada baiknya para manajer perusahaan terjun langsung menjadi *ghost shopper* untuk mengetahui langsung bagaimana karyawannya berinteraksi dan memperlakukan para nasabahnya. Tentunya karyawan tidak boleh tahu kalau atasannya sedang melakukan penelitian atau penilaian (misalnya dengan cara menelpon perusahaannya sendiri dan mengajukan berbagai keluhan atau pertanyaan). Bila mereka tahu sedang dinilai, tentu saja

perilaku mereka akan menjadi sangat “manis” dan hasil penilaian akan menjadi bias.

3). *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para nasabah yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* yang perlu, tetapi pemantauan *customer loss rate* juga penting, di mana peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan nasabahnya.

4). Survei Kepuasan Nasabah

Menurut McNeal dan Lamb Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan nasabah yang dilakukan dengan penelitian survai, baik dengan survei melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melalui survai perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari nasabah dan juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para nasabahnya.

d. Dimensi Kepuasan Nasabah

Menurut Garvin yang dikutip Tjiptono (2008: 25-26), ada delapan dimensi yang digunakan untuk mengevaluasi Kepuasan Nasabah, yaitu :

- 1). Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk-produk inti yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi.

commit to user

- 2). Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap. Misalnya kelengkapan interior atau eksterior seperti *dash board*, *AC*, *Sound system door lock system*, *power steering*, dan sebagainya.
- 3). Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, misalnya mobil tidak sering ngadat/macet/rewel/rusak.
- 4). Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan dan emisi terpenuhi, seperti ukuran as roda untuk truk tentunya harus lebih besar daripada mobil sedan.
- 5). Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama suatu produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan mobil. Umumnya daya tahan mobil buatan Amerika dan Eropa lebih baik daripada mobil buatan Jepang.
- 6). *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasikan serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purnajual, yang juga mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
- 7). Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model/desain yang artistik, warna dan sebagainya.
- 8). Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena

kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut/ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merk, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya. Umumnya orang akan menganggap merek Mercedes, Roll Royce, Porsche, dan BMW sebagai jaminan mutu.

Menurut Parasuraman *et al.* yang dikutip Tjiptono (2008: 26), ada lima dimensi pokok yang digunakan untuk mengevaluasi kepuasan nasabah yaitu sebagai berikut.

- 1) Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- 3) Daya tanggap (*reponsiveness*), yaitu keinginan para staf karyawan untuk dapat membantu para nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya risiko atau keragu-raguan.
- 5) Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para nasabah.

B. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Penelitian tentang kualitas Layanan, kinerja karyawan, dan kepuasan nasabah/konsumen telah banyak dilakukan antara lain seperti di bawah ini.

commit to user

Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Fitria (2009) dengan judul Pengaruh Kinerja Kualitas Pelayanan Melalui *Seven Romancing Moments* Terhadap Pembelian Ulang Pada Restoran Hoka Hoka Bento Cabang Setia Budi Bandung. Hasil dari penelitiannya menunjukkan program layanan *seven romancing moments* yang terdiri dari *irasshaimase mobile service*, pembayaran di kasir, *greeting customer* di loby, menawarkan dan mengantarkan menu, *take away*, serta *arigato gozaimatsu*, memiliki kategori yang tinggi, dengan dimensi *seven romancing moments* yang paling tinggi pengaruhnya terhadap pembelian ialah *mobile service*. Pembelian ulang pada restoran Hoka Hoka Bento cabang Setia Budi Bandung secara umum berkategori cukup dengan dimensi pembelian ulang yang paling tinggi karena kepuasan terhadap pelayanan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan program layanan *seven romancing moments* yang dilakukan Hoka Hoka Bento melalui *irasshaimase mobile service*, pembayaran di kasir, *greeting customer* di loby, menawarkan dan mengantarkan menu, *take away*, serta *arigato gozaimatsu* mampu mempengaruhi pembelian ulang pada restoran Hoka Hoka Bento cabang Setia Budi Bandung.

Dari paparan di atas menunjukkan bahwa program layanan *seven romancing moments* secara umum berkategori cukup dengan dimensi pembelian ulang yang paling tinggi karena kepuasan terhadap pelayanan mampu mempengaruhi pembelian ulang pada restoran Hoka Hoka Bento cabang Setia Budi Bandung. Hal ini membuktikan bahwa penelitian tentang kualitas layanan pernah dilakukan sebelumnya, sehingga dapat menjadi referensi pada penelitian ini.

Penelitian yang dilakukan oleh Imam, Rudy, dan Wilma (2010) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di McDonald's Setiabudhi Bandung. Hasil dari penelitiannya adalah bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh McDonald's Setiabudhi memiliki hubungan dan pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Faktor lain diluar kualitas layanan yang berpengaruh juga terhadap kepuasan pelanggan, seperti kualitas dari produk itu sendiri, harga, emotional factor dan juga kemudahan untuk mendapatkan produk atau jasa tersebut. Dan dapat disimpulkan bahwa karena kualitas layanan memiliki hubungan dan pengaruh yang kuat maka McDonald's Setiabudhi harus meningkatkan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dari paparan di atas menunjukkan bahwa kualitas layanan yang diberikan oleh McDonald's Setiabudhi memiliki hubungan dan pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini memperkuat dugaan peneliti bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Sumardiningsih, Sundawan, Endarwati, Wibowo dan Ayriza (2012) dengan judul penelitian Pengaruh Dimensi Banking Service Quality (BSQ) Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa keenam dimensi BSQ secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, jika dilihat tiap dimensi maka pengaruh tertinggi berasal dari dimensi keterhandalan dan terendah dari dimensi Akses serta Portofolio Jasa. Untuk nasabah PNS, keenam dimensi BSQ secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, pengaruh

tertinggi berasal dari dimensi keterhandalan dan terendah berasal dari dimensi portofolio jasa, dan untuk nasabah non PNS, keenam dimensi BSQ secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, pengaruh tertinggi berasal dari dimensi keterhandalan dan terendah berasal dari dimensi portofolio jasa.

Dari paparan di atas menunjukkan bahwa keenam dimensi Banking Service Quality (BSQ) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini memperkuat dugaan peneliti bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Susanto (2003) dengan judul penelitian Hubungan Kinerja Karyawan Bagian Pemasaran dan Persepsi Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Di *Show Room* Motor Nasha Yogyakarta. Hasil penelitiannya adalah ada hubungan yang positif dan signifikan antara Kinerja Karyawan Bagian Pemasaran dengan Kepuasan Nasabah serta ada hubungan yang positif dan signifikan antara Kinerja Karyawan Bagian Pemasaran dan Persepsi Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen secara bersama-sama dengan Kepuasan Nasabah.

Dari paparan di atas menunjukkan bahwa ada hubungan yang positif dan signifikan antara kinerja karyawan bagian pemasaran dan persepsi konsumen dengan kepuasan konsumen serta kepuasan nasabah. Hal ini memperkuat dugaan peneliti bahwa kinerja karyawan mampu mempengaruhi kepuasan nasabah.

Penelitian yang dilakukan oleh Indra dan Gunarsih (2008) dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit

Perorangan dan Kelompok: Studi Kasus pada PD BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar. Hasil penelitiannya adalah (a) variabel bebas *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangible* secara individual berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, (b) variabel bebas *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangible* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan debitur di PD BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar, dan (c) Nilai koefisien determinasi (R²) untuk kredit perorangan sebesar 0,898. Ini menunjukkan sebesar 89,8 % variabel *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangible* mampu mempengaruhi variabel kepuasan nasabah secara signifikan, sedangkan sebesar 11,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Nilai koefisien determinasi (R²) kredit kelompok sebesar 0,820 artinya sebesar 82,0 % variabel *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangible* mampu mempengaruhi variabel kepuasan nasabah secara signifikan, sedangkan sebesar 18,0 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

Dari paparan di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mampu mempengaruhi variabel kepuasan nasabah secara signifikan. Hal ini memperkuat dugaan peneliti bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

C. Kerangka Pikir

1. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Konsumen berharap pada suatu organisasi bahwa ia bisa memenuhi apa yang konsumen harapkan. Kualitas layanan yang meliputi tiga indikator antara lain sebagai berikut:

- a. Kualitas karyawan yang meliputi kecakapan karyawan dalam melayani nasabah, kesungguhan karyawan dalam melaksanakan tugas serta kesegaran dan kesehatan karyawan selama bertugas.
- b. Pelayanan administrasi yang meliputi ketepatan, kecepatan serta ketepatan pada pelayanan nasabah.
- c. Fasilitas yang meliputi kemudahan menghubungi melalui telepon, peralatan yang memadai serta letak kantor yang mudah dijangkau.

Tiga indikator di atas, bertujuan untuk memberikan kemudahan-kemudahan kepada nasabah untuk bertransaksi dan untuk kenyamanan selama bertransaksi, sehingga diharapkan mampu memberikan nilai tambah pada koperasi dalam tujuannya untuk memuaskan para nasabahnya. Namun, bila nasabah dilayani dengan tidak baik akibatnya nasabah merasa kecewa, dan tidak puas sehingga nasabah tidak akan setia dengan koperasi dan ini akan sangat merugikan bagi koperasi sendiri. Berdasarkan uraian di atas patut diduga bahwa kualitas layanan berpengaruh secara positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah

Seperti diketahui bahwa suatu organisasi hidup karena adanya manusia yang menggerakannya yaitu para karyawannya. Suatu lembaga atau organisasi jasa dalam upaya untuk mencapai tujuan yang ditetapkan, salah satunya yaitu kepuasan nasabah atau nasabahnya harus melalui sarana dalam bentuk organisasi yang digerakkan oleh karyawan yang berperan aktif dalam mencapai tujuan lembaga atau organisasi yang bersangkutan. Kinerja karyawan terdiri dari empat indikator antara lain sebagai berikut:

- a. Efektivitas dan efisiensi yang meliputi tingkat kebenaran, ketepatan waktu dan hasil yang memuaskan dalam menyelesaikan tugas serta ketepatan waktu dalam pemberian informasi.
- b. Tanggung jawab dan otoritas yang meliputi tanggung jawab karyawan terhadap tugasnya ditempat kerja, loyalitas karyawan serta kemampuan dalam menanggung resiko hasil kerjanya.
- c. Disiplin yang meliputi ketaatan karyawan pada peraturan, sikap sopan santun serta tidak menyalahgunakan wewenang yang diberikan.
- d. Inisiatif yang meliputi kemampuan karyawan dalam melayani, memberikan saran serta mengambil keputusan dalam melayani nasabah.

Keikutsertaan karyawan dalam organisasi telah diatur sesuai dengan empat indikator di atas dengan pembagian wewenang dan tanggung jawab yang jelas serta harus didukung dengan perilaku disiplin dari setiap karyawan dan usaha setiap karyawan untuk memberikan perlakuan yang baik kepada para nasabah, sehingga mereka akan merasa puas. Hal itu mencerminkan apakah organisasi

berjalan secara efektif dan efisien. Kepuasan nasabah terhadap penggunaan jasa yang diberikan oleh suatu organisasi jasa seperti koperasi, tergantung dari kinerja karyawan koperasi. Seorang nasabah bisa mengalami derajat kepuasan. Jika kinerja kurang dari harapan, nasabah akan kecewa. Jika kinerja karyawan sebanding dengan harapan, nasabah akan merasa puas dan jika kinerja karyawan melebihi harapan, maka nasabah akan sangat puas. Berdasarkan penjelasan di atas patut diduga bahwa kinerja karyawan berpengaruh secara positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

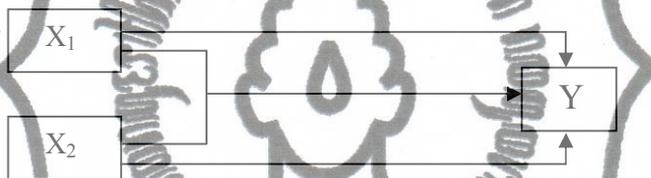
3. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kinerja Karyawan Secara Bersama-Sama terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas layanan dan kinerja karyawan merupakan dua faktor penting dalam upaya organisasi untuk mencapai kepuasan nasabah. Tidak semua nasabah akan puas karena pelayanannya yang diberikan sesuai dengan harapan mereka, tetapi kinerja dari setiap karyawan dalam suatu organisasi juga sangat mempengaruhi kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah terdiri dari lima indikator antara lain sebagai berikut:

- a. Bukti langsung yang meliputi ketepatan waktu, janji serta pelayanan yang diberikan.
- b. Keandalan yang meliputi kecepatan, ketepatan, dan kualitas pelayanan nasabah.
- c. Jaminan yang meliputi fasilitas, hasil kerja dan profesionalitas karyawan.
- d. Empati yang meliputi kesabaran, keramahan dan sikap tanggap karyawan.

Suatu organisasi jasa hendaknya memberikan pelayanan berdasarkan lima indikator di atas dengan memberikan layanan yang baik berupa kebijakan dan aturan yang memberikan kenyamanan selama bertransaksi. Hal tersebut tentunya harus didukung dengan kinerja karyawan yang melaksanakannya, agar suatu organisasi bisa memuaskan nasabahnya. Berdasarkan penjelasan di atas patut diduga bahwa Kualitas layanan yang didukung oleh kinerja karyawan berpengaruh secara positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh antar variabel dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar kerangka berpikir.

Keterangan:

X_1 : Kualitas Layanan Koperasi.

X_2 : Kinerja Karyawan Koperasi, dan

Y : Kepuasan Nasabah Koperasi.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian yang akan diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis 1

H_{01} : Kualitas layanan tidak berpengaruh pada kepuasan nasabah Koperasi

Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

H_{a1} : Kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

2. Hipotesis 2

H₀₂ : Kinerja karyawan tidak berpengaruh pada kepuasan nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

H_{a2} : Kinerja karyawan berpengaruh pada kepuasan nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

3. Hipotesis 3

H₀₃ : Kualitas Layanan dan Kinerja Karyawan secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

H_{a3} : Kualitas Layanan dan Kinerja Karyawan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro yang beralamat di desa Ngraseh kecamatan Dander kabupaten Bojonegoro.

Penelitian ini dilaksanakan pada Bulan Februari 2014 sampai dengan bulan Maret 2014. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

B. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian *ex post facto* karena dilakukan untuk meneliti peristiwa yang telah terjadi dan kemudian merunut ke belakang untuk mengetahui faktor-faktor yang dapat menyebabkan timbulnya kejadian tersebut (Sugiyono, 2012: 7). Penelitian ini juga bersifat korelasional, karena mencari hubungan antar variabel yang diteliti. Sedangkan analisis yang digunakan adalah analisis kuantitatif dengan menggunakan analisis regresi berganda untuk menyimpulkan hasil penelitian.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti

untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 90). Dalam penelitian ini populasinya adalah semua nasabah di Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro yang tercatat sampai akhir bulan Desember 2013 sejumlah 400 orang dengan rician sebagai berikut:

Tabel 3.1 Data populasi nasabah koperasi

No	Keterangan	Jumlah
1	Anggota aktif	180
2	Anggota pasif	220
Jumlah		400

Anggota aktif adalah anggota yang telah memenuhi hak dan kewajiban sebagai anggota koperasi yaitu anggota yang telah membayar simpanan wajib secara rutin dan menggunakan hak-haknya sebagai anggota koperasi. Sedangkan anggota pasif adalah anggota yang tidak membayar simpanan wajib secara rutin dan tidak menggunakan hak-haknya sebagai anggota koperasi tetapi hanya meminjam pada koperasi.

Adapun jumlah sampel yang diambil di Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro menggunakan teknik *Proportionate Stratified Random Sampling* yaitu dengan cara undian, dikarenakan jumlah sampel ditentukan berdasarkan populasi yang mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proposional (Sugiyono, 2013: 120). Teknik ini digunakan karena berdasarkan data pekerjaan dari anggota koperasi yang disajikan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3.2 Data anggota berdasarkan pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Keterangan		Jumlah
		Anggota aktif	Anggota pasif	
1	Petani	110	130	240
2	Pedagang	54	72	126
3	PNS	8	6	14
4	Pensiunan	2	9	11
5	Karyawan swasta	6	3	9
Jumlah		180	220	400

Berdasarkan tabel penentuan jumlah sampel dari populasi tertentu yang dikembangkan dari Isaac dan Michael, untuk tingkat kesalahan 5% dengan jumlah populasi 400 maka jumlah sampelnya adalah 186. Karena populasinya berstrata maka sampelnya juga berstrata. Stratanya ditentukan menurut jenis pekerjaan dan masing-masing sampel untuk jenis pekerjaan harus proporsional sesuai dengan populasi. Dengan demikian masing-masing pengambilan sampelnya adalah sebagai berikut:

$$\text{Petani} = \frac{240}{400} \times 186 = 111,6 = 112,$$

$$\text{Pedagang} = \frac{126}{400} \times 186 = 58,59 = 59,$$

$$\text{PNS} = \frac{14}{400} \times 186 = 6,51 = 6,$$

$$\text{Pensiunan} = \frac{11}{400} \times 186 = 5,115 = 5, \text{ dan}$$

$$\text{Karyawan swasta} = \frac{9}{400} \times 186 = 4,185 = 4.$$

Jadi, jumlah sampelnya = $111,6 + 58,59 + 6,51 + 5,115 + 4,185 = 186$. Jumlah yang pecahan dapat dibulatkan, sehingga jumlah sampel menjadi = $112 + 59 + 6 + 5 + 4 = 186$.

Selanjutnya, pengambilan sampel berdasarkan aktif pasifnya anggota dapat ditentukan sebagai berikut:

1. Sampel dari anggota aktif

$$\begin{aligned} \text{Petani} &= 110/240 \times 112 = 51,33 = 51, \\ \text{Pedagang} &= 54/126 \times 59 = 25,29 = 25, \\ \text{PNS} &= 8/14 \times 6 = 3,43 = 3, \\ \text{Pensiunan} &= 2/11 \times 5 = 0,91 = 1, \text{ dan} \\ \text{Karyawan swasta} &= 6/9 \times 4 = 2,67 = 3. \end{aligned}$$

2. Sampel dari anggota pasif

$$\begin{aligned} \text{Petani} &= 130/240 \times 112 = 60,67 = 61, \\ \text{Pedagang} &= 72/126 \times 59 = 33,71 = 34, \\ \text{PNS} &= 6/14 \times 6 = 2,57 = 3, \\ \text{Pensiunan} &= 9/11 \times 5 = 4,09 = 4, \text{ dan} \\ \text{Karyawan swasta} &= 3/9 \times 4 = 1,33 = 1. \end{aligned}$$

Dengan demikian, data populasi dan sampel penelitian dapat disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.3 Data populasi dan sampel penelitian

No	Keterangan	Populasi			Sampel		
		Anggota aktif	Anggota pasif	Jml	Anggota aktif	Anggota pasif	Jml
1	Petani	110	130	240	51	61	112
2	Pedagang	54	72	126	25	34	59
3	PNS	8	6	14	3	3	6
4	Pensiunan	2	9	11	1	4	5
5	Karyawan swasta	6	3	9	3	1	4
Jumlah		180	220	400	83	103	186

D. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini ada dua variabel yang diteliti yaitu:

1. Variabel bebas, terdiri dari kuliatas layanan yang digambarkan dengan simbol X_1 dan kinerja karyawan yang digambarkan dengan X_2 .

Adapun indikator variabel kuliatas layanan (X_1) meliputi Kualitas Karyawan, Pelayanan Administrasi, dan Fasilitas, sedangkan indikator variabel kinerja karyawan (X_2) meliputi Efektivitas dan Efisiensi, Tanggung jawab dan otoritas, Disiplin, dan Inisiatif.

2. Variabel terikat, yaitu kepuasan nasabah yang digambarkan dengan symbol Y. Adapun indikator variabel kepuasan nasabah (Y) meliputi Bukti Langsung, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati.

E. Definisi Operasional

1. Kualitas Layanan adalah suatu tindakan yang dilakukan oleh Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro dalam memenuhi kebutuhan nasabahnya. Berdasarkan kesimpulan teori yang diajukan maka indikatornya adalah:
 - a. kualitas karyawan,
 - b. pelayanan administrasi, dan
 - c. fasilitas.
2. Kinerja Karyawan adalah hasil kerja dari karyawan Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro yang dinilai oleh nasabah. Indikatornya meliputi:
 - a. efektivitas dan efisiensi, *commit to user*

- b. tanggung jawab dan otoritas,
 - c. disiplin, dan
 - d. inisiatif.
3. Kepuasan Nasabah adalah kepuasan yang dirasakan oleh nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

Indikatornya meliputi:

- a. bukti langsung,
- b. keandalan,
- c. daya tanggap,
- d. jaminan, dan
- e. empati.



F. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara. Bila dilihat dari segi cara atau teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2012: 156). Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner (angket) dan observasi (pengamatan) sebagai pendukung. Sedangkan sumber data diperoleh melalui dua sumber yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer

Data jenis ini dapat diperoleh dengan menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

customer to user

a. Observasi (pengamatan) langsung ke Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

a. Kuesioner, yaitu suatu teknik pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan berbentuk pilihan untuk dipilih oleh responden sesuai dengan kondisi yang dialaminya. Kuesioner ini bertujuan untuk mendapatkan data yang bersifat kuantitatif dan relevan dengan penelitian. Kuesioner tersebut terdiri dari:

1). Bagian 1

Berisi pertanyaan-pertanyaan pribadi untuk mengetahui karakteristik responden

2). Bagian 2

Berisi pertanyaan-pertanyaan untuk mendapatkan data tentang kualitas layanan, kinerja karyawan, dan kepuasan nasabah.

2. Data Sekunder

Data jenis ini dapat diperoleh dengan melakukan studi pustaka, yaitu dengan mempelajari dan meneliti literatur-literatur yang berkaitan dengan topik penelitian. Data sekunder juga dapat diperoleh dari data historis yang dimiliki oleh Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro. Pengumpulan data sekunder dimaksudkan untuk memperoleh tambahan informasi serta melengkapi penelitian.

G. Instrumen Penelitian

”Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati” (Sugiyono, 2005: 97). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner yang berisi butir-butir pertanyaan untuk dijawab oleh responden. Angket menggunakan model skala bertingkat dengan 5 alternatif jawaban.

Penetapan skor yang diberikan pada tiap-tiap butir instrumen adalah butir instrumen yang berbentuk pertanyaan. Karena seluruh instrumen berupa pernyataan positif, maka pemberian skor terhadap masing-masing butir adalah sebagai berikut:

1. skor 1 untuk jawaban A,
2. skor 2 untuk jawaban B,
3. skor 3 untuk jawaban C,
4. skor 4 untuk jawaban D, dan
5. skor 5 untuk jawaban E

H. Uji Coba Instrumen

Sebelum angket penelitian dipergunakan dalam penelitian sesungguhnya, angket tersebut diujicobakan terlebih dahulu. Uji coba instrumen dilakukan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar-benar merupakan instrumen yang baik. Baik-buruknya instrumen akan mempengaruhi benar-tidaknya data yang didapat. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu valid dan reliabel. Uji coba instrumen dimaksudkan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumennya, sehingga dapat diketahui layak tidaknya instrumen

yang digunakan dalam penelitian. Uji coba instrumen ini akan dilakukan kepada 30 orang nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro di luar sampel penelitian.

1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Uji ini dilakukan dengan melihat korelasi atau skor masing-masing item pertanyaan dengan skor total. Perhitungan dilaksanakan menggunakan rumus korelasi *product moment*, dengan bantuan *software* SPSS. Adapun rumus korelasi *product moment* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (1)$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y,

N : Jumlah responden,

$\sum XY$: Jumlah perkalian antara X dan Y,

$\sum X^2$: Jumlah dari X kuadrat, dan

$\sum Y^2$: Jumlah dari Y kuadrat (Sugiyono, 2005 : 182).

Dasar pengambilan keputusan jika r hitung lebih besar r tabel maka butir-butir soal tersebut valid dan jika r hitung lebih kecil r tabel maka butir-butir soal tersebut tidak valid atau gugur.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan bantuan komputer program *software* SPSS, diperoleh data sebagai berikut, dari 60 butir instrumen

commit to user

yang diujicobakan terdapat 21 butir yang tidak valid. Butir yang tidak valid tersebut karena memiliki koefisien korelasi $< 0,361$, sementara 39 butir lainnya memiliki koefisien korelasi $\geq 0,361$ sehingga dinyatakan valid. Rangkuman kedudukan variabel instrumen setelah uji coba adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4 Kedudukan variabel instrumen setelah uji coba

Variabel	Indikator	No Item Sebelum Uji Coba	No Item Setelah Uji Coba
Kualitas Layanan	1. Kualitas Karyawan	1, 2, 3, 4, 5	1, 4, 5
	2. Pelayanan Administrasi	6, 7, 8, 9, 10	6, 7, 8
	3. Fasilitas	11, 12, 13, 14, 15	13, 14, 15
Kinerja Karyawan	1. Efektivitas dan Efisiensi	16, 17, 18, 19, 20	16, 18, 19
	2. Tanggung jawab dan otoritas	21, 22, 23, 24, 25	21, 22, 24
	3. Disiplin	26, 27, 28, 29, 30	26, 28, 29
	4. Inisiatif	31, 32, 33, 34, 35	32, 34, 35
Kepuasan Nasabah	1. Bukti Langsung	36, 37, 38, 39, 40	37, 39, 40
	2. Keandalan	41, 42, 43, 44, 45	41, 42, 43, 45
	3. Daya Tanggap	46, 47, 48, 49, 50	47, 48, 49, 50
	4. Jaminan	51, 52, 53, 54, 55	52, 53, 54, 55
	5. Empati	56, 57, 58, 59, 60	56, 58, 60

2. Uji Reliabilitas

Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila dapat memberikan hasil yang sama bila dipakai untuk mengukur ulang. Perhitungan uji reliabilitas menggunakan teknik alpha, dengan bantuan *software* SPSS. Adapun rumus koefisien alpha adalah sebagai berikut:

$$r_n = \frac{K}{(K-1)} + \frac{\sum \sigma^2 b}{\sigma^2 t} \quad (2)$$

Keterangan:

r : reliabilitas instrumen, *commit to user*

K : banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal,

$\sum \sigma^2$: jumlah varians butir, dan

$\sigma^2 t$: varians total (Arikunto, 2002: 162)

Dasar pengambilan keputusannya jika r alpha hitung lebih besar dari r alpha tabel, maka instrument penelitian dinyatakan reliabel.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan dengan bantuan komputer program *software* SPSS, instrumen variabel penelitian ini dinyatakan reliabel karena memiliki indeks kehandalan $\geq 0,6348$ yaitu 0,929 sehingga dapat digunakan untuk penelitian.

I. Teknik Analisis Data

1. Analisis Regresi Berganda

Pengujian hipotesis satu sampai dengan tiga dilakukan dengan menganalisis data yang dilakukan melalui beberapa tahapan dengan memasukkan data kuantitatif yang didapatkan dari kuesioner yang sudah terkumpul. Analisis regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh variabel kualitas layanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah dengan menggunakan *software* SPSS. Adapun rumus regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$= a + b_1X_1 + b_2X_2 + e_i \quad (3)$$

Keterangan:

Y = kepuasan nasabah,

X_1 = kualitas layanan,

X_2 = kinerja karyawan, dan

e_i = *stochastic error term*.

Selanjutnya dilakukan analisis terhadap *goodness of fit* suatu model yakni Koefisienan determinasi (R^2). Koefisienan ini pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variansi variabel terikat. R^2 digunakan untuk mengetahui ketepatan atau kecocokan suatu garis regresi yang diterapkan terhadap suatu kelompok data hasil observasi dan untuk mengukur besarnya proporsi (%) atau variasi perubahan variabel dependen. Nilai R^2 berkisar antara 0-1 semakin besar nilai R^2 (mendekati 1) berarti semakin cocok suatu garis regresi dan sedemikian besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji ini digunakan untuk mengetahui gejala-gejala yang diteliti, apakah mempunyai distribusi normal atau tidak. Perhitungan uji normalitas menggunakan rumus Koefisien Kolmogorof Smirnof, dengan bantuan *software* SPSS. Adapun rumus Koefisien Kolmogorof Smirnof adalah sebagai berikut:

$$D = \text{maksimum} [f_o(X_i) - f_h(X_i)] \quad (4)$$

Keterangan:

D = Koefisien Kolmogorof Smirnof,

f_o = frekuensi kumulatif observasi,

f_h = frekuensi kumulatif harapan, dan

X_i = data observasi (Siegel, 1982 : 59).

Kriteria interpretasinya jika Koefisien Kolmogorof Smirnof tersebut memiliki signifikansi (p) lebih besar dari 0.05 maka data tersebut normal tetapi jika Koefisien Kolmogorof smirnof tersebut memiliki signifikansi (p) lebih kecil dari 0.05 maka data tersebut tidak normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilaksanakan sebagai syarat digunakannya analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini. Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui terjadi tidaknya multikolinieritas antar variabel bebas dan dilakukan dengan menyelidiki besarnya interkorelasi antar variabel bebas. Perhitungan uji multikolinieritas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment*, dengan bantuan *software* SPSS. Adapun rumus korelasi *product moment* adalah sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (5)$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien korelasi antara variabel X dan Y,

N : Jumlah responden,

$\sum XY$: Jumlah perkalian antara X dan Y,

$\sum X^2$: Jumlah dari X kuadrat, dan

$\sum Y^2$: Jumlah dari Y kuadrat (Sugiyono, 2005: 182).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan metode *Spearman Rank Correlation*, dengan bantuan *software* SPSS. Adapun rumus dengan metode *Spearman Rank Correlation* adalah sebagai berikut:

$$r^s = \frac{\sum D_i^2}{N(N-1)} \quad (6)$$

Keterangan:

r^s = Koefisien *Rank Spearman* antara *disturbance term* dengan variabel bebas,

D_i = Perbedaan antara rangking *residual* dengan rangking variabel bebas, dan

N = Jumlah observasi.

Apabila nilai koefisien korelasi antara variabel bebas dengan residu lebih kecil r -tabel atau nilai probabilitas koefisien korelasi lebih besar dari toleransi kesalahan yang digunakan (α), maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas, begitu juga sebaliknya apabila nilai koefisien korelasi antara variabel bebas dengan residu lebih besar dari r -tabel atau nilai probabilitas koefisien korelasi lebih kecil dari toleransi kesalahan yang digunakan (α), maka terjadi gejala Heteroskedastisitas.

3. Pengujian Hipotesis

Uji F digunakan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Apabila nilai F lebih besar dari 4 pada derajat kepercayaan 5%, maka hipotesis alternatif diterima, sehingga dapat dinyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

a. Merumuskan Hipotesis

$H_0 : b_i = 0$ artinya tidak ada pengaruh yang nyata antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

$H_{a1} : b_i \neq 0$ artinya ada pengaruh yang nyata antara variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama.

Menentukan tingkat *Confident of Level* ($\alpha = 5\%$) dan df dengan rumus $n-k$ untuk mengetahui F tabel.

b. Mencari F hitung (Sutrisno, 1995 : 26)

$$F_{\text{hitung}} = \frac{/(\quad)}{(\quad) / (\quad)} \quad (7)$$

c. Membandingkan F hitung dengan F tabel

1) $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$; H_0 ditolak artinya semua variabel yang digunakan sebagai penduga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2) $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$; H_0 diterima artinya semua variabel yang digunakan sebagai penduga secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

4. Uji signifikansi parameter individual (uji t)

Uji ini berguna untuk menunjukkan pengaruh satu variabel penjelas secara parsial/individual/sendiri-sendiri dalam menerangkan variansi variabel terikat. Kesignifikan nilai t ditunjukkan oleh *p-value* nya. Untuk menguji tingkat signifikan dari masing-masing koefisien regresi yang diperoleh dari perhitungan, maka pada pengujian parsial ini, prosedurnya dimulai dengan dirumuskannya hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_{a1}) bagi setiap koefisien regresi.

- a. $H_0: b_i = 0$ artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.
- b. $H_{a1} : b_i \neq 0$ artinya ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara individual.

Setelah langkah tersebut, maka selanjutnya adalah menentukan tingkat signifikan () dan *degree of freedom* (df) dengan rumus $n-k-1$ guna mengetahui t tabel untuk uji dua sisi. Langkah yang dilakukan adalah menentukan nilai t hitung dengan rumus:

$$t \text{ hitung} = \frac{b_i}{SE} \quad (8)$$

Keterangan:

b_i = Koefisien regresi (ke i), dan

SE = Standar Error.

Selanjutnya jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak, berarti variabel independen yang diteliti berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sebaliknya jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima, yang berarti variabel independen yang diteliti tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah, maka dilakukan penyebaran kuesioner kepada para nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro. Jumlah nasabah koperasi yang dijadikan responden adalah sebanyak 186 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Proportionate Stratified Random Sampling* yaitu dengan cara undian, sehingga peneliti mengambil responden yaitu nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro yang dijumpai pada saat peneliti melakukan penelitian yang dapat dijadikan sampel sampai mencapai jumlah 186. Berikut hasil data-data pendapat responden tentang kualitas layanan dan kinerja karyawan yang dijalankan Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro serta kepuasan nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

1. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan

Hasil tabulasi data kuesioner pada aspek kualitas layanan dapat dilihat dari proporsi jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 4.1 Tabulasi tanggapan responden terhadap kualitas layanan

Nomor item	Tidak baik		Kurang baik		Cukup baik		Baik		Sangat baik		Jumlah	
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	1	0,5	2	1,1	24	12,9	117	62,9	42	22,6	186	100
2	0	0,0	1	0,5	43	23,1	95	51,1	47	25,3	186	100
3	0	0,0	1	0,5	39	21,0	98	52,7	48	25,8	186	100
4	0	0,0	3	1,6	25	13,4	95	51,1	63	33,9	186	100
5	0	0,0	1	0,5	48	25,8	77	41,4	60	32,3	186	100
6	0	0,0	1	0,5	45	24,2	77	41,4	63	33,9	186	100
7	1	0,5	1	0,5	40	21,5	92	49,5	52	28,0	186	100
8	0	0,0	14	7,5	38	20,4	84	45,2	50	26,9	186	100
9	0	0,0	1	0,5	42	22,6	86	46,2	57	30,6	186	100
Rata-rata	0,2	0,1	2,8	1,5	38,2	20,5	91,2	49	53,6	28,8	186	100

Tanggapan responden terhadap aspek kualitas layanan menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa kualitas layanan baik yaitu sejumlah 49%. Artinya nasabah koperasi merasa puas dengan pelayanan yang diberikan di Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

2. Tanggapan Responden Mengenai Kinerja Karyawan

Hasil tabulasi data kuesioner pada aspek kinerja karyawan dapat dilihat dari proporsi jawaban responden sebagai berikut:

commit to user

Tabel 4.2 Tabulasi tanggapan responden terhadap kinerja karyawan

Nomor item	Tidak baik		Kurang baik		Cukup baik		Baik		Sangat baik		Jumlah	
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
10	1	0,5	1	0,5	25	13,4	83	44,6	76	40,9	186	100
11	0	0,0	2	1,1	23	12,4	80	43,0	81	43,5	186	100
12	0	0,0	1	0,5	32	17,2	71	38,2	82	44,1	186	100
13	0	0,0	6	3,2	27	14,5	80	43,0	73	39,2	186	100
14	0	0,0	4	2,2	22	11,8	91	48,9	69	37,1	186	100
15	0	0,0	4	2,2	28	15,1	66	35,5	88	47,3	186	100
16	0	0,0	2	1,1	18	9,7	133	71,5	33	17,7	186	100
17	0	0,0	7	3,8	25	13,4	122	65,6	32	17,2	186	100
18	1	0,5	6	3,2	41	22,0	105	56,5	33	17,7	186	100
19	0	0,0	2	1,1	53	28,5	93	50,0	38	20,4	186	100
20	1	0,5	2	1,1	31	16,7	120	64,5	32	17,2	186	100
21	1	0,5	2	1,1	26	14,0	112	60,2	45	24,2	186	100
Rata-rata	0,3	0,2	3,3	1,7	29,3	15,7	96,3	51,8	56,8	30,6	186	100

Tanggapan responden terhadap aspek kinerja karyawan menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa kinerja karyawan baik yaitu sejumlah 51,8%. Artinya nasabah koperasi merasa puas dengan kinerja karyawan Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

3. Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan Nasabah

Hasil tabulasi data kuesioner pada aspek kepuasan nasabah dapat dilihat dari proporsi jawaban responden sebagai berikut:

Tabel 4.3 Tabulasi tanggapan responden terhadap kepuasan nasabah

Nomor item	Tidak baik		Kurang baik		Cukup baik		Baik		Sangat baik		Jumlah	
	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
22	1	0,5	3	1,6	32	17,2	113	60,8	37	19,9	186	100
23	0	0,0	1	0,5	22	11,8	127	68,3	36	19,4	186	100
24	1	0,5	0	0,0	18	9,7	111	59,7	56	30,1	186	100
25	0	0,0	2	1,1	25	13,4	96	51,6	63	33,9	186	100
26	0	0,0	0	0,0	21	11,3	93	50,0	72	38,7	186	100
27	0	0,0	13	7,0	29	15,6	96	51,6	48	25,8	186	100
28	0	0,0	6	3,2	36	19,4	81	43,5	63	33,9	186	100
29	0	0,0	2	1,1	23	12,4	113	60,8	48	25,8	186	100
30	1	0,5	3	1,6	25	13,4	128	68,8	29	15,6	186	100
31	0	0,0	4	2,2	28	15,1	122	65,6	32	17,2	186	100
32	0	0,0	2	1,1	29	15,6	111	59,7	44	23,7	186	100
33	0	0,0	9	4,8	26	14,0	103	55,4	48	25,8	186	100
34	0	0,0	5	2,7	32	17,2	79	42,5	70	37,6	186	100
35	0	0,0	2	1,1	37	19,9	105	56,5	42	22,6	186	100
36	1	0,5	7	3,8	25	13,4	116	62,4	37	19,9	186	100
37	1	0,5	2	1,1	27	14,5	117	62,9	39	21,0	186	100
38	1	0,5	3	1,6	37	19,9	106	57,0	39	21,0	186	100
39	0	0,0	2	1,1	43	23,1	76	40,9	65	34,9	186	100
Rata-rata	0,3	0,2	3,7	2,0	28,6	15,4	105,2	56,5	48,2	25,9	186	100

Tanggapan responden terhadap aspek kepuasan nasabah menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa kepuasan nasabah baik yaitu sejumlah 56,5%. Artinya nasabah koperasi merasa puas dengan kualitas layanan dan kinerja karyawan Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

B. Analisis Data

1. Uji Persyaratan Analisis

Model regresi akan dijadikan sebagai dasar pengujian hipotesis penelitian.

Pengujian yang akurat dapat diperoleh apabila persamaan regresi yang diperoleh

termasuk BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Kondisi ini dapat dicapai apabila data yang digunakan memenuhi beberapa uji prasyarat.

a. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah adanya korelasi sempurna atau signifikan antar variabel independen. Sebagaimana sifat dasarnya variabel independen haruslah tidak berkorelasi dengan variabel independen lainnya. Multikolinieritas merupakan masalah yang dapat mengurangi akurasi hasil analisis regresi. Korelasi antar variabel independen dalam penelitian ini diuji dengan teknik *pearson's product moment*, dengan bantuan program *software* SPSS.

Kedua variabel dinyatakan tidak berkorelasi signifikan apabila uji korelasi menghasilkan nilai signifikansi ($p > 0,05$). Perhitungan korelasi antara kualitas layanan dan kinerja karyawan menghasilkan koefisien korelasi (r) sebesar 0,096 dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0,191. Karena nilai signifikansi ($p > 0,05$) maka kedua variabel independen dinyatakan tidak berkorelasi signifikan, sehingga data yang digunakan untuk model regresi lolos dari masalah multikolinieritas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah gejala ketidaksamaan variansi residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Gejala ini dapat mengurangi akurasi hasil analisis regresi. Ada tidaknya heteroskedastisitas dapat diketahui dengan mengkorelasikan data tiap-tiap variabel independen dengan data residual. Model regresi dinyatakan lolos masalah heteroskedastisitas apabila tidak terdapat

korelasi yang signifikan ($p > 0,05$) antara kedua variabel independen masing-masing dengan residual. Pendekatan dalam pengujian ini menggunakan *software* program SPSS. Hasil uji korelasi antara kedua variabel independen dengan residual dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Korelasi	p	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1) – Residual	0,773	Tidak Signifikan
Kinerja Karyawan (X_2) – Residual	0,887	Tidak Signifikan

Pada tabel 4.4 dapat dilihat bahwa uji korelasi antara kedua variabel independen masing-masing dengan residual menghasilkan nilai signifikansi (p) $> 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa kedua korelasi tersebut tidak signifikan. Dengan demikian data yang digunakan untuk model regresi lolos masalah heteroskedastisitas.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah data memiliki sebaran yang normal. Uji normalitas data dalam penelitian ini digunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Untuk menerima atau menolak hipotesis dengan cara membandingkan *p-value* dengan taraf signifikansi (α) sebesar 0,05. Jika *p-value* $> 0,05$, maka data berdistribusi normal (Ghozali, 2001). Hasil pengujian normalitas dari *Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel 4.3 sebagai berikut.

Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas

Variabel	p	Keterangan
Kualitas Layanan (X_1)	0,480	Normal
Kinerja Karyawan (X_2)	0,441	Normal
Kepuasan Nasabah (Y)	0,444	Normal

Pada tabel 4.5 dapat dilihat bahwa uji normalitas terhadap data ketiga variabel menghasilkan nilai signifikansi (p) > 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa data semua variabel berdistribusi normal.

Hasil ketiga pengujian menunjukkan bahwa data yang digunakan untuk menyusun model regresi linier ganda memenuhi syarat. Berdasarkan ini maka hasil analisis regresi dapat dijamin memiliki akurasi yang baik.

2. Hasil Analisis Data

a. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil analisis data dengan menggunakan analisis regresi berganda didapatkan nilai koefisien regresi sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Analisis Regresi Berganda

	Koefisien	t_{hitung}	Signifikansi
Konstanta	16,052		
Kualitas Layanan	0,515	6,903	0,000
Kinerja Karyawan	0,775	10,758	0,000
<i>Adjusted R</i> ²	0,488		
F Statistik	89,656		0,000

Sumber: data primer diolah

Berdasarkan hasil analisis di atas, maka hubungan linier antara kualitas layanan dan kinerja karyawan dengan kepuasan nasabah secara matematis dapat dinyatakan dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 16,052 + 0,515 X_1 + 0,775 X_2$$

di mana:

Y = kepuasan nasabah

X₁ = kualitas layanan

X₂ = kinerja karyawan

Untuk mendapatkan pemahaman yang tepat mengenai interpretasi persamaan regresi linier tersebut, perlu diketahui bahwa persamaan tersebut disusun dengan menggunakan data-data skor hasil jawaban kuesioner yang terdiri atas 9 item pertanyaan variabel kualitas layanan (X₁), 12 item pertanyaan variabel kinerja karyawan (X₂) dan 18 item pertanyaan variabel kepuasan nasabah (Y). Dengan skala skor yang sama pada tiap item pertanyaan maka rentang skor Y akan jauh lebih besar dibandingkan rentang skor X₁ dan X₂. Hal inilah yang menyebabkan konstanta bernilai positif dan cukup besar yaitu 16,052. Adapun koefisien regresi X₁ dan X₂ bernilai positif secara matematis menunjukkan bahwa penambahan skor X₁ maupun X₂ akan menyebabkan peningkatan skor Y. Hal ini berarti bahwa kontribusi pengaruh kualitas layanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah baik masing-masing maupun secara bersama-sama bersifat positif.

b. Uji Parameter Individual (Uji t)

Parameter individual dalam persamaan regresi adalah koefisien regresi variabel independen. Uji statistik t terhadap koefisien regresi dapat digunakan untuk menguji pengaruh individual masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Pengaruh kualitas layanan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas layanan secara individual terhadap kepuasan nasabah.

a. Menentukan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

$H_0 : \beta_1 = 0$: artinya tidak ada pengaruh secara parsial kualitas layanan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y).

$H_a : \beta_1 \neq 0$: artinya ada pengaruh secara parsial kualitas layanan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y).

b. Menentukan *level of signifikan* $\alpha = 0,05$ dengan *degree of freedom* (df) = 186-3 diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,65$

c. Menentukan kriteria pengujian

Ho diterima jika: $-t_{\alpha/2 (n-3)} \leq t_{hitung} \leq t_{\alpha/2 (n-3)}$

Ho ditolak jika: $t_{hitung} > t_{\alpha/2 (n-3)}$ atau $t_{hitung} < -t_{\alpha/2 (n-3)}$

d. Perhitungan nilai t

Dari hasil analisis data dengan bantuan komputer program SPSS diperoleh t_{hitung} sebesar = 6,903 dengan $p = 0,000$.

e. Keputusan

Keputusan yang diambil adalah karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,903 > 1,65$ dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0,000. Nilai signifikansi (p) $< 0,05$, maka H_1 diterima. Artinya aspek kualitas layanan secara parsial berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan nasabah. Aspek kualitas layanan memberikan dampak positif terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh kinerja karyawan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh kinerja karyawan secara individual terhadap kepuasan nasabah.

a. Menentukan hipotesis nihil dan hipotesis alternatif

$H_0 : \beta_1 = 0$: artinya tidak ada pengaruh secara parsial kinerja karyawan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y).

$H_a : \beta_1 \neq 0$: artinya ada pengaruh secara parsial kinerja karyawan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y).

b. Menentukan *level of signifikan* $\alpha = 0,05$ dengan *degree of freedom* (df) = 186-3 diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,65$

c. Menentukan kriteria pengujian

H_0 diterima jika: $-t_{\alpha/2 (n-3)} \leq t_{hitung} \leq t_{\alpha/2 (n-3)}$

H_0 ditolak jika: $t_{hitung} > t_{\alpha/2 (n-3)}$ atau $t_{hitung} < -t_{\alpha/2 (n-3)}$

d. Perhitungan nilai t

Dari hasil analisis data dengan bantuan komputer program SPSS diperoleh t_{hitung} sebesar = 10,758 dengan $p = 0,000$.

e. Keputusan

Keputusan yang diambil adalah karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $10,758 > 1,65$ dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0,000. Nilai signifikansi (p) < 0,05, maka H_2 diterima. Artinya aspek kinerja karyawan secara parsial

berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Aspek kinerja karyawan memberikan dampak positif terhadap kepuasan nasabah.

c. Uji F (Pengaruh secara simultan)

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan secara simultan terhadap kepuasan nasabah koperasi maka untuk menentukan signifikansi dari pengujian tersebut dilakukan uji F.

Langkah pengujianya adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis nol dan hipotesis alternatif

$H_0: \beta_1 = \beta_2 = 0$: artinya tidak ada pengaruh kualitas layanan dan kinerja karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah.

$H_a: \beta_1 \neq \beta_2 \neq 0$: artinya ada pengaruh pengaruh kualitas layanan dan kinerja karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah koperasi.

2. Menentukan *Level of significance* $\alpha = 5\%$; dengan $(k; n-k-1)$

3. Menentukan $F_{tabel} = 0,05 (3; 182)$ adalah 2,65

4. Kriteria pengujian

H_0 diterima apabila $F_{hitung} \leq 2,65$

H_0 ditolak apabila $F_{hitung} > 2,65$

5. Berdasarkan perhitungan didapat nilai F diperoleh nilai F_{hitung} sebesar = 89,656.

6. Keputusan

Berdasarkan hasil analisis diketahui $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $89,656 > 2,65$ dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0,000. Nilai signifikansi (p) $< 0,05$, maka terdapat pengaruh yang signifikan kualitas layanan dan kinerja karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. Sehingga hipotesis ketiga (H_3) dinyatakan diterima.

d. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan besarnya variasi dari variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen dalam model. Nilai R^2 berkisar antara 0 sampai 1. Apabila R^2 mendekati 1, ini menunjukkan bahwa variasi variabel dependen secara bersama-sama dapat dijelaskan oleh variasi variabel independen. Sebaliknya jika nilai R^2 mendekati 0, maka variasi dari variabel dependen tidak dapat dijelaskan oleh variabel independen.

Hasil uji memperoleh nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar = 0,488. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kinerja karyawan berpengaruh sebesar 48,8% terhadap kepuasan nasabah, sedangkan 51,2% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

C. Pembahasan

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Hasil uji t memperoleh nilai karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,903 > 1,65$ dengan nilai signifikansi (p) sebesar 0,000. Nilai signifikansi (p) $< 0,05$, maka H_1 diterima. Artinya aspek kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan nasabah. Aspek kualitas layanan memberikan dampak positif terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan menjadi faktor penting yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro. Kualitas pelayanan yang unggul yang diterima oleh nasabah dipercaya akan memberikan rasa puas bagi nasabah yang akhirnya akan memberikan rasa percaya pada nasabah untuk menggunakan produk atau jasa yang diberikan oleh badan usaha. Apabila Kualitas layanan adalah keunggulan-keunggulan atas pelayanan yang yang digunakan. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Kotler dalam Utomo dan Kusmanto (2009: 105) yang berpendapat bahwa kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan.

Demikian juga menurut Prayag dalam Yulianto (2010: 2) yang berpendapat bahwa kualitas layanan merupakan aktivitas utama dalam strategi marketing yang dilakukan oleh perusahaan di mana perusahaan harus memiliki komitmen untuk selalu memberikan pelayanan yang berkualitas agar mampu tumbuh dan berkembang. Dengan demikian jelas bahwa pelayanan merupakan salah satu bentuk marketing yang tujuannya adalah agar nasabah selalu menggunakan produk atau jasa yang telah dipakainya atau agar pengguna tidak berpindah ke produk/jasa yang lain.

Adapun kualitas pelayanan yang dilakukan oleh Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro dalam memberikan kepada nasabahnya antara lain sebagai berikut:

a. Kualitas karyawan

- 1) Karyawan yang cakap dalam bidangnya.

commit to user

- 2) Karyawan yang terampil dalam menjalankan tugas.
 - 3) Karyawan yang berpengalaman dalam mendukung tugasnya.
 - 4) Kesungguhan karyawan dalam melaksanakan tugas.
 - 5) Kesegaran dan kesehatan karyawan selama bertugas.
- b. Pelayanan administrasi
- 1) Pelayanan yang diberikan sesuai dengan peraturan yang ditetapkan.
 - 2) Pelayanan dilakukan dengan cepat.
 - 3) Pelayanan yang diberikan dijadwalkan pada waktu yang tepat.
 - 4) Kemudahan dalam proses pelayanan.
 - 5) Petugas selalu siap melayani nasabah bila dibutuhkan.
- c. Fasilitas
- 1) Fasilitas gedung yang lengkap.
 - 2) Kenyamanan dan kebersihan ruang pelayanan.
 - 3) Kemudahan menghubungi melalui telepon.
 - 4) Peralatan yang dimiliki saat ini cukup modern.
 - 5) Letak kantor yang mudah dijangkau (strategis).

Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro telah berusaha untuk memberikan kualitas pelayanan semaksimal mungkin yang terdiri dari kualitas karyawan, pelayanan administrasi dan fasilitas. Hal ini sesuai dengan pendapat dari Hadiati dan Ruci (1999: 58) yang berpendapat bahwa, "Kualitas pelayanan meliputi sikap *customer service*, tanggapan terhadap keluhan konsumen, jasa pembayaran, fasilitas tambahan dan ketepatan waktu".

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Indra dan Gunarsih (2008) dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Perorangan dan Kelompok: Studi Kasus pada PD BPR

Bank Pasar Kabupaten Karanganyar". Hasil penelitiannya adalah (a) variabel bebas *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangible* secara individual berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah, (b) variabel bebas *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangible* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan debitur di PD BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar, dan (c) Nilai koefisien determinasi (R^2) untuk kredit perorangan sebesar 0,898. Ini menunjukkan sebesar 89,8 % variabel *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangible* mampu mempengaruhi variabel kepuasan nasabah secara signifikan, sedangkan sebesar 11,2 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model. Nilai koefisien determinasi (R^2) kredit kelompok sebesar 0,820 artinya sebesar 82,0 % variabel *reliability*, *responsiveness*, *empathy*, *assurance*, dan *tangible* mampu mempengaruhi variabel kepuasan nasabah secara signifikan, sedangkan sebesar 18,0 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

2. Pengaruh Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji t memperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($10,758 > 1,65$) dengan $p < 0,05$, maka H_2 diterima. Artinya aspek kinerja karyawan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah koperasi. Aspek penerapan kinerja karyawan memberikan dampak positif terhadap kepuasan nasabah koperasi. Peranan sumber daya manusia yang dimiliki Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro yang berupa kemampuan atau ketrampilan karyawan dalam melayani nasabah berupa efektivitas dan efisiensi, keandalan, tanggung jawab, disiplin, mampu memberikan penyelesaian terhadap

masalah yang muncul serta memberikan bukti langsung dengan pelayanan yang unggul.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Susanto (2003) dengan judul penelitian Hubungan Kinerja Karyawan Bagian Pemasaran dan Persepsi Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen di *Show Room* Motor Nasha Yogyakarta. Hasil penelitiannya adalah ada hubungan yang positif dan signifikan antara Kinerja Karyawan Bagian Pemasaran dengan Kepuasan Nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kinerja Karyawan terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil uji F memperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $89,656 > 2,65$, maka terdapat pengaruh yang signifikan dari antara kualitas layanan dan kinerja karyawan secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah, sehingga hipotesis ketiga (H_3) dinyatakan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kinerja karyawan menjadi faktor penting yang dapat memengaruhi kepuasan nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro dalam menggunakan jasa koperasi di Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro. Apabila ditinjau pada kajian teori tentang kepuasan nasabah oleh Parasuraman, Zeithaml dan Beny (1993) yaitu kepuasan nasabah terhadap layanan, ada dua hal pokok yang saling berkaitan erat yaitu harapan nasabah terhadap kualitas layanan (*expected quality*) dan persepsi nasabah terhadap kualitas layanan (*perceived quality*). Sedangkan hidayat

(2009:59), mengatakan bahwa, “Nasabah selalu menilai suatu layanan yang diterima dibandingkan dengan apa yang diharapkan atau diinginkan”.

Kepuasan menjadi konsep banyak digunakan untuk memeriksa kinerja perusahaan. Dalam kaitan ini dikenal “*disconfirmation and expectation*” untuk menjelaskan dan sebagai ukuran kepuasan. Terciptanya kepuasan pelanggan menjadi syarat mutlak untuk perkembangan satu perusahaan, pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang dan menjadi pelanggan yang loyal.

Peningkatan kepuasan nasabah sangat perlu dilakukan, bukan hanya untuk mempertahankan nasabahnya, tetapi juga untuk menarik nasabah baru. Nasabah yang merasa puas akan menyebarkan informasi itu ke teman dan keluarganya. Strategi peningkatan layanan yang akan meningkatkan kepuasan nasabah ini akan meningkatkan jumlah nasabah sehingga dapat meningkatkan pendapatan dan akhirnya meningkatkan laba yang diperoleh (Kuswanto, 2009: 133).

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap kesesuaian antara harapan dan kenyataan kinerja suatu produk atau jasa. Jika suatu produk atau jasa tersebut berfungsi sesuai dengan harapan maka nasabah akan puas dan sebaliknya jika suatu produk atau jasa tidak bisa berfungsi sesuai dengan harapan nasabah, maka nasabah akan merasa tidak puas. Adapun variabel yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan nasabah adalah variabel kualitas layanan dan kinerja karyawan.

Dari uji determinasi diperoleh nilai (R^2) sebesar 0,488. Nilai koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kinerja karyawan berpengaruh sebesar 48,8% terhadap kepuasan nasabah, sedangkan 51,2% sisanya

dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Hal ini berarti sumbangan kualitas layanan (X_1) dan kinerja karyawan (X_2) hanya sebesar 48,8% yang menunjukkan sumbangan untuk kepuasan nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro masih kecil dan sisanya 51,2% dipengaruhi oleh faktor lain seperti promosi, hadiah, suku bunga dan lain sebagainya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan nasabah ditentukan oleh banyak faktor diantaranya adalah kualitas layanan dan kinerja karyawan yang mampu memberikan sumbangan sebesar 48,8% sedangkan sisanya 51,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Hasil penelitian ini juga didukung dengan hasil penelitian sejenis sebelumnya yang dilakukan oleh Penelitian yang dilakukan oleh Wibowo dan Fitria (2009) dengan judul Pengaruh Kinerja Kualitas Pelayanan Melalui *Seven Romancing Moments* Terhadap Pembelian Ulang Pada Restoran Hoka Hoka Bento Cabang Setia Budi Bandung. Hasil dari penelitiannya menunjukkan program layanan *seven romancing moments* yang terdiri dari *irasshaimase mobile service*, pembayaran di kasir, *greeting customer* di loby, menawarkan dan mengantarkan menu, *take away*, serta *arigato gozaimatsu*, memiliki kategori yang tinggi, dengan dimensi *seven romancing moments* yang paling tinggi pengaruhnya terhadap pembelian ialah *mobile service*. Pembelian ulang pada restoran Hoka Hoka Bento cabang Setia Budi Bandung secara umum berkategori cukup dengan dimensi pembelian ulang yang paling tinggi karena kepuasan terhadap pelayanan. Hal tersebut menunjukkan bahwa pelaksanaan program layanan *seven romancing moments* yang dilakukan Hoka Hoka Bento melalui *Irasshaimase mobile service*,

pembayaran di kasir, *greeting customer* di loby, menawarkan dan mengantarkan menu, *take away*, serta *arigato gozaimatsu* mampu mempengaruhi pembelian ulang pada restoran Hoka Hoka Bento cabang Setiabudi Bandung.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian yang berbunyi:

- a. Kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro, terbukti kebenarannya.
- b. Kinerja karyawan berpengaruh pada kepuasan nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro, terbukti kebenarannya.
- c. Kualitas Layanan dan Kinerja Karyawan secara bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro, terbukti kebenarannya.

D. Keterbatasan

Dalam penelitian ini, keterbatasan yang menjadi kendala dalam proses penelitian adalah responden. Hal ini disebabkan sebagian besar responden penelitian adalah petani yang merupakan lulusan Sekolah Dasar. Akibatnya, seringkali kesulitan dalam memahami item pertanyaan pada kuesioner, sehingga perlu dijelaskan lebih detail arti dari setiap item pada kuesioner tersebut.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, IMPLEMENTASI DAN SARAN-SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan secara individual berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.
2. Kinerja karyawan secara individual berpengaruh terhadap kepuasan nasabah koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif yang signifikan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.
3. Kualitas layanan dan kinerja karyawan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif yang signifikan kualitas layanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro.

B. Implikasi

Berdasarkan kesimpulan penelitian di atas, implikasi dari penelitian ini adalah:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini memberikan makna jika menginginkan tingginya kepuasan nasabah maka kualitas karyawan, pelayanan administrasi dan fasilitas harus ditingkatkan.
2. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini memberikan makna jika menginginkan tingginya kepuasan nasabah maka efektivitas dan efisiensi, tanggung jawab, disiplin dan penyelesaian masalah harus ditingkatkan.
3. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini memberikan makna jika menginginkan tingginya kepuasan nasabah maka bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati harus ditingkatkan.

C. Implementasi dibidang Pendidikan

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, maka implementasi dalam pendidikan yaitu:

1. Dapat menambah pengetahuan peneliti dalam mengajar materi perkoperasian yang diajarkan pada kelas X lintas minat,
2. Sebagai bahan ajar dalam bidang perkoperasian di SMA Negeri 1 Bojonegoro,

3. Meningkatkan pengelolaan Koperasi Siswa SMA Negeri 1 Bojonegoro baik dari segi kualitas layanan, kinerja karyawan serta kepuasan siswa sebagai anggota.

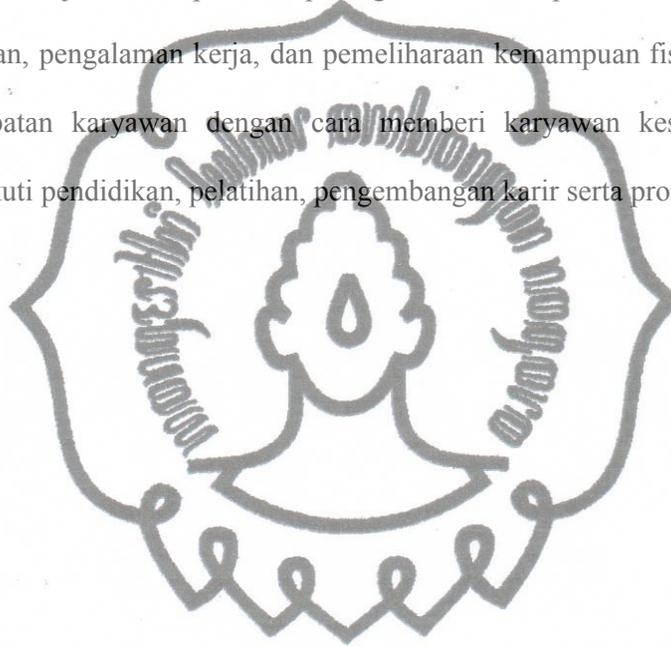
D. Saran-saran

Berikut adalah beberapa saran yang dapat dikemukakan terkait dengan penelitian yang telah dilakukan.

1. Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro hendaknya terus menjaga kepercayaan yang telah diberikan oleh nasabah dan terus meningkatkan layanan dan kinerja karyawannya agar lebih professional dengan terus memberikan kebijakan dan aturan-aturan yang memberikan kemudahan bagi nasabah untuk bertransaksi dengan koperasi serta memberikan fasilitas-fasilitas penunjang demi kelancaran dan kenyamanan transaksi. Disamping itu pembagian wewenang dan tanggung jawab yang jelas pada karyawan koperasi, disiplin dan etika karyawan harus selalu dijaga dan ditingkatkan untuk mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien.
2. Koperasi Pondok Pesantren Mamba'ul Mubbasyirin Shiddiqiyah Bojonegoro dalam usaha untuk memuaskan nasabahnya perlu memperhatikan dua hal yang paling pokok yaitu factor kualitas layanan dan kinerja karyawan yaitu dengan melakukan pengumpulan keluhan secara aktif dan merancang sistem penanganan keluhan yang efisien serta terus memperbaiki sistem pelayanan guna menjaga kepuasan nasabah. Di samping itu, koperasi perlu memberikan penghargaan dan pengakuan kepada setiap karyawan yang memiliki prestasi

dan disiplin tinggi untuk meningkatkan motivasi, dan rasa memiliki setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi koperasi dan bagi nasabah atau anggota yang dilayani.

3. Kinerja karyawan dapat ditingkatkan dengan cara memelihara semangat tinggi dalam bekerja dan berprestasi; peningkatan kemampuan melalui pendidikan, pelatihan, pengalaman kerja, dan pemeliharaan kemampuan fisik; peningkatan kesempatan karyawan dengan cara memberi karyawan kesempatan untuk mengikuti pendidikan, pelatihan, pengembangan karir serta promosi jabatan.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Dayang Nailul Munna Abang & Francine Rozario. 2010. Influence of Service and Product Quality towards Customer Satisfaction: A Case Study at the Staff Cafeteria in the Hotel Industry. *International Journal of Human and Social Sciences*, Vol. 5, No. 7, pp. 454 – 459.
- Alamgir, Mohammed & Mohammad Shamsuddoha. 2004. *Service Quality Dimensions: A Conceptual Analysis*. Vol. 19, pp. 1 – 11.
- Altman, Ralph F. Helms, Marilyn M. 1995. Quantifying Service Quality: Case Study of a Rental Car Agency. *Production and Inventory Management Journal, Alexandria; Second Quarter*, Vol. 36, Edisi 2; pp. 45-50.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Baswir, Revrisond. 2000. *Koperasi Indonesia*. Yogyakarta: BPEP.
- Chakrabarty, S., Whitten, D., & Green, K. W. 2008. Understanding service quality and relationship quality in IS outsourcing: Client orientation & promotion, project management effectiveness, and the task-technology-structure fit. *Journal of Computer Information Systems*, Vol. 48, No. 2, pp. 1-15.
- Craven, D.W. 1996. *Strategic Marketing International Edition*. New York: Irwin McGraw-Hill.
- Dewi, Sarita Permata. 2012. Pengaruh Pengendalian Internal dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan SPBU Yogyakarta (Studi Kasus pada SPBU Anak Cabang Perusahaan RB.Group). *Jurnal Nominal*, Vol. 1, No. 1.
- Dharmayanti, Diah. 2006. Analisis Dampak Service Performance dan Kepuasan Sebagai Moderating Variable Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi pada Nasabah Tabungan Bank Mandiri Cabang Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 1, No. 1, pp. 35-43.
- Djati, S. Pantja & Didit Darmawan. 2005. Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, dan Kesetiaan Pelanggan. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 1, pp. 48-59.

- Dodik, Agung Indra & Tri Gunarsih. 2008. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Perorangan dan Kelompok: Studi Kasus pada PD BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar. PPs UMS, Surakarta, Edisi Elektronik, diakses Senin, 8 September 2008.
- Edvardsson, Bo. 2005. Service quality: beyond cognitive assessment. *Managing Service Quality*, Vol. 15, No. 2, pp. 127-131.
- Elnaga, Amir & Amen Imran. 2013. The Effect of Training on Employee Performance. *European Journal of Business and Management*, Vol. 5, No. 4, pp. 137 – 147.
- Green, K. W., Chakrabarty, S., & Whitten, D. 2007. Organisational culture of customer care: Market orientation and service quality. *International Journal of Services and Standards*, Vol. 3, No. 2, pp. 137-153.
- Hadiati, Sri dan Sarwi Ruci. 1999. Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Telkomsel Malang Area. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.1, No. 1, pp. 56 – 64.
- Hameed, Abdul & Aamer Waheed. 2011. Employee Development and Its Affect on Employee Performance A Conceptual Framework. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2, No. 13, pp. 224-229.
- Hani, Handoko, T. 2013. *Manajemen Edisi 2*. Yogyakarta: BPFE.
- Hardi, Utomo dan Kusmanto. 2009. Pengaruh Pengawasan dan Pelayanan Terhadap Kinerja Bagian Pemasaran (Studi Kasus KSP Artha Prima). *Among makarti*, Vol. 2, No. 4, pp. 98-128.
- Hasibuan, M.S.P. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi Revisi*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hendar. 2010. *Manajemen Perusahaan Koperasi: Pokok-Pokok Pikiran Mengenai Manajemen dan Kewirausahaan Koperasi*. Jakarta: Erlangga.
- Hidayat, Rachmad. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol.11, No. 1, pp. 59-72.
- Imam, Rudy, dan Wilma. 2010. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di McDonald's SetiaBudhi Bandung. *ProMark*, Vol. 1, No. 1, pp. 1-12.

- Japarianto, E., Poppy Laksmono dan Nur Ainy Khomariyah. 2007. Analisa Kualitas Layanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 3, No. 1, pp. 34-42.
- Johannes, Mulyadi Raf dan M. Lukman. 2009. Analisis Kepuasan Nasabah Prioritas Berdasarkan Bauran Pemasaran (Kasus Pada PT. Bank Central Asia, Tbk Kantor Cabang Utama Jambi). *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern*, Vol. 1, No.1, pp. 35-45.
- Koesmono, Teman. 2005. Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Motivasi Dan Kepuasan Kerja Serta Kinerja Karyawan Pada Sub Sektor Industri Pengolahan Kayu Skala Menengah Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 2, pp. 171-188.
- Kuswanto, Adi. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, No. 2, Vol. 14, pp. 125-134.
- Mead, Donald C. & Carl Liedholm. 1998. The Dynamics of Micro and Small Enterprises in Developing Countries. *World Development*, Vol. 26, No. 1, pp. 61-74.
- Mohsan, F., Muhammad Musarrat Nawaz, M. Sarfraz Khan, Zeeshan Shaukat & Numan Aslam. 2011. Impact of Customer Satisfaction on Customer Loyalty and Intentions to Switch: Evidence from Banking Sector of Pakistan. *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 2, No. 16, pp. 263-270.
- Mubarok, Ahmad Rifqi. 2007. Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan di *Orlen Car Wasd & Saloon* Jalan Pahlawan Bandung. *Undergraduate Theses from JBPTPOLBAN*, diakses 4 April 2012.
- Musanto, Trisno. 2004. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, Vol. 6, No. 2, pp. 123 – 136.
- Nugrahani, Dewi Shanti. 2011. Pengaruh Pelayanan Unggul dan Strategi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel Ganesha Purworejo. *Talenta Ekonomi – FE UKS*, Vol 5, No. 2, pp. 95-109.
- Nurhidayati, Yuli Budiati dan Witjaksono E.H. 2011. Perbedaan Kinerja Karyawan Tetap dan Kontrak pada FMIPA Undip. *Jurnal Dinamika Sosbud*, Vol. 13, No. 1, pp. 66 – 80.
- Respatiningsih, Hesti. 2011. Manajemen Kredit Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, No. 1, pp. 31-44.

- Rusdarti. 2009. Pengaruh Keterlibatan Pembina, Kemampuan Pengurus dan Partisipasi Anggota Terhadap Kinerja Keuangan Koperasi Pondok Pesantren. *Jejak*, Vol. 2, No. 1, pp. 8 – 21.
- Ruvendi, Ramlan dan Ismulyana Djan. 2005. Faktor Daya Tarik STIE Binaniaga dan Kinerja Pelayanan Menurut Persepsi Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Binaniaga*, Vol. 1, No. 2, pp. 34- 44.
- Siagian, S.P. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Siegel, S. 1982. *Statistik Non Parametrik*. Jakarta: PT Gramedia.
- Singh, Archana & Mili Sriyatava. 2013. Factors Affecting Customer Satisfaction: A Study on Maruti Suzuki. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, Vol. 3, Issue 5, pp. 865 – 874.
- Sitio, Arifin dan Halomoan Tamba. 2001. *Koperasi, Teori dan Praktek*. Jakarta: Erlangga.
- Soffan, Arif dan Prijati. 2013. Kualitas Pelayanan Pengelolaan ATM dan Kepuasan Nasabah: Studi Pada Bank BNI 1946 Pasuruan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 1, No. 1, pp. 134-148.
- Subramaniam, S. 2011. Managing & Rewarding Employee's Performance. *International Journal of Multidisciplinary Research*, Vol. 1, Issue 7, pp. 262 – 271.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sumardiningih, S., Wawan Sundawan, Lies Endarwati, Arif Wibow, & Yulia Ayriza. 2012. Pengaruh Dimensi Banking Service Quality (BSQ) terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Jurnal Economia*, Vol. 8, No. 2, pp. 126-134.
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutrisno, Hadi. 1995. *Analisis Regresi*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Suyadi, Prawirosentono. 1999. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Kebijakan Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: BPFE.

- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tulus, M.A. 1995. *Manajemen Sumber Daya Manusia Panduan Mahasiswa*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.
- Vivi dan Rorlen. 2007. Pengaruh Iklim Organisasi dan Kedewasaan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Graha Tungki Arsitektika Jakarta. *Business and Management Journal Bunda Mulia*, Vol: 3, No. 1, pp. 51-59.
- Wellington, C. 1998. *Costumer Behavior*. Alih Bahasa Alexander Sindoro. Jakarta: Erlangga.
- Wibowo, Lili Adi dan Esti Fitria. 2009. Pengaruh Kinerja Kualitas Pelayanan Melalui Seven Romancing Moments Terhadap Pembelian Ulang Pada Restoran Hoka Hoka Bento Cabang SetiaBudi Bandung. Vol. 8, No. 16.
- Widiyanti, Ninik. 2003. *Manajemen Koperasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Yulianto, Arief. 2010. Meningkatkan Kualitas Pelayanan Jasa Penerbangan Indonesia Paska Insiden Kecelakaan Pesawat Terbang? *Jurnal Dinamika Manajemen*, Vol. 1, No. 1, pp. 1-8.

KUALITAS KARYAWAN

INDIKATOR	JAWABAN				
	Tidak baik	Kurang baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
	1	2	3	4	5
1. Kecakapan karyawan dalam melayani nasabah					
2. Ketrampilan karyawan dalam menjalankan tugas					
3. Pengalaman karyawan dalam mendukung bertugas					
4. Kesungguhan karyawan dalam melaksanakan tugas					
5. Kesegaran dan kesehatan karyawan selama bertugas					

PELAYANAN ADMINISTRASI

INDIKATOR	JAWABAN				
	STS	TS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
6. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan peraturan yang ditetapkan					
7. Pelayanan nasabah diberikan dengan cepat					
8. Pelayanan yang diberikan dijadwalkan pada waktu yang tepat					
9. Kemudahan dalam proses pelayanan					
10. Petugas selalu siap melayani nasabah bila dibutuhkan					

FASILITAS

INDIKATOR	JAWABAN				
	Tidak baik	Kurang baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
	1	2	3	4	5
11. Fasilitas gedung/ruang pelayanan					
12. Kenyamanan dan kebersihan ruang pelayanan					
13. Kemudahan menghubungi melalui telepon					
14. Peralatan yang dimiliki saat ini					
15. Letak kantor yang mudah dijangkau (strategis)					

EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI

INDIKATOR	JAWABAN				
	STS	TS	RG	ST	SS
	1	2	3	4	5
16. Hasil kerja karyawan memiliki tingkat kebenaran yang memadai					
17. Volume kerja yang dihasilkan sesuai dengan batas waktu dan jadwal yang telah ditentukan					
18. Karyawan tepat waktu dalam menyelesaikan tugas dan dengan hasil yang memuaskan					
19. Pemberian informasi yang selalu tepat waktu					
20. Setiap karyawan dapat melayani dengan baik					

TANGGUNG JAWAB DAN OTORITAS

INDIKATOR	JAWABAN				
	STS	TS	RG	ST	SS
	1	2	3	4	5
21. Karyawan bertanggung jawab terhadap tugasnya di tempat kerja					
22. Karyawan bekerja dengan sangat loyal					
23. Karyawan tidak melemparkan kesalahan dalam menjalankan tugas					
24. Karyawan mampu menanggung resiko terhadap hasil kerjanya					
25. Karyawan sangat peduli dengan keselamatan kerja					

DISIPLIN

INDIKATOR	JAWABAN				
	Tidak baik	Kurang baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
	1	2	3	4	5
26. Ketaatan karyawan terhadap peraturan-peraturan yang berlaku di tempat kerja					
27. Ketepatan waktu karyawan dalam menjalankan tugas					
28. Sikap sopan santun karyawan dalam menjalankan tugas					
29. Karyawan tidak menyalahgunakan wewenang yang diberikan					
30. Karyawan siap ditempatkan ketika mereka diperlukan					

INISIATIF

INDIKATOR	JAWABAN				
	Tidak baik	Kurang baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
	1	2	3	4	5
31. Kemampuan karyawan dalam menyesuaikan pendapat dengan nasabah					
32. Kemampuan karyawan dalam bekerja sebagai petugas yang melayani nasabah					
33. Kreativitas karyawan dalam mencari tata cara kerja yang lebih baik dan mudah					
34. Kemampuan karyawan dalam memberi saran yang bermanfaat kepada nasabah					
35. Kemampuan karyawan dalam mengambil keputusan terutama dalam situasi pada saat melayani nasabah sulit					

BUKTI LANGSUNG

INDIKATOR	JAWABAN				
	Tidak baik	Kurang baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
	1	2	3	4	5
36. Karyawan secepatnya memberikan pelayanan ketika saya tiba sesuai dengan janji					
37. Janji saya ditepati sesuai dengan jadwal					
38. Mutu cara karyawan memperlakukan saya tinggi					
39. Cara karyawan memperlakukan saya memenuhi harapan saya					
40. Secara keseluruhan saya puas dengan pelayanan ini					

KEANDALAN

INDIKATOR	JAWABAN				
	STS	TS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
41. Saya menunggu sebentar sebelum menerima pelayanan					
42. Pelayanan dimulai secepatnya ketika saya tiba					
43. karyawan menyelesaikan transaksi dalam waktu singkat					
44. karyawan memerlukan waktu yang tidak lama menyelesaikan transaksi saya					
45. Mutu cara karyawan memperlakukan saya tinggi					

DAYA TANGGAP

INDIKATOR	JAWABAN				
	Tidak baik	Kurang baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
	1	2	3	4	5
46. Saya menunggu sebentar untuk mendapat bantuan setelah saya memintanya					
47. Staf sangat ramah					
48. Staf sangat memperhatikan apa yang saya katakan					
49. Saya puas dengan cara karyawan memperlakukan saya					
50. Hasil kerja sesuai dengan harapan					

JAMINAN

INDIKATOR	JAWABAN				
	STS	TS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51. Mutu cara kerja melayani nasabah sangat tinggi					
52. Cara menyediakan fasilitas sesuai dengan harapan nasabah					
53. Mutu hasil kerja akhir sangat memuaskan					
54. Saya puas dengan hasil kerja karyawan					
55. karyawan bekerja secara profesional					

EMPATI

INDIKATOR	JAWABAN				
	Tidak baik	Kurang baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
	1	2	3	4	5
56. Kesabaran karyawan dalam melayani kepentingan nasabah					
57. Kesopanan karyawan dalam melayani nasabah					
58. Keramahan karyawan dalam melayani nasabah					
59. Pelayanan terhadap nasabah tanpa memandang status sosial					
60. karyawan secepatnya menolong saya, kalau saya perlukan					

KUALITAS KARYAWAN

INDIKATOR	JAWABAN				
	Tidak baik	Kurang baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
	1	2	3	4	5
1. Kecakapan karyawan dalam melayani nasabah					
2. Kesungguhan karyawan dalam melaksanakan tugas					
3. Kesegaran dan kesehatan karyawan selama bertugas					

PELAYANAN ADMINISTRASI

INDIKATOR	JAWABAN				
	STS	TS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
4. Pelayanan yang diberikan sesuai dengan peraturan yang ditetapkan					
5. Pelayanan nasabah diberikan dengan cepat					
6. Pelayanan yang diberikan dijadwalkan pada waktu yang tepat					

FASILITAS

INDIKATOR	JAWABAN				
	Tidak baik	Kurang baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
	1	2	3	4	5
7. Kemudahan menghubungi melalui telepon					
8. Peralatan yang dimiliki saat ini					
9. Letak kantor yang mudah dijangkau (strategis)					

EFEKTIVITAS DAN EFISIENSI

INDIKATOR	JAWABAN				
	STS	TS	RG	ST	SS
	1	2	3	4	5
10. Hasil kerja karyawan memiliki tingkat kebenaran yang memadai					
11. Karyawan tepat waktu dalam menyelesaikan tugas dan dengan hasil yang memuaskan					
12. Pemberian informasi yang selalu tepat waktu					

TANGGUNG JAWAB DAN OTORITAS

INDIKATOR	JAWABAN				
	STS	TS	RG	ST	SS
	1	2	3	4	5
13. Karyawan bertanggung jawab terhadap tugasnya di tempat kerja					
14. Karyawan bekerja dengan sangat loyal					
15. Karyawan mampu menanggung resiko terhadap hasil kerjanya					

DISIPLIN

INDIKATOR	JAWABAN				
	Tidak baik	Kurang baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
	1	2	3	4	5
16. Ketaatan karyawan terhadap peraturan-peraturan yang berlaku di tempat kerja					
17. Sikap sopan santun karyawan dalam menjalankan tugas					
18. Karyawan tidak menyalahgunakan wewenang yang diberikan					

INISIATIF

INDIKATOR	JAWABAN				
	Tidak baik	Kurang baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
	1	2	3	4	5
19. Kemampuan karyawan dalam bekerja sebagai petugas yang melayani nasabah					
20. Kemampuan karyawan dalam memberi saran yang bermanfaat kepada nasabah					
21. Kemampuan karyawan dalam mengambil keputusan terutama dalam situasi pada saat melayani nasabah sulit					

BUKTI LANGSUNG

INDIKATOR	JAWABAN				
	Tidak baik	Kurang baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
	1	2	3	4	5
22. Janji saya ditepati sesuai dengan jadwal					
23. Cara karyawan memperlakukan saya memenuhi harapan saya					
24. Secara keseluruhan saya puas dengan pelayanan ini					

commit to user

KEANDALAN

INDIKATOR	JAWABAN				
	STS	TS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
25. Saya menunggu sebentar sebelum menerima pelayanan					
26. Pelayanan dimulai secepatnya ketika saya tiba					
27. karyawan menyelesaikan transaksi dalam waktu singkat					
28. Mutu cara karyawan memperlakukan saya tinggi					

DAYA TANGGAP

INDIKATOR	JAWABAN				
	Tidak baik	Kurang baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
	1	2	3	4	5
29. Staf sangat ramah					
30. Staf sangat memperhatikan apa yang saya katakan					
31. Saya puas dengan cara karyawan memperlakukan saya					
32. Hasil kerja sesuai dengan harapan					

JAMINAN

INDIKATOR	JAWABAN				
	STS	TS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
33. Cara menyediakan fasilitas sesuai dengan harapan nasabah					
34. Mutu hasil kerja akhir sangat memuaskan					
35. Saya puas dengan hasil kerja karyawan					
36. karyawan bekerja secara profesional					

EMPATI

INDIKATOR	JAWABAN				
	Tidak baik	Kurang baik	Cukup baik	Baik	Sangat baik
	1	2	3	4	5
37. Kesabaran karyawan dalam melayani kepentingan nasabah					
38. Keramahan karyawan dalam melayani nasabah					
39. Karyawan secepatnya menolong saya, kalau saya perlukan					



Data Hasil Penelitian

No Resp	Kualitas Layanan (X1)									Total	Kinerja Karyawan (X2)											Total	Kepuasan Nasabah (Y)											Total										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		32	33	34	35	36	37	38	39		
1	4	4	4	4	4	4	4	2	3	33	3	5	5	2	5	5	4	4	3	3	4	4	47	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	65		
2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	4	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	4	50	4	4	4	4	3	3	5	5	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	66		
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	75			
4	4	4	3	4	3	5	4	2	3	32	4	5	5	5	5	4	4	2	3	4	4	50	4	4	4	3	4	2	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	3	3	68			
5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	38	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	50	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	77		
6	3	4	4	4	4	5	4	2	3	33	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	51	4	4	4	4	5	2	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	65			
7	5	5	5	5	5	5	4	2	5	41	4	5	5	2	5	5	4	4	2	3	5	5	49	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	3	2	3	4	4	4	3	73		
8	4	5	5	5	5	5	3	4	4	40	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	56	5	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	80		
9	5	5	5	5	5	5	3	2	3	38	5	5	5	4	5	5	5	4	2	3	5	5	53	5	5	5	4	5	2	5	5	3	4	4	2	3	3	5	5	4	4	73		
10	4	3	4	4	4	4	4	3	5	35	5	5	5	2	4	5	4	4	4	4	4	50	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	65			
11	5	4	4	4	5	5	5	5	5	42	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	39	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	2	3	3	3	3	3	3	68		
12	4	4	3	4	4	3	4	3	4	33	3	5	5	3	4	5	4	4	3	3	3	3	45	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	60		
13	4	3	4	4	3	4	3	4	3	32	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	4	4	40	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	64		
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	39	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	64		
15	3	3	2	4	3	4	4	2	3	28	3	3	3	2	3	5	4	3	2	3	4	39	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	2	2	2	3	5	5	5	54			
16	4	3	4	4	3	3	5	5	3	34	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	40	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	5	4	4	4	3	68			
17	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33	3	4	4	3	3	5	4	4	4	5	4	47	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	67		
18	4	5	5	5	5	4	5	5	5	43	5	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	46	4	4	4	3	3	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	74		
19	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	51	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	72		
20	4	4	3	4	3	4	4	3	3	32	4	4	4	3	2	5	4	4	5	3	4	4	46	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	69	
21	4	4	4	4	5	5	5	3	5	39	5	5	5	5	5	5	4	4	2	3	5	5	53	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	74		
22	4	4	4	5	3	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	
23	4	4	4	4	4	4	4	2	3	33	4	5	5	5	5	5	4	4	2	3	4	4	50	4	4	4	4	4	2	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	71	
24	3	3	3	3	3	4	4	3	3	29	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	45	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	66	
25	4	4	4	4	5	5	5	5	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
26	4	4	4	4	4	4	4	2	4	34	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	47	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	65		
27	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33	4	4	4	3	4	5	4	4	3	3	4	4	46	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	66	
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
29	4	4	3	4	4	4	4	3	4	34	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	45	4	3	3	3	4	2	4	4	4	3	3	2	2	3	4	4	4	4	60		
30	3	3	3	3	3	4	4	2	4	29	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	55	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	73	
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	48	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	72	
32	5	4	3	3	4	4	4	4	3	34	3	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	43	2	4	4	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	57		

No Resp	Kualitas Layanan (X1)									Total	Kinerja Karyawan (X2)											Total	Kepuasan Nasabah (Y)											Total										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		32	33	34	35	36	37	38	39		
67	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	44	3	4	5	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	5	65		
68	4	5	5	4	5	5	3	4	5	40	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	58	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	81
69	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	75	
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	42	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	76		
71	4	3	3	4	4	3	3	3	3	30	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	78		
72	4	3	3	4	4	3	3	3	3	30	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	53	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	78			
73	4	4	3	4	3	3	3	4	4	32	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	53	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	78			
74	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	74		
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	41	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	67			
76	4	3	3	3	4	3	3	4	4	31	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	78			
77	4	3	3	3	4	3	3	4	4	31	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	78			
78	4	4	5	5	4	5	5	4	4	40	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	74	
79	4	3	3	3	4	3	3	4	4	31	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	73			
80	4	3	4	3	4	3	3	3	3	30	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	55	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	78			
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	74			
82	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	74			
83	4	3	4	3	3	3	4	3	3	30	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	74				
84	4	3	4	3	3	3	4	3	3	30	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	53	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	78			
85	4	4	4	4	3	3	4	3	3	32	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	53	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	78			
86	4	4	3	3	3	3	3	4	3	30	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	78				
87	4	4	4	2	3	3	2	4	3	29	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	78			
88	4	5	5	4	5	5	4	5	5	42	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	74				
89	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	78			
90	4	4	3	3	4	3	3	4	4	32	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	78			
91	4	5	5	5	4	5	5	5	5	43	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	44	3	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	81			
92	4	4	3	5	4	5	4	4	4	37	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	71			
93	4	3	3	5	5	5	4	4	4	37	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	71			
94	5	5	4	5	5	5	5	3	4	41	5	5	5	5	5	5	4	3	3	4	5	54	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87			
95	4	4	4	5	4	5	5	4	4	39	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	56	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	82			
96	4	5	5	5	5	4	4	5	3	40	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	4	54	4	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	82			
97	3	3	4	4	4	5	4	4	4	35	5	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4	53	3	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	3	76				
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	55	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	86			
99	4	4	5	5	5	5	5	5	5	43	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	52	4	4	5	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	80				
100	3	3	4	4	4	5	3	4	5	35	4	5	5	5	5	4	3	5	3	4	4	52	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	77				

No Resp	Kualitas Layanan (X1)									Total	Kinerja Karyawan (X2)											Total	Kepuasan Nasabah (Y)											Total													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		32	33	34	35	36	37	38	39					
101	3	3	3	4	3	4	3	4	4	31	5	5	5	4	4	5	4	3	5	3	4	4	51	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78
102	3	3	4	4	3	3	4	4	3	31	5	5	5	4	4	5	4	4	3	3	4	3	49	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	75	
103	4	5	5	5	5	5	5	4	4	42	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	55	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	82		
104	4	4	4	5	5	5	4	3	5	39	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	55	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	83	
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90		
106	4	5	5	5	5	5	5	5	4	43	5	5	5	5	5	5	3	4	5	4	3	54	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	82	
107	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	50	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	82	
108	4	4	4	3	3	3	3	3	4	31	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	55	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	68				
109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90		
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72		
111	4	4	3	5	5	5	5	4	3	38	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	54	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	3	81		
112	5	5	4	5	5	5	4	5	5	43	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	5	50	4	4	5	3	5	4	3	3	5	4	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	77				
113	4	3	3	5	5	3	3	5	4	35	3	5	4	3	3	3	4	4	5	3	4	3	44	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	3	75				
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72		
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90		
116	4	4	3	4	3	4	4	5	4	35	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	52	4	4	5	5	3	4	5	4	3	4	4	4	4	3	3	5	4	3	5	4	72			
117	4	4	4	5	4	3	4	5	5	38	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	53	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72		
118	5	4	5	4	3	4	4	4	4	37	4	4	3	5	5	4	4	2	3	4	4	4	46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72		
119	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	45	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	71		
120	2	5	4	4	4	2	1	2	4	28	4	2	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	44	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74		
121	4	5	5	4	5	5	5	5	5	43	5	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	44	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	76		
122	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	49	3	4	3	3	4	3	2	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	67			
123	4	5	5	5	4	3	4	5	3	38	4	5	4	5	5	5	4	2	3	5	4	4	50	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	77		
124	4	3	4	4	4	3	5	3	3	33	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	42	5	4	4	4	4	3	4	2	1	2	5	4	4	4	2	1	2	4	5	59				
125	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	47	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	2	3	5	3	73					
126	4	4	5	4	4	4	3	4	5	37	3	4	4	4	4	5	5	2	3	5	5	5	49	4	4	5	5	4	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	71			
127	5	5	5	5	5	3	5	5	5	43	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4	52	3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	5	3	76				
128	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	3	51	3	4	3	5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	5	3	3	64				
129	5	5	4	4	3	3	5	4	5	38	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	47	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	69			
130	4	3	3	4	5	4	3	3	4	33	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	47	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	72					
131	5	4	4	5	5	4	5	4	4	40	4	4	4	5	5	5	4	3	3	5	5	5	52	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	86				
132	4	3	3	4	4	4	4	3	3	32	4	4	4	3	5	5	5	2	3	5	5	5	50	5	5	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	72			
133	5	4	5	5	4	4	5	5	5	42	4	3	5	4	4	4	5	3	4	4	4	48	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	3	3	5	4	5	75				
134	4	3	4	4	4	4	4	3	4	34	5	4	4	3	4	5	5	3	4	4	4	4	49	5	5	5	5	4	5	4	3	4	4	3	3	4	5	4	3	3	4	3	4	73			

No Resp	Kualitas Layanan (X1)									Total	Kinerja Karyawan (X2)											Total	Kepuasan Nasabah (Y)											Total													
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		32	33	34	35	36	37	38	39					
135	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	50	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	69
136	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	68
137	5	5	4	5	5	4	3	4	3	38	3	3	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	46	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	67		
138	4	3	4	3	4	3	3	3	4	31	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	46	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	65		
139	4	5	4	5	4	4	5	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	49	5	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	2	3	4	5	5	3	3	5	3	66			
140	5	4	4	5	4	5	4	5	4	40	5	2	5	4	4	4	5	3	3	3	3	5	47	5	5	5	3	5	4	3	4	5	5	5	5	4	3	5	3	3	5	77					
141	4	3	4	3	3	3	4	2	3	29	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	55	4	4	4	3	5	3	3	4	5	4	3	2	4	3	4	5	2	5	67					
142	4	4	4	5	4	4	3	4	4	36	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	46	5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	2	69					
143	5	4	4	5	4	3	3	4	3	35	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4	51	3	4	4	3	5	4	3	4	3	4	5	3	5	4	5	5	2	5	71					
144	5	5	4	5	5	5	4	5	5	43	3	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	75				
145	4	3	4	3	3	4	4	3	4	32	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	50	5	5	5	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	71					
146	4	4	4	5	5	5	5	4	5	41	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	72				
147	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	53	4	4	4	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	2	5	3	3	73					
148	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	47	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	70					
149	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39	5	5	3	5	4	5	5	4	4	4	4	52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72			
150	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	46	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70			
151	4	4	3	4	4	5	5	4	4	37	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72		
152	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	47	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	83				
153	4	5	5	5	4	5	5	4	5	42	3	3	3	3	2	2	4	4	4	3	4	39	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	73			
154	4	4	5	5	5	5	5	4	4	41	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	4	51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	68				
155	4	4	3	3	3	5	5	5	5	37	3	3	4	5	4	3	3	4	4	4	2	1	40	2	4	1	2	3	4	2	5	4	2	4	5	5	5	4	4	1	4	61					
156	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44	3	3	4	5	3	3	3	4	4	4	2	3	41	5	3	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	80				
157	4	4	4	3	3	4	5	5	5	37	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	44	4	4	4	5	4	5	5	5	4	3	2	4	3	4	4	5	4	4	73					
158	4	3	4	3	3	4	3	3	4	31	3	4	3	4	4	3	3	4	5	4	3	4	44	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	76				
159	4	3	3	4	3	3	4	3	3	30	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	56	3	3	4	3	5	4	3	3	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	67					
160	4	4	4	4	4	4	3	4	3	34	3	4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	45	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	67				
161	4	5	5	5	5	4	5	4	5	42	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	47	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3	77					
162	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	3	5	52	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	84				
163	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4	4	5	4	2	4	4	4	4	3	4	4	46	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	71				
164	3	4	5	5	5	5	4	5	4	40	4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3	5	51	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	5	3	3	5	5	81					
165	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	3	48	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	67				
166	4	3	3	4	3	4	3	2	4	30	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	4	45	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	63				
167	1	2	3	4	2	5	4	2	4	27	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	47	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	69				
168	5	4	4	5	5	5	5	5	4	42	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	48	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	70				

No Resp	Kualitas Layanan (X1)									Total	Kinerja Karyawan (X2)											Total	Kepuasan Nasabah (Y)											Total												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31		32	33	34	35	36	37	38	39				
169	4	5	4	5	5	5	4	3	2	37	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	53	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	70
170	4	4	4	5	5	5	4	4	5	40	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	56	3	3	5	4	4	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	4	74		
171	4	3	5	4	3	5	4	5	5	38	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	47	3	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	2	75			
172	4	3	3	4	3	3	3	2	3	28	4	4	4	4	4	5	5	5	1	3	4	5	48	1	5	3	4	3	2	2	5	4	4	4	4	4	3	3	1	5	5	3	61			
173	3	4	4	4	5	4	5	4	4	37	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	49	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	3	68			
174	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	51	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	3	3	74			
175	4	5	5	4	5	5	5	5	5	43	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	42	5	5	5	4	4	2	3	4	5	5	5	5	4	5	2	5	5	3	76				
176	5	5	4	5	5	5	4	5	3	41	5	5	5	4	3	3	4	4	3	4	3	3	46	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	76			
177	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72		
178	5	4	4	4	5	4	4	4	4	38	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	46	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	69			
179	2	4	4	4	3	4	4	4	4	33	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	47	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	67			
180	5	3	4	4	5	5	5	5	5	41	4	4	4	3	3	3	3	4	5	3	4	5	45	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	79			
181	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43	5	5	3	4	4	2	4	4	4	3	3	45	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73		
182	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34	4	4	3	5	5	5	5	5	3	4	5	4	52	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	75			
183	4	3	4	4	4	5	5	4	5	38	5	5	4	5	4	4	3	4	2	5	4	49	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	2	4	4	4	2	4	4	4	71				
184	5	5	4	5	5	5	5	4	5	43	4	4	3	4	5	3	3	5	5	5	5	5	51	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	87			
185	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5	5	5	4	3	4	3	4	5	4	5	4	51	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	71			
186	4	4	5	5	5	4	4	5	5	41	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	2	46	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	67				

Hasil Perhitungan Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
Alpha	60
	,929

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

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
item1	4,20	,761	30
item2	3,73	,583	30
item3	3,57	,774	30
item4	3,93	,691	30
item5	3,80	,887	30
item6	4,07	,583	30
item7	4,10	,759	30
item8	3,97	,890	30
item9	3,93	,785	30
item10	3,80	,551	30
item11	3,73	,785	30
item12	3,93	,868	30
item13	3,53	,973	30
item14	3,93	,828	30
item15	4,00	,871	30
item16	3,97	,615	30
item17	3,93	,640	30
item18	3,80	,925	30
item19	3,80	,925	30
item20	4,30	,535	30
item21	4,20	,484	30
item22	4,07	,691	30
item23	3,93	,691	30
item24	4,20	,551	30
item25	4,13	,629	30
item26	4,07	,740	30

item27	3,47	1,074	30
item28	4,17	,747	30
item29	4,10	,845	30
item30	3,80	,847	30
item31	4,00	,587	30
item32	4,17	,791	30
item33	3,60	,968	30
item34	3,70	,837	30
item35	3,53	,681	30
item36	4,13	,629	30
item37	4,03	,809	30
item38	4,27	,740	30
item39	4,07	,691	30
item40	3,97	,556	30
item41	4,07	,521	30
item42	4,13	,571	30
item43	4,17	,648	30
item44	4,10	,607	30
item45	4,00	,695	30
item46	4,03	,765	30
item47	4,13	,681	30
item48	3,97	,669	30
item49	4,07	,785	30
item50	3,90	,607	30
item51	4,23	,430	30
item52	4,17	,461	30
item53	4,07	,583	30
item54	4,20	,664	30
item55	4,13	,629	30
item56	4,17	,648	30
item57	4,17	,699	30
item58	4,17	,531	30
item59	4,20	,610	30
item60	4,07	,740	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item1	235,57	348,806	,402	,928
item2	236,03	352,585	,360	,929
item3	236,20	354,372	,200	,930
item4	235,83	346,144	,551	,927
item5	235,97	342,033	,548	,927
item6	235,70	350,631	,450	,928
item7	235,67	343,471	,596	,927
item8	235,80	342,924	,519	,928
item9	235,83	349,661	,359	,929
item10	235,97	359,551	,046	,930
item11	236,03	364,516	-,144	,932
item12	235,83	353,454	,202	,930
item13	236,23	337,082	,637	,926
item14	235,83	347,868	,397	,929
item15	235,77	342,806	,535	,927
item16	235,80	347,476	,565	,928
item17	235,83	351,868	,355	,929
item18	235,97	346,102	,402	,929
item19	235,97	339,206	,609	,927
item20	235,47	353,844	,332	,929
item21	235,57	351,220	,515	,928
item22	235,70	344,976	,598	,927
item23	235,83	353,040	,280	,929
item24	235,57	352,530	,385	,929
item25	235,63	354,378	,255	,929
item26	235,70	345,528	,536	,928
item27	236,30	347,390	,306	,930
item28	235,60	350,041	,365	,929
item29	235,67	346,506	,432	,928
item30	235,97	352,033	,253	,930
item31	235,77	361,220	-,034	,931
item32	235,60	343,559	,566	,927
item33	236,17	347,109	,354	,929
item34	236,07	347,306	,410	,928
item35	236,23	349,909	,409	,928

item36	235,63	353,482	,293	,929
item37	235,73	342,064	,605	,927
item38	235,50	351,086	,331	,929
item39	235,70	341,734	,727	,926
item40	235,80	348,028	,601	,927
item41	235,70	350,286	,526	,928
item42	235,63	350,309	,476	,928
item43	235,60	346,386	,581	,927
item44	235,67	355,540	,214	,930
item45	235,77	347,633	,490	,928
item46	235,73	350,892	,326	,929
item47	235,63	346,378	,550	,927
item48	235,80	347,890	,500	,928
item49	235,70	345,321	,510	,928
item50	235,87	346,464	,618	,927
item51	235,53	356,189	,273	,929
item52	235,60	348,731	,689	,927
item53	235,70	350,769	,444	,928
item54	235,57	351,289	,364	,929
item55	235,63	346,447	,597	,927
item56	235,60	348,800	,479	,928
item57	235,60	355,972	,165	,930
item58	235,60	352,731	,391	,929
item59	235,57	352,944	,327	,929
item60	235,70	349,252	,398	,928

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
239,77	360,806	18,995	60

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	r tabel	Ket
item1	235,57	348,806	,402	,928	0,361	V
item2	236,03	352,585	,360	,929	0,361	T
item3	236,20	354,372	,200	,930	0,361	T
item4	235,83	346,144	,551	,927	0,361	V
item5	235,97	342,033	,548	,927	0,361	V
item6	235,70	350,631	,450	,928	0,361	V
item7	235,67	343,471	,596	,927	0,361	V
item8	235,80	342,924	,519	,928	0,361	V
item9	235,83	349,661	,359	,929	0,361	T
item10	235,97	359,551	,046	,930	0,361	T
item11	236,03	364,516	-,144	,932	0,361	T
item12	235,83	353,454	,202	,930	0,361	T
item13	236,23	337,082	,637	,926	0,361	V
item14	235,83	347,868	,397	,929	0,361	V
item15	235,77	342,806	,535	,927	0,361	V
item16	235,80	347,476	,565	,928	0,361	V
item17	235,83	351,868	,355	,929	0,361	T
item18	235,97	346,102	,402	,929	0,361	V
item19	235,97	339,206	,609	,927	0,361	V
item20	235,47	353,844	,332	,929	0,361	T
item21	235,57	351,220	,515	,928	0,361	V
item22	235,70	344,976	,598	,927	0,361	V
item23	235,83	353,040	,280	,929	0,361	T
item24	235,57	352,530	,385	,929	0,361	V
item25	235,63	354,378	,255	,929	0,361	T
item26	235,70	345,528	,536	,928	0,361	V
item27	236,30	347,390	,306	,930	0,361	T
item28	235,60	350,041	,365	,929	0,361	V
item29	235,67	346,506	,432	,928	0,361	V
item30	235,97	352,033	,253	,930	0,361	T
item31	235,77	361,220	-,034	,931	0,361	T
item32	235,60	343,559	,566	,927	0,361	V
item33	236,17	347,109	,354	,929	0,361	T
item34	236,07	347,306	,410	,928	0,361	V
item35	236,23	349,909	,409	,928	0,361	V
item36	235,63	353,482	,293	,929	0,361	T
item37	235,73	342,064	,605	,927	0,361	V

item38	235,50	351,086	,331	,929	0,361	T
item39	235,70	341,734	,727	,926	0,361	V
item40	235,80	348,028	,601	,927	0,361	V
item41	235,70	350,286	,526	,928	0,361	V
item42	235,63	350,309	,476	,928	0,361	V
item43	235,60	346,386	,581	,927	0,361	V
item44	235,67	355,540	,214	,930	0,361	T
item45	235,77	347,633	,490	,928	0,361	V
item46	235,73	350,892	,326	,929	0,361	T
item47	235,63	346,378	,550	,927	0,361	V
item48	235,80	347,890	,500	,928	0,361	V
item49	235,70	345,321	,510	,928	0,361	V
item50	235,87	346,464	,618	,927	0,361	V
item51	235,53	356,189	,273	,929	0,361	T
item52	235,60	348,731	,689	,927	0,361	V
item53	235,70	350,769	,444	,928	0,361	V
item54	235,57	351,289	,364	,929	0,361	V
item55	235,63	346,447	,597	,927	0,361	V
item56	235,60	348,800	,479	,928	0,361	V
item57	235,60	355,972	,165	,930	0,361	T
item58	235,60	352,731	,391	,929	0,361	V
item59	235,57	352,944	,327	,929	0,361	T
item60	235,70	349,252	,398	,928	0,361	V
				valid		39
				tidak valid		21

Keterangan :

V = Valid

T = Tidak Valid

VALID, JIKA r hitung > r tabel

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,929	60

r tabel = 0,6348

r hitung > r tabel

0,929 > 0,6348

maka instrumen reliabel

Kisi-kisi penyusunan instrumen penelitian

Variabel	Dasar Indikator	Indikator	No Item
Kualitas Layanan	Tjiptono (2008)	1. Kualitas Karyawan	1, 2, 3, 4, 5
		2. Pelayanan Administrasi	6, 7, 8, 9, 10
		3. Fasilitas	11, 12, 13, 14, 15
Kinerja Karyawan	Chester I. Barnard dan Robert E. Quinn dalam Dewi (2012)	1. Efektivitas dan Efisiensi	16, 17, 18, 19, 20
		2. Tanggung jawab dan otomitas	21, 22, 23, 24, 25
		3. Disiplin	26, 27, 28, 29, 30
		4. inisiatif	31, 32, 33, 34, 35
Kepuasan Nasabah	Tjiptono (2008)	1. Bukti Langsung	36, 37, 38, 39, 40
		2. Keandalan	41, 42, 43, 44, 45
		3. Daya Tanggap	46, 47, 48, 49, 50
		4. Jaminan	51, 52, 53, 54, 55
		5. Empati	56, 57, 58, 59, 60

DAFTAR SAMPEL

NO	NAMA	ALAMAT	JENIS KELAMIN	PEKERJAN	STATUS ANGGOTA
166	SAPUWAN KUMPUL REJO	KUMPUL REJO	L	PEDAGANG	PASIF
167	SARMIDI JT BLIMBING	JT BLIMBING	L	PEDAGANG	PASIF
168	SHOLICHATUR ROHMAH DANDER	DANDER	P	PEDAGANG	PASIF
169	SISWANTO KUMPUL REJO	KUMPUL REJO	L	PEDAGANG	PASIF
170	SITATUN MOJORANU	MOJORANU	P	PEDAGANG	PASIF
171	SITI HAMIDAH BENDO	BENDO	P	PEDAGANG	PASIF
172	SITI MUKARROMAH	NG DALEM	P	PNS	PASIF
173	SITI RUKMIYATI	NGRASEH	P	PEDAGANG	AKTIF
174	SRI WAHYUNINGSIH DANDER	DANDER	P	PEDAGANG	PASIF
175	ST.PARTIYEM MOJORANU	MOJORANU	P	PEDAGANG	PASIF
176	SUDARMO KUMPUL REJO	KUMPUL REJO	L	PEDAGANG	PASIF
177	SUEB	BENDO	L	PEDAGANG	AKTIF
178	SUEP MOJORANU	MOJORANU	L	PEDAGANG	PASIF
179	SUHARTO MOJORANU	MOJORANU	L	PEDAGANG	PASIF
180	SUHEMI JT BLIMBING	JT BLIMBING	P	PEDAGANG	PASIF
181	SUMARNO	LEDOK KULON	L	PNS	PASIF
182	TAMSIR	SD REJO	L	PEDAGANG	AKTIF
183	WINARSIH	MOJORANU	P	PEDAGANG	AKTIF
184	YUSWO WINARTO	BENDO	L	PEDAGANG	AKTIF
185	ZAENAB	NGRASEH	P	PEDAGANG	AKTIF
186	ZULAIKHAH	NGRASEH	P	PEDAGANG	AKTIF

NO RESP	KUALITAS LAYANAN															KINERJA KARYAWAN																					
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35		
1	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4		
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	3		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4		
6	4	3	2	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4		
7	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	
8	4	3	4	2	1	2	5	4	4	4	2	1	2	4	1	2	3	4	2	5	4	2	4	5	5	5	4	4	1	4	5	1	4	4	2		
9	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	2	3	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5		
10	4	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	2	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	
11	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	3	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3	4	5	4	3	4	4	4	5	3		
12	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	5	3	3	4	3	5	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	3	4	4	
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	3	5	3	4	4	5	4	4	3	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	3	3	3	
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	5	4	3	4	5	5	5	4	4	3	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	3	3	5	5	3	5	4	5	3		
18	4	5	4	3	4	4	3	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	
19	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4
20	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	
21	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	
22	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
23	4	3	2	3	4	4	4	2	3	4	5	5	3	3	5	4	4	2	3	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	4	4	4	2	4	3		
24	5	4	3	4	5	5	5	5	4	3	5	3	3	5	5	4	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	2	4	4	2	3	3		
25	2	3	3	4	2	4	3	2	1	3	4	5	1	5	3	4	3	2	2	5	4	4	4	4	3	3	1	5	5	3	5	5	2	2	3		
26	5	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4		
27	5	4	3	4	3	4	5	3	5	4	5	5	2	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5	2	5	3	3	3	5	4	2	3	3		
28	5	3	3	4	4	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	4	4	2	3	4	5	5	5	5	4	5	2	5	5	3	5	5	3	3	3		
29	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	2	3	3		
30	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	2	2	3		
JML	126	112	107	118	114	122	123	119	118	114	112	118	106	118	120	119	118	114	114	129	126	122	118	126	124	122	104	125	123	114	120	125	108	111	106		

Hasil Perhitungan Uji Asumsi Klasik

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Layanan	Kinerja Karyawan	Kepuasan Nasabah
N		186	186	186
Normal Parameters ^a	Mean	36.44	49.29	73.06
	Std. Deviation	4.622	4.788	6.549
Most Extreme Differences	Absolute	.061	.063	.063
	Positive	.061	.063	.063
	Negative	-.057	-.059	-.045
Kolmogorov-Smirnov Z		.841	.866	.864
Asymp. Sig. (2-tailed)		.480	.441	.444

a. Test distribution is Normal.

Correlations

Correlations

		Kualitas Layanan	Kinerja Karyawan
Kualitas Layanan	Pearson Correlation	1	.096
	Sig. (2-tailed)		.191
	N	186	186
Kinerja Karyawan	Pearson Correlation	.096	1
	Sig. (2-tailed)	.191	
	N	186	186

Nonparametric Correlations

			Unstandardized Residual
Spearman's rho	Kualitas Layanan	Correlation Coefficient	-.021
		Sig. (2-tailed)	.773
		N	186
	Kinerja Karyawan	Correlation Coefficient	.010
		Sig. (2-tailed)	.887
		N	186

Hasil Perhitungan Regresi Linier Ganda Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kinerja Karyawan, Kualitas Layanan ^a		Enter

- a. All requested variables entered.
 b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.703 ^a	.494	.488	4.686

- a. Predictors: (Constant), Kinerja Karyawan, Kualitas Layanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3936.721	2	1968.360	89.656	.000 ^a
	Residual	4039.632	183	21.955		
	Total	7976.353	185			

- a. Predictors: (Constant), Kinerja Karyawan, Kualitas Layanan
 b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.052	4.276		3.754	.000
	Kualitas Layanan	.515	.075	.364	6.903	.000
	Kinerja Karyawan	.775	.072	.567	10.758	.000

- a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

KUESIONER

Terima kasih atas partisipasi Anda secara sukarela mengisi kuesioner ini. Kami sangat menghargai kejujuran Anda dalam mengisi kuesioner ini. Kami menjamin kerahasiaan Anda yang terkait dengan kuesioner ini. Hasil pengisian kuesioner ini semata-mata akan digunakan untuk tujuan penelitian dan pendidikan dan bukan untuk tujuan komersial.

Anda diminta untuk memberi tanda (X) untuk menjawab pertanyaan di bawah ini.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :

Alamat :

Informasi Awal tentang Responden

1. Jenis Kelamin
 - (a) Laki-laki
 - (b) Perempuan
2. Pekerjaan
 - (a) Pegawai negeri
 - (b) Pegawai swasta
 - (c) Wiraswasta
 - (d) Pedagang
 - (e) Petani
 - (f) Lainnya, sebutkan
3. Usia
 - (a) 20-30 tahun
 - (b) 31-40 tahun
 - (c) 41-50 tahun
 - (d) 51-60 tahun
 - (e) >60 tahun