

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROSES
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA
PT. TASPEN (PERSERO) KANTOR
CABANG UTAMA MEDAN**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Program Manajemen*



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

Oleh :

DOLI INDRA NASUTION

1505160485

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 Telp. (061) 66224567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Tugas Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidang yang diselenggarakan pada hari Selasa, tanggal 19 Maret 2019, pukul 14.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, mempertimbangkan dan seterusnya :

MEMUTUSKAN

Nama : **BOLI INDRA NASUTION**
NPM : **1505160485**
Program Studi : **MANAJEMEN**
Judul Skripsi : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROSES TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. TASPEN (PERSERO) KANTOR CABANG UTAMA MEDAN**
Keputusan : **(B/A) Lulus Yudistum dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.**

TIM PENGUJI

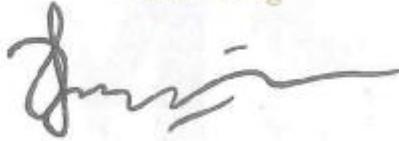
Penguji I

Penguji II


JASMAN SARIPUDDIN HASIBUAN, S.E., M.Si


MUHAMMAD FAHMI, S.E., MM

Pembimbing


PERYS LAILI KHODRI NASUTION, S.E., M.Si, C.Ht

PANITIA UJIAN

Ketua

Sekretaris


H. JANURI, SE., MM., M.Si




ADE GUNAWAN, S.E., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No.3 Telp. (061) 6623301 Fax. (061) 6625474

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : DOLI INDRA NASUTION
NPM : 1505160485
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROSES TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. TASPEN (PERSERO) KANTOR CABANG UTAMA MEDAN

Disetujui untuk memenuhi persyaratan diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Maret 2019

Pembimbing

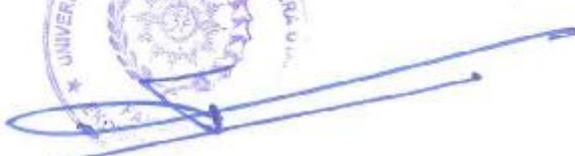
PERYS LAILI KHODRI NASUTION S.E, M.Si, C.Ht

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis


JASMAN SARIPUDDIN HASIBUAN, S.E, M.Si


H. JANURI SE, M.M, M.Si

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : DOLI INDRA NASUTION
NPM : 1505160485
Konsentrasi : Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis (Akuntansi/Perpajakan/Manajemen/Ekonomi Pembangunan)
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menyatakan Bahwa ,

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha saya sendiri , baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut
 - Menjiplak /plagiat hasil karya penelitian orang lain
 - Merekayasa data angket, wawancara, obeservasi, atau dokumentasi.
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti mamalsukan stempel, kop surat, atau identintas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "Penetapan Proyek Proposal / Makalah/Skripsi dan Penghunjukan Dosen Pembimbing" dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan...Mei...2019
Pembuat Pernyataan



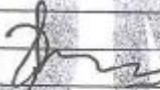
NB :

- Surat Pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat Pengajuan Judul.
- Foto Copy Surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : DOLI INDRA NASUTION
 NPM : 1505160485
 Program Studi : MANAJEMEN
 Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
 Judul Penelitian : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROSES TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PENGGUNA JASA PADA PT. TASPEN (PERSERO) KANTOR CABANG UTAMA MEDAN

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Paraf	Keterangan
20-02-2019	Bimbingan Kulstoner		
28-02-2019	- penambahan identitas Responden, usia, agama, suku - perbaikan kalimat dan penomoran kalimat dibab IV		
01-03-2019	- Perbaiki format		
06-03-2019	Acc utk sidang mega hibah 6/3-19  Perse Na rubbu		

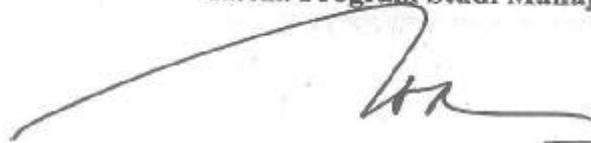
Medan, Maret 2019

Diketahui / Disetujui
Ketua Program Studi Manajemen

Pembimbing Skripsi



PERYS LAILI KHODRI NST S.E, M.Si, C.Ht



JASMAN SARIPUDDIN HSB, S.E, M.Si

ABSTRAK

DOLI INDRA NASUTION NPM 1505160485. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Proses Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan. Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara tahun 2019.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh proses terhadap kepuasan nasabah dan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan proses terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan. Penelitian ini menggunakan teori manajemen pemasaran yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, proses dan kepuasan nasabah. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Taspen (Persero) KCU Medan yang berjumlah 82.473 orang sedangkan sampel yang memenuhi kriteria penarikan sampel pengamatan yang dilakukan berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan teknik angket. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Asumsi Klasik, Regresi Berganda, Uji t dan Uji F, dan Koefisien Determinasi. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program *software* SPSS versi 24.00. Secara parsial diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan. Secara parsial diketahui bahwa proses memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan. Secara simultan diketahui kualitas pelayanan dan proses secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Proses dan Kepuasan Nasabah

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi. Wabarakatu

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal ini sebagai tugas akhir belajar, guna menyelesaikan proposal ini dalam memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Serta beriringan shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW, Berharap ilmu yang penulis miliki membawa berkah dunia akhirat.

Dalam menyelesaikan proposal ini penulis telah banyak menerima bimbingan dan bantuan berupa moril maupun materil dari berbagai pihak, baik berupa dorongan, semangat, dan do'a yang diberikan kepada penulis selama ini. Untuk itu penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Terima kasih secara khusus dengan rasa hormat dan penghargaan yang setinggi-tingginya diberikan kepada kedua orang tua saya Ayahanda tersayang Safipuddin dan Ibunda tercinta Armiah yang telah memberikan kasih sayang dengan mengasuh dan membesarkan penulis dengan rasa cinta dan kasih sayang dari buaian sampai akhir hayat.
2. Bapak Dr. H. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak H. Januri, S.E, M.M, M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Ade Gunawan S.E, M.Si, selaku wakil dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung S.E, M.Si selaku wakil dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Bapak Jasman Syaripuddin S.E, M.Si selaku Ketua jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
7. Bapak Dr. Jufrizen, S.E, M.SI selaku Sekretariat Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
8. Bapak Perys Laili Khodri Nasution S.E, M.Si, C.ht selaku Dosen Pembimbing Skripsi penulis yang telah rela mengorbankan waktu membimbing, memberi pengarahan, dan membina penulis sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
9. Seluruh Staff Biro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Pimpinan serta para staff dan pegawai PT. Taspen(Persero) Kantor Cabang Utama (KCU) Medan

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyelesaian proposal ini semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Dan Kiranya Allah SWT senantiasa selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya untuk kita semua Amin Ya Rabbal'amin

Medan, Februari 2019
Penulis

DOLI INDRA NASUTION

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. LatarBelakangMasalah	1
B. IdentifikasiMasalah.....	3
C. BatasandanRumusanMasalah	4
D. TujuandanManfaatPenelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. UraianTeoritis	6
1. KepuasanNasabah.....	6
a. PengertianKepuasanNasabah.....	6
b. Faktor-faktor Yang MempengaruhiKepuasan	7
c. Manfaat Spesifik Kepuasan Nasabah.....	9
d. Metode PengukuranKepuasan Nasabah.....	10
e. Indikator Kepuasan Nasabah	11
2. KualitasPelayanan.....	12
a. PengertianKualitasPelayanan.....	12
b. Faktor-faktor Yang MempengaruhiKualitasPelayanan	14
c. IndikatorKualitasPelayanan	17

3. Proses (Process)	
a. Pengertian Proses	20
b. Indikator Proses	22
B. Kerangka Konseptual.....	22
C. Hipotesis	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
A. Pendekatan Penelitian	27
B. Defenisi Operasional.....	27
C. Tempat dan Waktu Penelitian	29
D. Populasi dan Sampel	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
F. Teknik Analisis Data.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
A. Hasil Penelitian	40
1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	40
2. Identitas Responden	40
3. Persentase Jawaban Responden	43
4. Model Regresi	49
a. Uji Asumsi Klasik	49
b. Regresi Linear Berganda.....	53
c. Pengujian Hipotesis.....	54
d. Koefisien Determinasi (R-Square).....	58
B. Pembahasan.....	60
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	60

2. Pengaruh Proses Terhadap Kepuasan Nasabah	61
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Proses Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Nasabah.....	62

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 63

A. Kesimpulan	63
B. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel III-1 Defenisi Operasional Penelitian	28
Tabel III-2JadwalKegiatanPenelitian.....	29
Tabel III-3SkalaLikert	31
Tabel III-4Hasil Uji Validitas	33
Tabel III-5Hasil Uji Realibilitas	34
Tabel IV-1 Jenis Kelamin	40
Tabel IV-2Pendidikan Terakhir	41
Tabel IV-3Usia.....	41
Tabel IV-4Agama	42
Tabel IV-5Suku.....	42
Tabel IV-6Kriteria Jawaban Responden.....	43
Tabel IV-7Skor Angket Untuk VariabelKepuasan Nasabah	44
Tabel IV-8Skor Angket Untuk VariabelKualitas Pelayanan	46
TabelIV-9Skor Angket Untuk VariabelProses	48
Tabel IV -10Hasil Uji Multikolinearitas.....	51
TabelIV-11Hasil Uji Regresi Linear Berganda	53
TabelIV-12HasilUjiStatistik t (parsial).....	55
Tabel IV -13HasilUjiSimultan (Uji-F).....	57
Tabel IV -12HasilUjiDeterminasi.....	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar. II-1 Manfaat Spesifik Kepuasan	9
Gambar. II-2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	23
Gambar. II-3 Pengaruh Proses Terhadap Kepuasan Nasabah	24
Gambar. II-4 Paradigma Penelitian	25
Gambar. III-1 Uji t (Uji Parsial)	37
Gambar. III-2 Uji F (Uji Simultan).....	38
Gambar. IV-1 Hasil Uji Normalitas.....	50
Gambar. IV-2 Hasil Uji Heterokedastisitas	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan dari tahun ke tahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal utama yang diprioritaskan perusahaan dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan. Dan untuk memenangkan persaingan setiap perusahaan atau penyedia jasa harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan para nasabah, serta berusaha memenuhi harapan mereka, sehingga mampu memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Menurut Arianty, dkk (2016 hal. 18) kepuasan nasabah adalah perasaan konsumen setelah merasakan antara apa yang sudah dia terima dengan harapan yang diinginkannya.

Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Pelanggan atau nasabah yang sangat puas umumnya lebih lama setia, dan akan secara terus menerus menggunakan jasa atau produk dari perusahaan tersebut, (Kotler dan Keller, 2018 hal. 140)

Terciptanya kepuasan pelanggan atau nasabah dapat menjadikan hubungan antara penyedia jasa dengan pelanggannya menjadi harmonis, keberlangsungan dan keberhasilan perusahaan jasa banyak tergantung pada kualitas pelayanan yang sesuai dengan lingkungan perusahaan.

Pelayanan jasa yang diberikan oleh perusahaan sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan seorang nasabah atau pemakai jasa tersebut. Semakin baik

pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kecenderungan semakin bertambahnya calon nasabah.

Menurut Kotler & Keller (2018 hal. 138-139) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang.

Kepuasan nasabah sebagai konsumen dalam menggunakan jasa program pensiun Pegawai Negeri Sipil (PNS) dilatar belakangi untuk meningkatkan kesejahteraan pegawai negeri dan keluarganya yang dirintis bagi pegawai negeri dan keluarganya pada saat mengakhiri pengabdianya kepada negara. Maka dari itu tujuan program pensiun untuk memberikan jaminan hari tua kepada Pegawai Negeri Sipil (PNS) pada saat mencapai usia pensiun dan sebagai bentuk penghargaan kepada PNS yang telah mengabdikan dirinya kepada pemerintah selama bertahun-tahun, maka sudah sepantasnya apabila PNS diberikan layanan yang baik dan prima.

Peningkatan kualitas pelayanan dalam proses penyelesaian klaim Surat Permohonan Pembayaran (SPP) program pensiun pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan berjalan dengan baik. Meskipun masih terdapat kendala-kendala yang terjadi didalam proses penyelesaian klaim Surat Permohonan Pembayaran (SPP) program pensiun seperti kendala dari faktor internal yaitu informasi tentang proses penyelesaian klaim Surat Permohonan Pembayaran (SPP) program pensiun kepada nasabah kurang optimal dan kualitas

Sumber Daya Manusia (SDM) yang belum optimal . Kendala dari faktor eksternal yaitu ketidaklengkapan persyaratan data peserta dan lemahnya sistem informasi. Kendala-kendala tersebut dapat menyebabkan penyelesaian klaim kepada peserta terhambat yang berakibat pada penundaan pembayaran klaim kepada peserta. Penundaan pembayaran klaim dapat menyebabkan ketidakpuasan peserta terhadap pelayanan yang diberikan sehingga PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan sebagai pengelola pensiun harus dapat meminimalkan kendala tersebut.

PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan dikenal luas masyarakat untuk meningkatkan mutu kualitas jasa pelayanan program dana pensiun PNS, namun dari sisi pelayanan masih terjadinya kelambatan dalam pelayanan yang kurang cepat tanggap yang tidak sesuai dengan persepsi dari para nasabah untuk memecahkan masalah. Serta sikap pegawai dalam keramah-tamahan melayani nasabah di anggap belum optimal. Dan untuk mencapai kepuasan nasabah maka instansi tersebut harus meningkatkan kualitas pelayanan dan mengoptimalkan proses penyelesaian klaim Surat Permohonan Pembayaran (SPP) program pensiun.

Dari penjelasan latar belakang masalah di atas maka penulis tertarik untuk membuat proposal dengan judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Proses Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan**”.

B. Identifikasi Masalah

Maka dari itu identifikasi masalah yang ada adalah sebagai berikut:

1. Proses penyelesaian klaim Surat Permohonan Pembayaran (SPP) program pensiun kepada nasabah kurang optimal

2. Masih adanya beberapa pegawai yang lambat dalam melayani nasabah
3. Sikap pegawai dalam keramah-tamahan melayani nasabah PT. Taspen di anggap belum optimal.

C. Batasan Dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang tidak terarah dan mengakibatkan tidak tepatnya sasaran yang di harapkan maka dari itu penulis membatasi masalah sebagai berikut:

- a. Penelitian dilakukan pada nasabah PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama (KCU) Medan.
- b. Batasan penelitian hanya mencakup variabel-variabel kualitas pelayanan, Proses, dan kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama (KCU) Medan.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah yang telah dibatasi di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

- a. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan?
- b. Apakah ada pengaruh proses terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan?
- c. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan proses terhadap kepuasan nasabah PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan penulis adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama medan.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh proses terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.
- c. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan proses terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

2. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Bagi penulis, penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan dan wawasan penulis sehubungan dengan kualitas pelayanan dan proses untuk membantu perusahaan menjaga kepuasan konsumen.
- b. Bagi perusahaan, sebagai bahan masukan dan saran bagi pihak PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan tentang kualitas pelayanan, proses dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.
- c. Bagi penelitian selanjutnya, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai salah satu referensi untuk penelitian lebih lanjut, terutama bagi peneliti yang melakukan penelitian yang berkaitan tentang kualitas pelayanan, proses, dan kepuasan nasabah.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. URAIAN TEORITIS

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan faktor terpenting dalam suatu perusahaan. Kepuasan nasabah/pelanggan adalah perasaan konsumen setelah merasakan antara apa yang sudah dia terima dengan harapan yang diinginkannya. Nasabah/ pelanggan akan merasa puas jika nilai yang di berikan oleh produk atau jasa memuaskan pelanggan dalam waktu yang lama.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012 hal. 61) kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai “evaluasi yang memberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya (sesuai) dengan yang diharapkan”.

Menurut Lupiyoadi (2013 hal. 228) menyatakan kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

Banyak pakar yang berusaha mendefenisikan kepuasan konsumen berdasarkan persepektifnya masing-masing. Meskipun tidak terdapat satu defenisi tunggal yang menjadi rujukan bersama mengenai kepuasan konsumen, namun pada intinya mereka menyatakan substansi yang sama tentang kepuasan konsumen (Priansa 2017 hal. 196)

Menurut Bismala dan Handoko (2014 hal. 186) salah satu indikator kualitas yang baik adalah adanya kepuasan konsumen / pelanggan. Kepuasan

pelanggan dapat dinyatakan sebagai persepsi pelanggan tentang harapannya yang telah terpenuhi atau terlampaui. Bila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, maka pelanggan akan puas.

Menurut Engel et. al. dalam Priansa (2017 hal. 197) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama atau melebihi harapan dari konsumen, sedangkan ketidakpuasan akan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen.

Berdasarkan berbagai pendapat tersebut, maka yang dimaksud dengan kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dengan harapan yang dimiliki oleh konsumen.

b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Rahmayanty (2010 hal. 74) mengatakan bahwa salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensi perusahaan dan pesaing, kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

Kepuasan dan ketidakpuasan merupakan bagian dari pengalaman terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Dan berdasarkan pengalaman yang diperolehnya nasabah memiliki kecenderungan

untuk membangun nilai-nilai ekspektasi tertentu. Adapun menurut Tjiptono dan Chandra (2012 hal.70) ada beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu:

- 1.) Manajemen ekspektasi pelanggan yaitu berusaha mengedukasi pelanggan adalah mereka bisa benar-benar memahami peran, hak dan kewajibannya yang berkenaan dengan produk/jasa
- 2.) Relationship Marketing and management yaitu berfokus pada upaya yang menjalin relasi positif jangka panjang yang saling menguntungkan dengan stakeholder perusahaan.
- 3.) Aftermarketing yaitu menekankan penting orientasi pada pelanggan saat ini sebagai cara yang lebih efektif membangun bisnis menguntungkan.
- 4.) Strategi retensi pelanggan yaitu meningkatkan retensi pelanggan melalui pemahaman atas faktor-faktor yang menyebabkan pelanggan beralih pemasok
- 5.) Superior customer service yaitu menawarkan layanan yang lebih baik dibandingkan pesaing.
- 6.) Technology infusion strategi yaitu berusaha memanfaatkan kecanggihan teknologi untuk meningkatkan dan memuaskan pengalaman service encounter pelanggan, baik dalam customization dan fleksibilitas, perbaikan layanan
- 7.) Strategi penanganan keluhan secara efektif yaitu empati terhadap pelanggan yang marah, kecepatan dalam penanganan setiap keluhan, kewajaran atau keadilan dalam memecahkan masalah atau keluhan, dan kemudahan bagi konsumen untuk mengontak perusahaan.

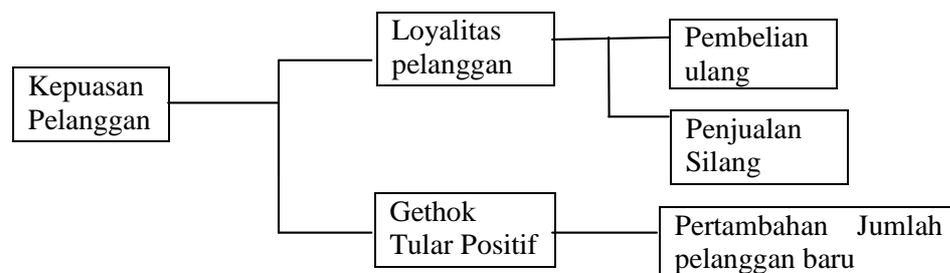
- 8.) Startegi pemulihan layanan yaitu berusaha menangani setiap masalah dan belajar dari kegagalan produk/layanan serta melakukan penyempurnaan layanan organisasi.

c. Manfaat Spesifik Kepuasan

Kepuasan pelanggan dapat memberikan bebrerapa manfaat bagi perusahaan dan bagi konsumen itu sendiri. Manfaat yang dapat diperoleh dari kepuasan konsumen menurut Tjiptono dan Chandra (2012 hal. 57)

- 1.) Dampak positif pada loyalitas pelanggan, berpotensi menjadi sumber pendapatyan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, cross-selling, dan up-selling).
- 2.) Menekan biaya transaksi pelanggan dimasa depan, (terutama biaya-biaya komunikasi, penjualan, dan layanan pelanggan)
- 3.) Menekan volatilitas dan resiko berkenaan dengan presdiksi aliran kas masa depan.
- 4.) Meningkatkan toleransi harga (terutama kesedian untuk membayar harga premium dan pelanggan tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok)
- 5.) Rekomendasi gethok tular positif

Gambar II-1 Manfaat Spesifik Kepuasan



Sumber: Tjiptono dan Chandra (2012 hal. 57)

d. Metode pengukuran kepuasan nasabah

Banyak perusahaan secara sistematis mengukur kepuasan konsumen dan faktor-faktor yang membentuknya. Perusahaan mengukur kepuasan konsumen secara reguler karena salah satu kunci bagi retensi konsumen adalah kepuasan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2009, hal. 140) ada sejumlah metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

1.) Survei berkala

Dapat melacak kepuasan pelanggan secara langsung dan juga mengajukan pertanyaan tambahan untuk mengukur niat pembelian kembali dan kemungkinan atau kesediaan responden untuk merekomendasikan suatu perusahaan dan merek kepada orang lain.

2.) Tingkat kehilangan pelanggan

Selain survei berkala, perusahaan dapat mengamati tingkat kehilangan pelanggan dengan menghubungi pelanggan yang berhenti membeli atau beralih ke pemasok lain untuk mengetahui alasannya

3.) Pembelanja misterius

Terakhir perusahaan dapat mempekerjakan pembelanja misterius untuk berperan sebagai pembeli potensial dan melaporkan titik kuat dan lemah yang dialaminya dalam membeli produk produk perusahaan maupun produk pesaing.

Pengukuran kepuasan konsumen menurut Martila dan James (Tjiptono dan Chandra, 2011 hal. 205) dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut

1.) Directly reports satisfaction

Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan

2.) *Derived diatisfaction*

Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang mereka rasakan

3.) *Problem analysis*

Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka rasakan.

4.) *Importance performance Analysis*

Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen (*atribut*) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

e. Indikator Kepuasan Nasabah

Pengukuran terhadap kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan. Hal ini dikarenakan langkah tersebut memberi masukan bagi keperluan dalam pengembangan dan peningkatan kepuasan pelanggan. Pada prinsipnya kepuasan pelanggan dapat di ukur dengan bermacam metode dan teknik.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012 hal. 75) terdapat indikator kepuasan pelanggan yang dapat dirincikan sebagai berikut:

1. Keandalan (*reliability*)
2. Daya tanggap (*responsiveness*)

3. Jaminan (*confidence*)
4. Empati (*empaty*)
5. Bukti fisik (*tangibles*)

Sedangkan menurut Arianty dkk., (2016 hal. 23) indikator yang digunakan dalam mengevaluasi kepuasan pelanggan jasa meliputi:

- 1.) Bukti langsung (*direct evidence*) adalah meliputi fasilitas, kelengkapan, sumber daya manusia, alat untuk komunikasi
- 2.) Keandalan (*reliability*) adalah pelayanan yangb diberikan tepat waktu, cepat, pasti dan memuaskan.
- 3.) Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kecepatan perusahaan dalam hal ini pegawai untuk menghadapi pelanggan baik secara langsung maupun tidak langsung.
- 4.) Jaminan (*guarantee*) adalah pengetahuan, keramahan kepercayaan yang harus dimiliki karyawan
- 5.) Empati (*empathy*) adalah mengetahui keinginan pelanggan, menjadi pendengar yang baik, memahami masalah, komunikasi yang baik kepada pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2009 hal. 143) kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggannya sepanjang waktu disebut perusahaan berkualitas.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012 hal. 77) kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Menurut Lupiyoadi (2013 hal. 212) Kualitas pelayanan adalah sebagaimana yang diinterpretasikan merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan nasabah.

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Setiap perusahaan berlomba untuk menghasilkan kualitas pelayanan yang terbaik untuk konsumennya.

Pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam perusahaan atau organisasi yang berorientasi kepada kepuasan nasabah. Sistem pelayanan itu sendiri adalah suatu upaya untuk memberikan kemudahan bagi nasabah dalam memakai jasa yang dihasilkan perusahaan tersebut.

Pada prinsipnya kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampainnya untuk menyesuaikan harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan

pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan.

Menurut Parasuraman dalam Lupiyoadi (2013 hal. 216) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Menurut Lovelock, Wirtz dan Mussry (2011 hal. 154) Mendefenisikan kualitas layanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi nasabah atas pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya mereka harapkan dan kualitas pelayanan merupakan hal utama yang harus diperhatikan dalam suatu perusahaan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

Menurut Lupiyoadi (2013 hal. 214-215) harapan nasabah terhadap kualitas suatu jasa terbentuk oleh beberapa faktor berikut:

- 1.) Kinerja (*performance*) yaitu kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang diukur, dan aspek-aspek kinerja individu.
- 2.) Keistimewaan produk (*features*) yaitu dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secara subjektif oleh masing-masing

individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukkan adanya perbedaan kualitas suatu produk (jasa).

- 3.) Keandalan (*reliability*) yaitu dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (*malfunction*) pada suatu periode.
- 4.) Kesesuaian (*conformance*) yaitu dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. Kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi, dan beberapa kesalahanm lain.
- 5.) Ketahanan (*durability*) yaitu ukuran ketahanan atau daya tahan suatu produk meliputi segi ekonomis sampai dengan segi teknis. Secara teknis, ketahanan suatu produk didefenisikan sebagai jumlah sejumlah kegunaan yang diperoleh seseorang sebelum mengalami penurunan kualitas.
- 6.) Kemampuan Pelayanan (*servicebility*) yaitu kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk di perbaiki.
- 7.) Estetika (*aesthetics*) Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, baik itu bagaimana penampilan luar suatu produk, rasa, maupun bau. Dengan demikian, estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.

8.) Kualitas yang dirasakan (*perceived quality*) yaitu konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk (jasa). Namun, konsumen umumnya memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung, misalnya melalui merek, nama, dan negara produsen.

kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan, tingkat pelayanan dipersepsikan dengan tingkat pelayanan yang di harapkan konsumen. (Gonroos 2007, hal. 90) dalam *Journal of Industrial Engineering & Management System*, mendefenisikan kedalam 7 kriteria faktor-faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan yaitu:

1.) Professionalism and skills (Profesionalisme dan Keterampilan)

Pelanggan menyadari bahwa penyedia layanan, karyawan, sistem operasional, dan sumber daya fisik memiliki pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah mereka.

2.) Attitudes and Behaviour (Sikap dan Perilaku)

Pelanggan merasa bahwa karyawan layanan adalah yang memberikan perhatian kepada mereka dan tertarik dalam memecahkan masalah mereka dengan cara yang ramah dan spontan

3.) Accessibility and flexibility

Pelanggan merasa bahwa penyedia layanan, lokasi, jam operasional, karyawan dan sistem operasional yang dirancang dan beroperasi sehingga mudah untuk mendapatkan akses ke layanan dan siap untuk menyesuaikan tuntutan dan keinginan pelanggan dalam cara yang fleksibel.

4.) Reliability and Trustworthiness (Keandalan dan Kepercayaan)

Pelanggan tahu apapun yang terjadi atau telah disepakati, mereka dapat bergantung pada penyedia layanan, karyawan dan sistem, untuk menepati janji dan melakukan dengan kepentingan terbaik buat pelanggan.

5.) Service Recovery

Pelanggan menyadari bahwa setiap kali sesuatu yang salah atau sesuatu yang tak terduga terjadi dimana penyedia layanan dengan segera secara aktif mengambil tindakan untuk menjaga mereka dalam mengendalikan situasi dan mencari solusi baru yang dapat diterima.

6.) Serviceescap

Pelanggan merasakan lingkungan fisik sekitarnya dan aspek lainnya dalam pertemuan layanan, sehingga pelanggan lebih mendapatkan pengalaman positif dari proses pelayanan tersebut.

7.) Reputation and Credibility

Pelanggan yakin bahwa bisnis penyedia layanan dapat dipercaya.

c. Indikator Kualitas Pelayanan

Valarie Zeithaml, Leonard berry, dan A. Dalam Christopher Lovelock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry (2010 hal. 154) Parasuraman telah melakukan penelitian intensif terhadap kualitas layanan dan mengidentifikasi 10 dimensi yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi kualitas jasa.

Dalam penelitian berikutnya, mereka menemukan tingkat korelasi yang tinggi antara beberapa variabel, dan akhirnya mengonsolidasikan kedalam lima dimensi yang luas :

1. Tangibles (penampilan unsur fisik)

2. Reliability (kinerja yang dapat di andalkan dan akurat)
3. Responsiveness (kecepatan dan kegunaan)
4. Assurance (kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan)
5. Empathy (akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman pelanggan)

Kualitas jasa yang diberikan perusahaan harus mengacu pada standar mutu yang tinggi mampu memenuhi harapan konsumen. Hasil penelitian Berry dan Parasuraman dalam Priansa (2017 hal. 56-57) menyatakan bahwa dimensi kualitas layanan jasa terdiri dari sepuluh dimensi, dalam perkembangan selanjutnya, dari kesepuluh dimensi kualitas tersebut dirangkum atau dikelompokkan menjadi lima yaitu:

- 1.) Bukti langsung (*tangibles*) yang 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 (*responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4.) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya.
- 5.) Empati (*empathy*) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian dan memahami kebutuhan para konsumen.

Menurut Rahmayanty (2010 hal. 71-72) indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Tangibles (bentuk fisik)
2. Reability (keandalan)
3. Responsiveness (ketanggapan)
4. Assurance (jaminan dan kepastian)
5. Empaty (perhatian yang tulus)

Menurut Parasuraman dkk., dalam Lupiyoadi (2013 hal. 216-217) indikator kualitas pelayan adalah sebagai berikut:

- 1.) Berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya.
- 2.) Reliabilitas yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3.) Ketanggapan (*responsiveness*) yaitu keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 4.) Jaminandankepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
- 5.) Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka.

3. Proses (*Process*)

a. Pengertian Proses

Menurut Zeithaml dan Bitner (2008 hal. 38) proses adalah bagaimana nilai jasa tersebut disampaikan kepada konsumennya. Konsumen dapat menilai jasa yang diberikan dalam proses ini. Bila proses penyampaian jasa dilaksanakan secara tepat, rapi, dan tidak terdapat kesalahan, konsumen akan merasa puas dan mempunyai penilaian yang baik terhadap perusahaan.

Menurut Tjiptono (2012 hal. 146) proses adalah proses menyangkut dari cara kerja perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dalam penyediaan hidangan. Proses kerja ini diawali dari konsumen masuk hingga keluar dari perusahaan. Proses kerja ini menyangkut dari kecepatan kerja dan kemudahan serta rasa aman. Jika proses itu cepat dilakukan maka konsumen akan terpuaskan.

Menurut Lupiyoadi (2013 hal. 98) proses merupakan gabungan semua aktivitas, yang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme dan hal-hal rutin lainnya, dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen.

Proses dapat dibedakan menjadi dua cara:

- 1.) Kompleksitas, berhubungan dengan langkah-langkah dan tahap dalam proses.
- 2.) Keragaman, berhubungan dengan adanya perubahan dalam langkah atau tahapan proses.

Sehubungan dengan dua cara tersebut, berikut ini adalah empat pilihan yang dapat dipilih oleh pemasar.

- a. Mengurangi keragaman. Dalam proses ini, terjadi pengurangan biaya, peningkatan produktivitas, dan kemudahan distribusi.
- b. Meningkatkan keragaman. Memperbanyak kustomisasi dan fleksibilitas dalam produksi yang dapat menimbulkan naiknya harga.
- c. Mengurangi kompleksitas. Cenderung lebih terspesialisasi.
- d. Meningkatkan kompleksitas. Cenderung melakukan penetrasi pasar dengan cara menambah jasa yang diberikan.

Menurut Zeithaml (2007 hal. 252) proses adalah “ The actual procedures, mechanism and flow of activities by which the service is delivered the service delivery and operating system”. Zeithaml menyatakan bahwa proses ialah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Elemen proses ini mempunyai arti suatu upaya perusahaan dalam menjalankan dan melaksanakan aktivitasnya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya. Untuk perusahaan jasa, kerja sama antara pemasaran dan operasional sangat penting dalam elemen proses ini, terutama dalam melayani segala kebutuhan dan keinginan konsumen. Jika dilihat dari sudut pandang konsumen, maka kualitas jasa diantaranya dilihat dari bagaimana jasa menghasilkan fungsinya.

Proses dalam jasa merupakan faktor utama dalam bauran pemasaran jasa seperti pelanggan jasa akan sering memasarkan sistem penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri. Selain itu, keputusan dalam manajemen operasi adalah sangat penting untuk suksesnya pemasaran jasa. Seluruh aktivitas kerja adalah proses, proses melibatkan prosedur-prosedur, tugas-

tugas, jadwal-jadwal, mekanisme-mekanisme, aktivitas-aktivitas dan rutinitas-rutinitas dengan produk jasa disalurkan pada pelanggan.

b. Indikator Proses

Menurut Gasperz (2012 hal. 87) indikator proses ialah :

1. Prosedur Perolehan Jasa

Prosedur perolehan jasa meliputi : kemudahan menjadi nasabah baru, kemudahan proses pendaftaran dan kecepatan nasabah dalam mendapatkan pertolongan.

2. Prosedur Resolusi Masalah

Prosedur resolusi masalah meliputi : kemudahan pihak perusahaan dalam memberikan solusi, dan kemudahan perusahaan dalam penanganan masalah.

B. Kerangka Konseptual

1. Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

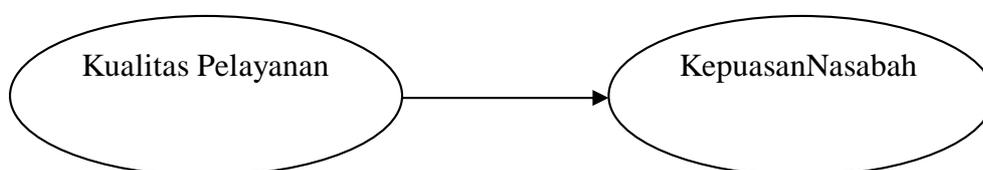
Menurut Tjiptono dan Chandra (2012 hal. 157) kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas layanan, dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan terhadap pelayanan suatu perusahaan.

Hasil penelitian Panjaitan (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Semakin baik kualitas pelayanan di mata konsumen maka akan semakin tinggi tingkat kepuasan yang diperoleh oleh konsumen.

Hasil penelitian Arianty (2015) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil Penelitian Sembiring (2014) menunjukkan bahwa kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar. II-2

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

Jadi, kualitas pelayanan terhadap nasabah merupakan salah satu yang dianggap penting karena semakin baik kualitas yang diberikan maka semakin banyak pelanggan yang dimiliki.

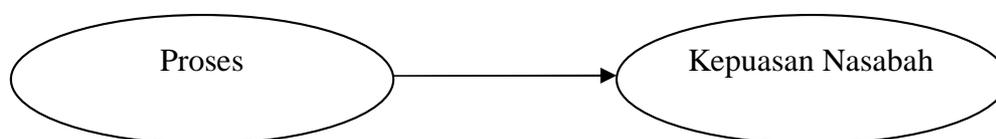
2. Pengaruh Proses Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Zeithaml dan Bitner yang dikutip oleh Hurriyati (2010 hal. 146) menyatakan bahwa proses adalah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa.

Hasil penelitian Suryana dkk., (2018) menunjukkan bahwa variabel proses mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Apabila proses pelayanan baik maka kepuasan konsumen meningkat.

Hasil Penelitian Elat dkk., (2014) menunjukkan bahwa variabel proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya proses yang baik, yaitu bagaimana jasa itu bisa sampai ke tangan konsumen atau dirasakan konsumen maka akan meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian Permatasari dkk., (2018) menunjukkan bahwa secara persia dan simultan variabel proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



Gambar.II-3

Pengaruh Proses terhadap Kepuasan Nasabah

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Proses Terhadap Kepuasan Nasabah

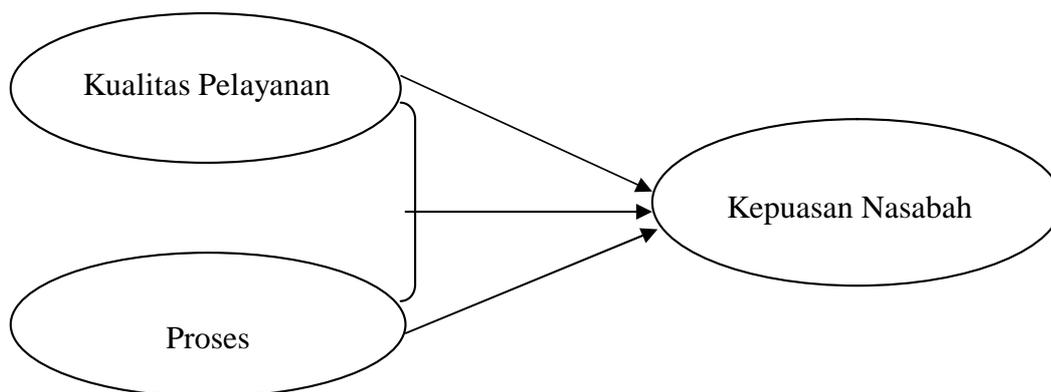
Kualitas Pelayanan dan Proses tentunya dapat secara langsung mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

Hasil Penelitian yang dilakukan oleh Gunawan (2013) menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel Kualitas Pelayanan dan Proses secara bersama-sama dan signifikan, variabel kualitas pelayanan dan proses terhadap kepuasan nasabah. Dengan kata lain antara variabel saling mempengaruhi satu dengan variabel lainnya.

Hasil Penelitian Gultom dkk., (2014) menunjukkan bahwa secara persial variabel proses berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara medan.

Hasil penelitian Fadli (2017) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya semakin besar kualitas pelayanan dan proses maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Pengaruh antara kualitas pelayanan dan proses terhadap kepuasan nasabah dapat di lihat dalam gambar ini untuk memperjelas hubungan diantara ketiga variabel yang diteliti.



Gambar.II-4
Kerangka Paradigma Penelitian

C. Hipotesis

Menurut Sugiyono, (2016, hal. 93) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan. Berdasarkan rumusan masalah serta tujuan dari penelitian ini, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut :

- a. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.
- b. Ada pengaruh proses terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.
- c. Ada pengaruh kualitas pelayanan dan proses terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian yang di gunakan penulis adalah pendekatan penelitian asosiatif. Pendekatan asosiatif menurut Sugiyono (2016 hal. 11) adalah penelitian yang dilakukan untuk menggabungkan antara dua variable atau lebih guna mengetahui pengaruh antara variable satu dengan variable lainnya. Penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggambarkan dan meringkaskan berbagai kondisi, situasi dan variabel.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif karena untuk menyelesaikannya membutuhkan waktu yang relatif singkat, instrumen pengumpulan data menggunakan angket, wawancara, studi dokumentasi dan penelitian bertujuan untuk mengetahui hubungan variabel bebas dengan variabel terikat. Hal ini sesuai dengan karakteristik penelitian kuantitatif yang tercantum dalam sugiyono (2016 hal. 8) menyatakan bahwa metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positifisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan data biasanya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

B. Defenisi Operasional

Definisi Operasional dikemukakan untuk mengetahui pengertian terhadap variabel-variabel yang diteliti di dalam perusahaan sehingga memudahkan dan

mengarahkan masalah yang diteliti. Dari penelitian ini dapat diambil defenisi operasional dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel.III-1
Defenisi Operasional Penelitian

No.	Variabel	Definisi	Indikator
1.	Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang diterima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yg lama.	1. Keandalan (<i>reliability</i>) 2. Kereponsifan (<i>responsiveness</i>) 3. Keyakinan (<i>confidence</i>) 4. Empati (<i>empaty</i>) 5. Berwujud (<i>tangible</i>) (Tjiptono dan Chandra (2012 hal. 75)
2.	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan yaitu memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan.	1. Tangibles (bentuk fisik) 2. Reability (keandalan) 3. Responsiveness (ketanggapan) 4. Assurance (jaminan dan kepastian) 5. Empaty (perhatian yang tulus) (Rahmayanty 2010 hal. 71-72)
3.	Proses (X2)	Proses merupakan gabungan semua aktivitas, yang umumnya terdiri atas prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme dan hal-hal rutin lainnya, dimana jasa dihasilkan kepada konsumen	1. Prosedur Perolehan Jasa 2. Prosedur Resolusi Masalah (Gasperz 2012 hal. 87)

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan, yang beralamat di jalan H. Adam Malik No.64, Silalasa, Medan Barat.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan mulai bulan Oktober 2018 sampai bulan Maret 2019. Waktu Penelitian dapat dilihat di tabel berikut

Tabel.III-2
Jadwal Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan	Bulan /Tahun																							
		Okt' 2018				Nov' 2018				Des' 2018				Jan' 2019				Feb' 2019				Mar' 2019			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul			■																					
2	Penyusunan Profosal				■	■	■	■	■																
3	Bimbingan Profosal									■	■	■	■												
4	Seminar Profosal													■											
5	Pengumpulan Data														■	■	■	■							
6	Penulisan skripsi																		■	■					
7	Bimbingan Skripsi																				■	■			
8	Sidang Meja Hijau																							■	

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016, hal. 115) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek /subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

di tarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasinya adalah seluruh nasabah PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan sebanyak 82.473 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2016, hal. 116) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu dan tenaga, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil oleh populasi itu. Pada penelitian ini peneliti menggunakan Kuota Sampling. Kuota Sampling adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan. (Sugioyono, 2016 hal. 122).

Pengambilan sampel dilakukan dengan incedental sampling atau sampel kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan. (Sugioyono, 2016 hal. 122). Dari jumlah populasi 82.473 orang ini maka peneliti menggunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel yang relevan.

Berikut gambaran dari perhitungan rumus slovin:

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

Keterangan : n = Jumlah Sampel
N = Jumlah Populasi
E = Taraf Kesalahan (10% = 0,1)

$$n = \frac{82.473}{1 + 82.473 (0,1)^2}$$

$$n = 99,99 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka sampel yang di ambil dalam penelitian ini adalah 99,99 dan dibulatkan menjadi 100 responden.

E. Teknik Pengumpulan Data

1. Wawancara (Interview)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil (Sugiyono, 2016 hal. 194).

2. Quesioner (angket)

Quesioner (angket) adalah pertanyaan/ Pernyataan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat/persepsi responden penelitian tentang suatu variabel yang diteliti. Dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditunjukkan kepada para nasabah PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan dengan menggunakan skala likert bentuk *checklist* ()

Dimana setiap pertanyaan memiliki 5 opsi yaitu :

Tabel. III-3
Skala Likert

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : (Sugiyono, 2016)

Selanjutnya jawaban responden akan diuji kembali dengan menggunakan uji validitas dan reabilitas.

a) Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan tujuan menganalisis apakah instrument yang disusun memang benar-benar tepat dan rasional untuk mengukur variabel penelitian. Untuk mengukur validitas setiap butir pertanyaan, maka digunakan teknik korelasi product moment, yaitu :

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

(Sugioyono 2016 hal. 248)

Keterangan :

- n = Banyaknya pasangan pengamatan
- $\sum x_i$ = Jumlah pengamatan variabel x
- $\sum y_i$ = Jumlah pengamatan variabel y
- $(\sum x_i^2)$ = Jumlah kuadrat pengamatan variabel x
- $(\sum y_i^2)$ = Jumlah pengamatan variabel y
- $(\sum x_i)^2$ = kuadrat jumlah pengamatan variabel x
- $(\sum y_i)^2$ = pengamatan jumlah variabel y
- $\sum x_i y_i$ = jumlah hasil kali variabel x dan y

Ketentuan apakah ada suatu instrument valid atau tidak adalah melihat dari probabilitas koefisien korelasinya. Uji signifikan dilakukan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} dan nilai positif maka butir atau pernyataan maupun indikator tersebut dinyatakan valid.

Hipotesisnya adalah :

- a) $H_0 : \rho = 0$ [tidak ada korelasi signifikan skor item dengan total skor
(tidak valid)]
- b) $H_1 : \rho \neq 0$ [ada korelasi signifikan skor item dengan total skor (valid)]

kriteria penerimaan penolakan hipotesisnya adalah sebagai berikut:

- a. Tolak H_0 jika korelasi adalah positif dan probabilitas yang dihitung < nilai probabilitas yang diterapkan sebesar 0,05 (Sig 2-tailed < α ,05
- b. Terima H_0 jika nilai korelasi adalah negatif dan atau probabilitas yang dihitung > nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0.05 (Sig 2 tailed > α ,05.

Tabel III-4 Hasil Uji Validitas

Item Pernyataan	NilaiKorelasi	Probabilitas	Keterangan	
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0.543	0.000 < 0,05	Valid
	Y2	0.400	0.000 < 0,05	Valid
	Y3	0.391	0.000 < 0,05	Valid
	Y4	0.659	0.000 < 0,05	Valid
	Y5	0.543	0.000 < 0,05	Valid
	Y6	0.544	0.000 < 0,05	Valid
	Y7	0.391	0.000 < 0,05	Valid
	Y8	0.659	0.000 < 0,05	Valid
	Y9	0.543	0.000 < 0,05	Valid
	Y10	0.400	0.000 < 0,05	Valid
Kualitas Pelayanan (X1)	X1	0.520	0.000 < 0,05	Valid
	X2	0.724	0.000 < 0,05	Valid
	X3	0.564	0.000 < 0,05	Valid
	X4	0.520	0.000 < 0,05	Valid
	X5	0.727	0.000 < 0,05	Valid
	X6	0.727	0.000 < 0,05	Valid
	X7	0.564	0.000 < 0,05	Valid
	X8	0.727	0.000 < 0,05	Valid
	X9	0.564	0.000 < 0,05	Valid
	X10	0.571	0.000 < 0,05	Valid
Proses (X2)	X1	0.686	0.000 < 0,05	Valid
	X2	0.554	0.000 < 0,05	Valid
	X3	0.492	0.000 < 0,05	Valid
	X4	0.686	0.000 < 0,05	Valid
	X5	0.554	0.000 < 0,05	Valid
	X6	0.492	0.000 < 0,05	Valid
	X7	0.686	0.000 < 0,05	Valid
	X8	0.554	0.000 < 0,05	Valid

Sumber : Data Pengolahan 2019 (SPSS 24.00)

Berdasarkan data di atas dapat di dilihat bahwa dari seluruh item yang diajukan terhadap responden dinyatakan bahwa seluruhnya valid.

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji apakah angket yang disusun adalah alat ukur yang bisa dipercaya atau tidak. Teknik yang digunakan adalah Cronbach Alpha. Berikut adalah Cronbach Alpha menurut (Juliandi, irfan, & Manurung hal. 80-82) dengan rumus sebagai berikut :

$$r = \left[\frac{k}{k - 1} \right] - \left[1 \frac{\sum S_b^2}{S_i^2} \right]$$

(Azuar Juliandi & Irfan, 2015 hal. 80-82)

Keterangan :

- r = Relibilitas Intrumen
- k = Banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal
- $\sum S_b^2$ = Jumlah varians butir pernyataan
- S_i^2 = Varians butir pernyataan

Selanjutnya butir instrumen yang valid di atas di uji dengan uji reliabilitas untuk mengetahui apakah seluruh butir pernyataan dari steiap variabel sudah menerangkan tentang variabel yang di teiti, Apabila nilai koefesien reliabilitas (*cronbach alpha*) > 0,6 maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik (terpercaya). (Azuar Juliandi & Irfan hal.82).

Tabel III-5 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	R Tabel	Keterangan
Kepuasan Nasabah (Y)	0.673	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X1)	0.818		Reliabel
Proses (X2)	0.725		Reliabel

Sumber : Data Pengolahan 2019 (SPSS 24.00)

Dari data diatas dapat dilihat bahwa nilai reliabilitas instrument menunjukkan tingkat reliabel, instrument penelitian sudah memadai karena semua koefesien reliabilitas variabel > 0,60. Dapat disimpulkan bahwa item pernyataan

dari setiap variabel sudah menjelaskan atau memberikan gambaran tentang variabel yang diteliti atau dengan kata lain instrument adalah reliabel atau terpercaya.

F. Teknik Analisis Data

1. Regresi Linier Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

- Y = Nilai yang diprediksi
- a = Konstanta
- b_1, b_2 = Koefisien regresi
- X_1, X_2 = Nilai variabel independen

2. Asumsi Klasik

Hipotesis memerlukan uji asumsi klasik, karena model analisis yang dipakai adalah regresi linier berganda. Asumsi klasik yang dimaksud terdiri dari :

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variable dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak (Juliandi, 2013). Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal.

Kriteria pengambilan keputusannya adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat diantara variabel independen. Apabila terdapat korelasi antar variabel bebas, maka terjadi multikolinearitas, demikian juga sebaliknya. Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan melihat VIF (*Variance Inflation Factor*) antar variabel independen dan nilai *tolerance*. Batasan yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $< 0,1$ atau sama dengan $VIF > 10$.

c. Uji Heterokedastisitas

Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas sebaliknya jika varian berbeda maka disebut heterokedastisitas. Ada tidaknya heterokedastisitas dapat diketahui dengan melalui grafik scatterplot antar nilai prediksi variabel independen dengan nilai residualnya. Dasar analisis yang dapat digunakan untuk menentukan heterokedastisitas adalah :

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi heterokedastisitas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji Secara Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas secara individual mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan atau tidak terhadap variabel terikat.

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

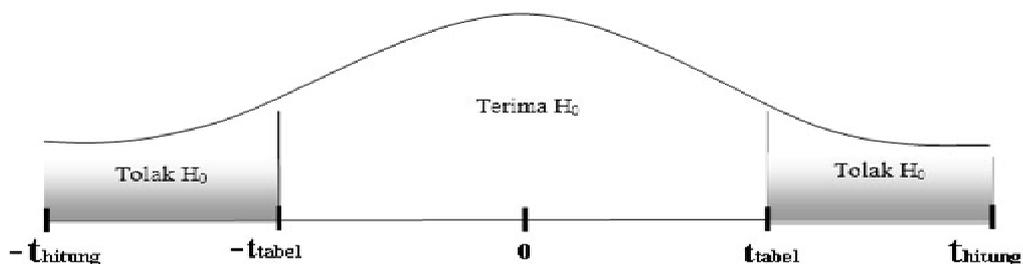
(Sugiyono 2016 hal. 250)

Keterangan:

- t = nilai t_{hitung}
 r_{xy} = korelasi xy yang ditemukan
 n = jumlah sampel.

Kriteria:

- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, sehingga tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sehingga ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat



Gambar III-1 Uji t (Uji Parsial)

b. Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel terikat dengan membandingkan antara nilai F_{tabel} dengan F_{hitung} . Dalam hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas X_1 (Kualitas Pelayanan) X_2 (Persepsi) mempunyai pengaruh yang sama terhadap variabel Y (Kepuasan Nasabah)

$$Fh = \frac{R^2 / k}{(1 - R^2) / (n - 1 - k)}$$

(Sugiyono 2016 hal. 257)

Keterangan:

R^2 = koefisien korelasi ganda

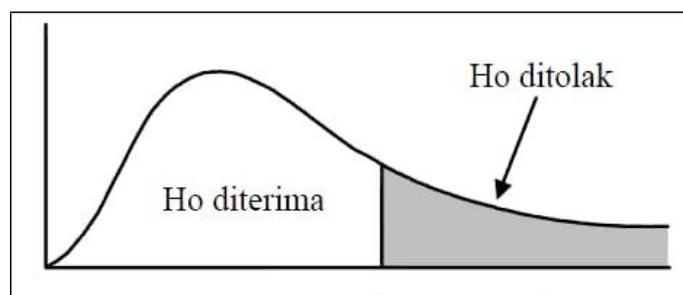
k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

F = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F table

Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

- Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima, sehingga menunjukkan tidak ada pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat.
- Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak, sehingga menunjukkan ada pengaruh variabel bebas dengan variabel terikat.



Gambar III-2 Uji F (Uji Simultan)

4. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengatur seberapa jauh dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi berada diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel - variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Data dalam penelitian ini akan diolah dengan menggunakan program *statistical Package for Social Sciences* (SPSS 24.00). Hipotesis dalam penelitian ini dipengaruhi oleh nilai signifikan koefisien variabel yang bersangkutan setelah dilakukan pengujian.

$$D = R^2 \times 100\%$$

(Sugioyono hal. 2016)

Keterangan:

D = Determinasi
 R^2 = Nilai korelasi berganda
100% = Persentase Kontribusi

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengolah data angket dalam bentuk data yang terdiri dari 10 pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan (X1), 8 pernyataan untuk variabel proses (X2) dan 10 pernyataan untuk variabel kepuasan nasabah (Y). Angket yang disebarakan ini diberikan kepada 100 orang nasabah PT. Taspen KCU Medan sebagai sampel penelitian dengan menggunakan skala likert berbentuk tabel ceklis.

2. Identitas Responden

a. Jenis Kelamin

Tabel IV-1
Jenis Kelamin

JENIS KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	44	44,0	44,0	44,0
	PEREMPUAN	56	56,0	56,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Pengolahan 2019 (SPSS 24.00)

Dari tabel IV-1 diatas bisa dilihat bahwa persentase responden terdiri dari 44 (44%) orang laki-laki dan sebanyak 56 (56%) orang perempuan. Bisa di Tarik kesimpulan bahwa yang menjadi mayoritas responden adalah perempuan.

b. Pendidikan Terakhir

Tabel IV-2
Pendidikan Terakhir

PENDIDIKAN TERAKHIR					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	30	30,0	30,0	30,0
	S1	60	60,0	60,0	90,0
	S2	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Pengolahan 2019 (SPSS 24.00)

Dari tabel IV-2 diatas bisa dilihat bahwa persentase responden terdiri dari 30 (30%) orang responden berlatar belakang pendidikan SMA, 60 (60%) orang responden berlatar belakang pendidikan S1, dan 10 (10%) orang responden berlatar belakang pendidikan S2. Bisa di Tarik kesimpulan bahwa yang menjadi mayoritas responden adalah nasabah yang berlatar belakang pendidikan S1.

c. Usia

Tabel IV-3
Usia

USIA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	30-39	7	7,0	7,0	7,0
	40-49	29	29,0	29,0	36,0
	Lebih dari 50 Tahun	64	64,0	64,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Pengolahan 2019 (SPSS 24.00)

Dari tabel IV-3 diatas bisa dilihat bahwa persentase responden terdiri dari 7 (7%) orang responden berlatar berusia 30-39 tahun, 29 (29%) orang responden berlatar berumur 40-49 tahun, dan 64 (64%) orang responden berusia lebih dari 50

tahun. Bisa di Tarik kesimpulan bahwa yang menjadi mayoritas responden adalah nasabah yang berumur lebih dari 50 tahun.

d. Agama

Tabel IV-4
Agama

AGAMA					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ISLAM	58	58,0	58,0	58,0
	KRISTEN PROTESTAN	26	26,0	26,0	84,0
	KATOLIK	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Pengolahan 2019 (SPSS 24.00)

Dari tabel IV-4 diatas bisa dilihat bahwa persentase responden terdiri dari 58 (58%) orang responden beragama islam, 26 (26%) orang responden beragama kristen protestan, dan 16 (16%) orang responden beragama katolik. Bisa di Tarik kesimpulan bahwa yang menjadi mayoritas responden adalah nasabah yang beragama islam.

e. Suku

Tabel IV-5
Suku

SUKU					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	BATAK	29	29,0	29,0	29,0
	JAWA	29	29,0	29,0	58,0
	PADANG	17	17,0	17,0	75,0
	NIAS	7	7,0	7,0	82,0
	MELAYU	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data Pengolahan 2019 (SPSS 24.00)

Dari tabel IV-5 diatas bisa dilihat bahwa persentase responden terdiri dari 29 (29%) orang responden bersuku batak, 29 (29%) orang responden bersuku jawa, 17 (17%) orang responden bersuku padang, 7 (7%) orang responden bersuku nias dan 18 (18%) orang responden bersuku melayu. Bisa di Tarik kesimpulan bahwa yang menjadi mayoritas responden adalah nasabah yang bersuku batak dan jawa.

3. Persentase Jawaban Responden

Tabel IV-6
Kriteria Jawaban Responden

Kriteria	Keterangan
SS	Sangat Setuju
S	Setuju
KS	Kurang Setuju
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

Dibawah ini akan dilampirkan persentase jawaban dari setiap pernyataan yg telah disebarkan kepada responden.

a. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Berdasarkan penyebaran angket kepada nasabah PT. Taspen KCU Medan diperoleh nilai-nilai frekuensi jawaban responden tentang variable kepuasan nasabah sebagai berikut:

Tabel IV-7
Skor Angket Untuk Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	14	14	59	59	15	15	12	12	0	0	100	100
2	47	47	25	25	20	20	3	3	5	5	100	100
3	14	14	41	41	37	37	8	8	0	0	100	100
4	56	56	19	19	16	16	9	9	0	0	100	100
5	14	14	59	59	15	15	12	12	0	0	100	100
6	13	13	49	49	32	32	0	0	6	6	100	100
7	14	14	41	41	37	37	8	8	0	0	100	100
8	56	56	19	19	16	16	9	9	0	0	100	100
9	14	14	59	59	15	15	12	12	0	0	100	100
10	47	47	25	25	20	20	3	3	5	5	100	100

Sumber : Pengolahan Data 2019 (SPSS 24.00)

- 1) Jawaban Responden Pegawai memberikan pelayanan dengan sangat baik dan tepat waktu mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebesar 59%
- 2) Jawaban Responden Pegawai mampu memberikan informasi dengan jelas sehingga mudah dipahami oleh nasabah mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebesar 47%
- 3) Jawaban Responden Pegawai PT. Taspen KCU Medan bersedia dicatatkan nama dan nomor yang bisa dihubungi setelah pelayanan masih ada kendala-kendala yang dihadapi nasabah mayoritas responden menjawab setuju sebesar 41%
- 4) Jawaban Responden Pegawai memberitahu tahu secara rinci semua persyaratan yang dibutuhkan dari nasabah jika berurusan ke PT. Taspen KCU Medan baik secara langsung datang maupun via telepon mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 56%
- 5) Jawaban Responden Pegawai PT. Taspen KCU Medan mampu memberikan jaminan kepada nasabah jika suatu saat proses penyelesaian

klaim nasabah bisa dilakukan dengan mudah mayoritas responden menjawab setuju sebesar 59%

- 6) Jawaban responden PT. Taspen KCU Medan memberikan kemudahan sejak pertama menjadi peserta sampai selesai menjadi peserta atau keluarnya klaim mayoritas responden menjawab setuju sebesar 49%
- 7) Jawaban Responden Pegawai memperhatikan dengan sungguh-sungguh setiap informasi yang dibutuhkan oleh nasabah mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebesar 41%
- 8) Jawaban responden Pegawai memberikan pelayanan dan perhatian atas semua permasalahan yang dihadapi oleh nasabah mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebesar 56%
- 9) Jawaban Responden PT. Taspen KCU Medan memiliki ruang tunggu yang nyaman dan memiliki toilet yang bersih mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebesar 59%
- 10) Jawaban Responden Penampilan dari pegawai PT. Taspen KCU Medan sangat rapi, santai dan terlihat sopan mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebesar 47%.

b. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan penyebaran angket kepada nasabah PT. Taspen KCU Medan diperoleh nilai-nilai frekuensi jawaban responden tentang variable kualitas pelayanan sebagai berikut:

Tabel IV-8
Skor Angket Untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

No	Alternatif Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	56	56	19	19	16	16	9	9	0	0	100	100
2	14	14	59	59	15	15	12	12	0	0	100	100
3	14	14	41	41	37	37	8	8	0	0	100	100
4	56	56	19	19	16	16	9	9	0	0	100	100
5	14	14	59	59	15	15	12	12	0	0	100	100
6	14	14	59	59	15	15	12	12	0	0	100	100
7	14	14	41	41	37	37	8	8	0	0	100	100
8	14	14	59	59	15	15	12	12	0	0	100	100
9	14	14	41	41	37	37	8	8	0	0	100	100
10	15	15	61	61	14	14	10	10	0	0	100	100

Sumber : Pengolahan Data 2019 (SPSS 24.00)

- 1) Jawaban Responden Peralatan (Kelengkapan sarana dan prasarana) di PT. Taspen KCU Medan sangat memadai mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebesar 56%
- 2) Jawaban Responden Materi Komunikasi (Informasi dan petunjuk) di PT. Taspen KCU Medan sangat jelas mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebesar 59%
- 3) Jawaban Responden Kemampuan Pelayanan yang diberikan pegawai dalam hal kemudahan pengurusan yang berhubungan dengan tabungan pensiunan mayoritas responden menjawab setuju sebesar 41%
- 4) Jawaban Responden Pengurusan peserta taspen dapat dilaksanakan pegawai dalam melakukan pelayanannya secara tepat waktu mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 56%
- 5) Jawaban Responden Pegawai PT. Taspen KCU Medan cepat tanggap dalam mengatasi masalah dan keluhan nasabah mayoritas responden menjawab setuju sebesar 59%

- 6) Jawaban responden Pegawai mampu memberi pengarahan yang baik terhadap semua permasalahan nasabah mayoritas responden menjawab setuju sebesar 59%
- 7) Jawaban Responden pegawai memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam menjalankan tugasnya (Sesuai Job Description) mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebesar 41%
- 8) Jawaban responden Pegawai mampu memberikan kepercayaan kepada nasabah dalam hal standar waktu dan standar pelayanan mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebesar 59%
- 9) Jawaban Responden Karyawan peduli terhadap kebutuhan informasi yang dibutuhkan nasabah mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebesar 41%
- 10) Jawaban Responden Perusahaan memberikan jaminan kepada nasabah akan mendapatkan hak-hak pensiunnya dengan baik sesuai dengan peraturan yang ada mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebesar 61%

c. Variabel Proses (X2)

Berdasarkan penyebaran angket kepada nasabah PT. Taspen KCU Medan diperoleh nilai-nilai frekuensi jawaban responden tentang variable proses sebagai berikut:

Tabel IV-9
Skor Angket Untuk Variabel Proses (X2)

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	56	56	19	19	16	16	9	9	0	0	100	100
2	14	14	59	59	15	15	12	12	0	0	100	100
3	47	47	25	25	20	20	3	3	5	5	100	100
4	56	56	19	19	16	16	9	9	0	0	100	100
5	14	14	59	59	15	15	12	12	0	0	100	100
6	47	47	25	25	20	20	3	3	5	5	100	100
7	56	56	19	19	16	16	9	9	0	0	100	100
8	14	14	59	59	15	15	12	12	0	0	100	100

Sumber : Pengolahan Data 2019 (SPSS 24.00)

- 1) Jawaban Responden Nasabah mudah mendapatkan semua informasi tentang produk dan pelayanan taspen mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebesar 56%
- 2) Jawaban Responden Pegawai selalu menyelesaikan urusan dan permasalahan nasabah secara tuntas mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebesar 59%
- 3) Jawaban Responden Dalam prosesnya kepesertaan nasabah, PT. Taspen KCU Medan dibuat standar pelayanan yang jelas dan transparan mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 47%
- 4) Jawaban Responden Dalam proses penyelesaian klaim nasabah PT. Taspen KCU Medan, nasabah dilayani dengan penyelesaian yang cepat dan sangat efektif mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 56%
- 5) Jawaban Responden Pegawai selalu berusaha mendengarkan setiap permasalahan nasabah serta memberikan solusi yang terbaik kepada nasabah mayoritas responden menjawab setuju sebesar 59%

- 6) Jawaban responden Perusahaan memberikan standar waktu penyelesaian klaim nasabah selama 1 jam jika persyaratan yang diminta dipenuhi mayoritas responden menjawab sangat setuju sebesar 47%
- 7) Jawaban Responden Nasabah diberikan kemudahan menghubungi pegawai-pegawai di nomor tertentu jika ada kendala-kendala dalam proses penyelesaian klaim yang dihadapi mayoritas responden menjawab sangat setuju yaitu sebesar 56%
- 8) Jawaban responden Semua pegawai sampai tenaga security dan parkir siap membantu dalam mengatasi masalah nasabah mayoritas responden menjawab setuju yaitu sebesar 59%

4. Model Regresi

a. Uji asumsi klasik

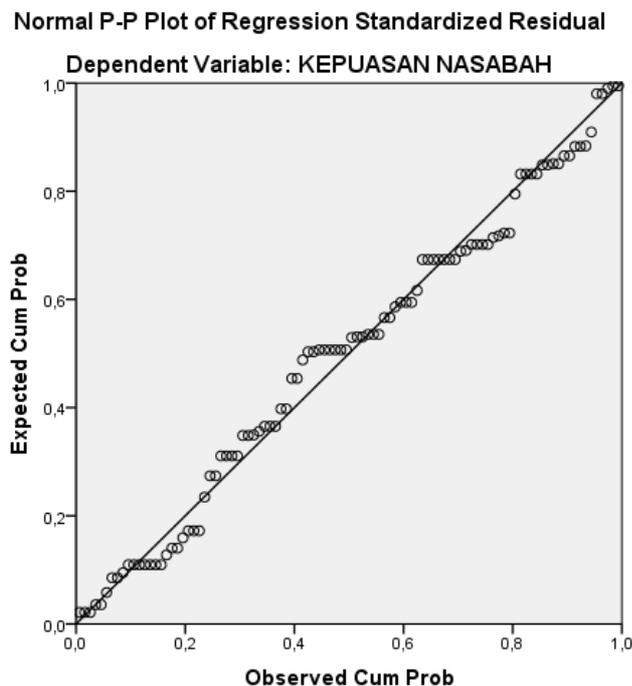
Dalam regresi linier berganda yang dikenal dengan beberapa asumsi klasik regresi berganda atau dikenal dengan BLUE (*Best Linear Unbias Estimation*). Pengujian asumsi klasik secara sederhana bertujuan untuk mengidentifikasi apakah model regresi merupakan model yang baik atau tidak. Ada beberapa pengujian asumsi klasik secara sederhana bertujuan untuk mengidentifikasi apakah model regresi merupakan yang baik atau tidak. Ada beberapa pengujian asumsi klasik tersebut yakni :

- 1) Normalitas
- 2) Multikolinearitas
- 3) Heterokedastistas

1) Normalitas

Pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi, variable dependent dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak, jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Gambar IV-1
Hasil Uji Normalitas



Sumber : Pengolahan Data 2019 (SPSS 24.00)

Berdasarkan gambar IV-1 di atas dapat dilihat bahwa data menyebar mengikuti garis diagonal artinya data antara variabel dependen dan variabel independennya memiliki hubungan atau distribusi yang normal atau memenuhi uji asumsi normalitas.

2) Multikolieneritas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi diantaranya variabel bebas, dengan ketentuan :

- a) Bila *Tolerance* < 0,1 atau sama dengan *VIF* > 10 maka terdapat masalah multikolinearitas yang serius.
- b) Bila *Tolerance* > 0,1 atau sama dengan *VIF* < 10 maka tidak terdapat masalah multikolinearitas.

Dengan SPSS versi 24.00 maka dapat diperoleh hasil uji multikolinearitas sebagai berikut :

Tabel IV-10
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	KUALITAS PELAYANAN	,519	1,928
	PROSES	,519	1,928

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Sumber : Pengolahan Data 2019 (SPSS 24.00)

Berdasarkan tabel IV-10 diatas dapat diketahui bahwa nilai *Variance Inflation Factor* (*VIF*) untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 1.928 dan variabel proses (X_2) sebesar 1.928. Dari masing-masing variabel independen memiliki nilai yang lebih kecil dari nilai 10. Demikian juga nilai *Tolerance* pada variabel kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,519 dan proses (X_2) sebesar 0.519.

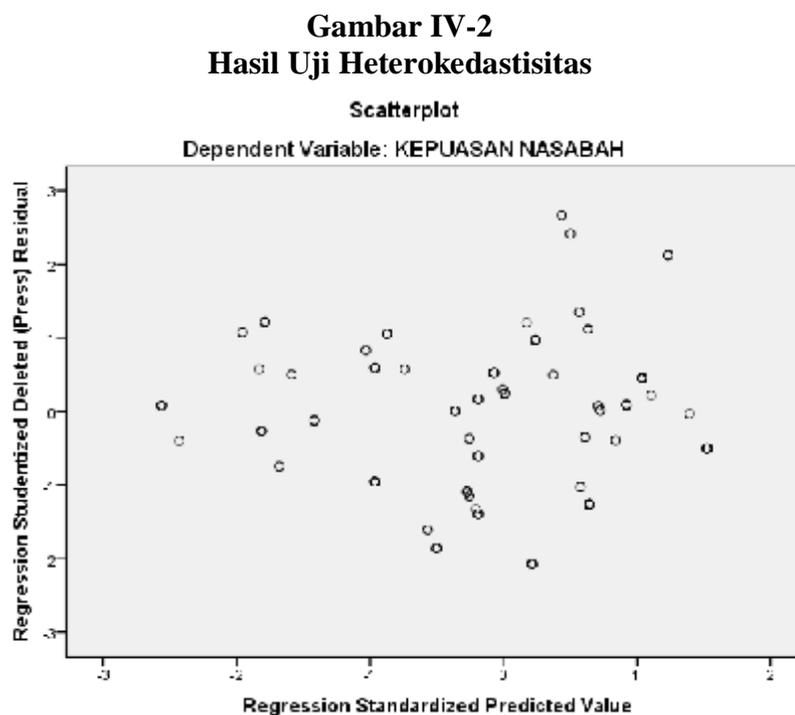
Dari masing-masing variabel nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel independen yang di indikasikan dari nilai *tolerance* setiap variabel independen lebih besar dari 0,1 dan nilai *VIF* lebih kecil dari 10.

3) Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *varians* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Untuk mengetahui apakah terjadi atau tidak terjadi heterokedastisitas dalam model regresi penelitian ini, analisis yang dilakukan adalah dengan metode informal. Metode informal dalam pengujian heterokedastisitas yakni metode grafik dan metode *Scatterplot*. Dasar analisis yaitu sebagai berikut :

- a) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik membentuk suatu pola yang teratur maka telah terjadi heterokedastisitas.
- b) Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar tidak teratur, maka tidak terjadi heterokedastisitas.

Dengan SPSS versi 24.00 maka dapat diperoleh hasil uji heterokedastisitas sebagai berikut :



Sumber : Pengolahan Data 2019 (SPSS 24.00)

Bentuk gambar IV-2 diatas, dapat dilihat bahwa penyebaran residual adalah tidak teratur dan tidak membentuk pola. Hal tersebut dapat dilihat pada titik-titik atau plot yang menyebar. Kesimpulan yang bisa diambil adalah bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

b. Regresi Linear Berganda

Model regresi linier berganda yang digunakan adalah kinerja pegawai sebagai variabel dependen dan kualitas pelayanan dan proses sebagai variabel independen. Dimana analisis berganda berguna untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel dependen terhadap variabel independen. Berikut hasil pengelolaan data dengan menggunakan SPSS versi 24.00.

Tabel IV-11
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,148	1,005		4,126	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,302	,034	,342	8,962	,000
	PROSES	,718	,039	,694	18,209	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Sumber : Pengolahan Data 2019 (SPSS 24.00)

Dari tabel IV-11 diatas diketahui nilai-nilai sebagai berikut :

$$1) \text{ Konstanta} = 4.148$$

$$2) \text{ Kualitas Pelayanan} = 0,302$$

$$3) \text{ Proses} = 0,718$$

Hasil tersebut dimasukkan kedalam persamaan regresi linier berganda sehingga diketahui persamaan berikut :

$$Y = 4.148 + 0,302_1 + 0,718_2$$

Keterangan :

- 1) Konstanta sebesar 4.148 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel independen dianggap konstan maka kepuasan nasabah PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan akan meningkat.
- 2) β_1 sebesar 0,302 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0,302 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
- 3) β_2 sebesar 0,718 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa apabila proses mengalami kenaikan maka akan diikuti oleh peningkatan kepuasan nasabah sebesar 0,718 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

c. Pengujian Hipotesis

1) Uji t atau Uji Parsial

Untuk uji t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel independen dalam memengaruhi variabel dependen. Alasan lain uji t dilakukan yaitu untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Rumus yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$t = r \frac{n - 2}{\sqrt{1 - r^2}}$$

Sugiyono (2016, hal. 184)

Dimana :

t = nilai t hitung

r = koefisien korelasi

n = banyaknya pasangan rank

Bentuk pengujian :

- a) $H_0 : r_s = 0$, artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).
- b) $H_a : r_s \neq 0$, artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

Kriteria pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut :

- a) H_0 diterima apabila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$. $Df = n - 2$
- b) H_0 ditolak apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Berdasarkan hasil pengelolaan data dengan SPSS versi 24.00 maka diperoleh hasil uji statistik t sebagai berikut:

Tabel IV-12
Hasil Uji Statistik t (parsial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,148	1,005		4,126	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,302	,034	,342	8,962	,000
	PROSES	,718	,039	,694	18,209	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH

Sumber : Pengolahan Data 2019 (SPSS 24.00)

Hasil pengujian statistik pada tabel diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

a) Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Bedasarkan tabel IV-12 diatas diperoleh t hitung untuk variable kualitas pelayanan sebesar 8.962 untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan $dk = n-2$ ($100-2=98$), di peroleh t tabel 1.984. Jika t hitung $>$ t tabel maka didapat pengaruh yang signifikan antara X1 dan Y, demikian juga sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara X1 dan Y, didalam hal ini t hitung $= 8.962 >$ t tabel $= 1.984$. Ini berarti terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

Selanjutnya terlihat pula nilai probabilitas t yakni sig adalah 0,000 sedangkan taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,000 \leq 0,05$, sehingga H_0 di tolak ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

b) Pengaruh Proses (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Bedasarkan tabel IV-12 diatas diperoleh t hitung untuk variable proses sebesar 18.209 untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan $dk = n-2$ ($100-2=98$), di peroleh t tabel 1.984. Jika t hitung $>$ t tabel maka didapat pengaruh yang signifikan antara X2 dan Y, demikian juga sebaliknya jika t hitung $<$ t tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara X2 dan Y, didalam hal ini t hitung $= 18.209 >$ t tabel $= 1.984$. Ini berarti terdapat pengaruh antara proses dengan kepuasan nasabah PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

Selanjutnya terlihat pula nilai probabilitas t yakni sig adalah 0,000 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig $0,000 <$

0,05, sehingga H_0 di tolak ini berarti ada pengaruh yang signifikan antara proses dengan kepuasan nasabah PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

2) Uji Simultan (Uji-F)

Uji F atau juga disebut uji signifikan serentak dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan proses untuk dapat atau menjelaskan tingkah laku atau keragaman variabel terikat yaitu kepuasan nasabah. Uji F juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Berdasarkan hasil pengolahan data dengan program SPSS versi 24.00, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel IV-13
Hasil Uji Simultan (Uji-F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2086,058	2	1043,029	615,479	,000 ^b
	Residual	164,382	97	1,695		
	Total	2250,440	99			
a. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH						
b. Predictors: (Constant), PROSES, KUALITAS PELAYANAN						

Sumber : Pengolahan Data 2019 (SPSS 24.00)

Dari tabel IV-13 diatas bisa dilihat bahwa nilai F adalah 615.479, kemudian nilai sig nya adalah 0,000

$H_0: \beta = 0$, artinya kualitas pelayanan dan proses tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

$H_0: \beta \neq 0$, artinya kualitas pelayanan dan proses berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

Kriteria pengujian hipotesisnya adalah :

- 1) Jika $f_{hitung} < f_{tabel}$ maka H_0 diterima, artinya kualitas pelayanan dan proses tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.
- 2) Jika $f_{hitung} > f_{tabel}$ maka H_0 ditolak, artinya kualitas pelayanan dan proses berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

Bedasarkan tabel IV-13 diatas diperoleh f hitung untuk variable kualitas pelayanan dan proses sebesar 615.479 untuk kesalahan 5% uji 2 pihak dan $dk = n - k - 1$ ($100 - 2 - 1 = 97$), di peroleh f tabel 3,09. Jika f hitung $> f$ tabel maka didapat pengaruh yang signifikan antara X_1 dan X_2 terhadap Y , demikian juga sebaliknya jika f hitung $< f$ tabel maka tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara X_1 , dan X_2 terhadap Y , didalam hal ini f hitung = 615.479 $> f$ tabel = 3,09. Ini berarti ada pengaruh positif antara kualitas pelayanan dan proses terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

Selanjutnya terlihat pula nilai probabilitas f yakni sig adalah 0,000 sedang taraf signifikan α yang ditetapkan sebelumnya adalah 0,05, maka nilai sig 0,000 $<$ 0,05, sehingga H_0 di tolak Ini berarti ada pengaruh positif yang signifikan antara kualitas pelayanan dan proses terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

d. Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinasi ini berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen dan variabel dependen yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaannya, koefisien

determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%). Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau persentase kualitas pelayanan dan proses terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

Tabel IV-14
Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,963 ^a	,927	,925	1,30179
a. Predictors: (Constant), PROSES, KUALITAS PELAYANAN				
b. Dependent Variable: KEPUASAN NASABAH				

Sumber : Pengolahan Data 2019 (SPSS 24.00)

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R sebesar 0,963 atau 96.3% yang berarti bahwa hubungan antara kepuasan nasabah dengan variabel bebasnya, kualitas pelayanan dan proses adalah erat. Pada nilai *R-Square* dalam penelitian ini sebesar 0,927 yang berarti 92.7% variasi dari kepuasan nasabah dijelaskan oleh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan proses. Sedangkan sisanya 13.3% dijelaskan oleh varibel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai *R-Square* (R^2) atau koefisien determinasi dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,925 yang berarti 92.5% kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) KCU Medan dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan proses. Sedangkan 13,5% dapat dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kemudian *standard error of the estimated* artinya mengukur variabel dari nilai yang diprediksi. *Standard error of the estimated* disebut juga standar diviasi. *Standard error of the estimated* dalam penelitian ini adalah sebesar 1.30179 dimana semakin kecil standar deviasi berarti model semakin baik dalam memprediksi kepuasan nasabah.

B. Pembahasan

Analisis hasil temuan penelitian ini adalah analisis terhadap kesesuaian teori, pendapat, maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan hasil penelitian sebelumnya serta pola perilaku yang harus dilakukan untuk mengatasi hal tersebut. Berikut ini ada tiga (3) bagian utama yang akan dibahas dalam analisis hasil temuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian diatas antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelayanan pada PT. Taspen (Persero) KCU Medan t_{hitung} sebesar 8.962 sedangkan t_{tabel} sebesar 1.984 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 \leq 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012 hal. 77) kualitas layanan mencerminkan perbandingan antara tingkat layanan yang disampaikan perusahaan dibandingkan ekspektasi pelanggan. Kualitas layanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampain dalam mengimbangi atau melampaui harapan pelanggan.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan (2016), Arianty (2015) dan Sembiring (2014) yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Artinya apabila pelayanan yang diberikan PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan kepada nasabah sudah sesuai dengan harapan para nasabah, maka nasabah

akan merasa kebutuhannya terpenuhi dan secara langsung akan meningkatkan kepuasan nasabah

2. Pengaruh Proses Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian diatas antara proses terhadap terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan. diperoleh t_{hitung} sebesar 18.209 sedangkan t_{tabel} sebesar 1.984 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 \leq 0,05$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima. Berdasarkan hasil tersebut didapat kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh positif dan signifikan antara proses terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

Menurut Tjiptono (2012 hal. 146) proses adalah proses menyangkut dari cara kerja perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen dalam penyediaan hidangan. Proses kerja ini diawali dari konsumen masuk hingga keluar dari perusahaan. Proses kerja ini menyangkut dari kecepatan kerja dan kemudahan serta rasa aman. Jika proses itu cepat dilakukan maka konsumen akan terpuaskan.

Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Suryana dkk (2018), Elat dkk (2014) dan Permatasari dkk (2018) yang menyimpulkan bahwa terdapatnya pengaruh positif dan signifikan antara proses dengan kepuasan nasabah pada Nasabah. Artinya ketika dalam proses kepesertaan nasabah PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan mampu diberikan pelayanan dengan baik, jelas dan transparan sampai kepada proses klaim nasabah PT.

Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan secara cepat dan efektif akan mempengaruhi kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Proses Secara Bersama-sama Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan proses terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan. Dari uji ANOVA (*Analysis Of Varians*) pada tabel

diatas didapat F_{hitung} sebesar 615,479 sedangkan F_{tabel} diketahui sebesar 3,09. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa tingkat signifikan sebesar 0,000 \leq 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan proses secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Gunawan (2013), Gultom dkk (2014) dan Fadli (2017) yang menyimpulkan bahwa terdapatnya pengaruh positif dan signifikan antara Pelayanan dan Proses secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah. Artinya jika kualitas pelayanan dan proses secara bersama-sama diberikan dengan baik kepada para nasabah secara langsung akan meningkatkan kepuasan nasabah PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan proses terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.

1. Secara parsial diketahui bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.
2. Secara parsial diketahui bahwa proses memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan.
3. Secara simultan diketahui kualitas pelayanan dan proses secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan..

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dalam hal ini penulis dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Dalam pengisian formulir dan kelengkapan administrasi perlu disediakan petugas untuk membantu nasabah.
2. Hendaknya dalam proses berakhirnya kepesertaan, proses klaim ada petunjuk yang dibuat secara jelas oleh PT. Taspen (Persero) Kantor

Cabang Utama Medan untuk diketahui nasabah atau ada petugas khusus yang bisa dihubungi.

3. Dalam upaya meningkatkan kepuasan nasabah, pegawai PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan sebaiknya bersedia dicatatkan nama dan nomor yang bisa dihubungi setelah pelayanan masih ada kendala-kendala yang dihadapi nasabah serta pegawai seharusnya memberitahu secara rinci semua persyaratan yang dibutuhkan dari nasabah jika berurusan ke PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan baik secara langsung datang maupun via telepon.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianty, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* , 16 (02), 68-81.
- Arianty, N., Jasin, H., Khodri, P. L., & Christiana, I. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing.
- Bismala, L., & Handoko, B. (2014). *Dasar-dasar Manajemen Produksi*. Medan: UMSU PRESS.
- Bismala, L., Arianty, N., & Farida, T. (2015). *Perilaku organisasi*. Medan: UMSU PRESS.
- Elat, T. P., Kawet, L., & Tumbel, A. (2014). Bauran pemasaran jasa terhadap kepuasan konsumen di hello tours and travel manado. *Jurnal Emba* , 2 (3), 399-410.
- Fadli, M. F. (2017). Pengaruh orang, Proses, kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Prudential Life Assurance Pontianak. *Integra* , 7 (1), 15-32.
- Gultom, D. K., Ginting, P., & Sembiring, B. K. (2014). Pengaruh bauran pemasaran jasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi universitas muhammadiyah sumatera utara. *Jurnal Manajemen dan Bisnis* , 14 (01), 21-33.
- Gunawan, W. T. (2013). Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Texas Chicken Manado. *Jurnal EMBA* , 1 (4), 2049- 2058.
- Juliandi, A., Irfan, & Manurung, S. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Medan: Umsu Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Krisnasari, H. R. (2013). Pengaruh Indikator - Indikator Kualitas Layanan dai Bagian Layanan Mahasiswa dan Kualitas Produk Portal Mahasiswa Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Journal Of Industrial Engineering dan Management Systems* , 6 (1), 47 - 68.

- Lovelock, C., Wirtz, J., & Musrry, J. (2011). *Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi Edisi 3*. Jakarta: Salemba Empat.
- Panjaitan, J. E. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen* , 11 (2), 265-289.
- Permatasari, S. I., & Basuki, R. S. (2018). Pengaruh Physical evidence, people, process terhadap kepuasan pelanggan salon nico sawojajar malang. *Jurna Aplikasi Bisnis* , 4 (1), 293-297.
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Alfabeta, cv.
- Sanjaya, S., & Pratiwi, N. (2018). Pengaruh People, Process, dan Physical Evidence Terhadap Kepuasan Atas Pelayanan Pada Perbankan Syariah di Kota Padang. *Jurnal Lembaga Keuangan dan Perbankan* , 3 (2), 193-201.
- Sembiring, I. J., Suharyono, & Kusumawati, A. (2014). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis* , 15 (1), 1-10.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suryana, P., & Muliasari, I. (2018). Harga dan Proses Terhadap Kepuasan Konsumen Kafe Instamie di Kota Bandung. *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* , 11 (1), 15-24.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik* . Yogyakarta: Penerbit Andi.