

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PT. BANK MANDIRI (PERSERO) Tbk.
CABANG MEDAN ASIA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen (S.M) Program Studi Manajemen*



Oleh :

MUHAMMAD FATA MAULANA
NPM: 1405160009

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

2018



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

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Tel. (061) 6624567 Ext: 304 Medan 220238



PENGESAHAN PROPOSAL

Berdasarkan hasil Seminar proposal Jurusan *Manajemen* yang diselenggarakan pada hari *SELASA* tanggal *30 JANUARI 2018* menerangkan bahwa:

Nama : MUHAMMAD FATA MAULANA
N.P.M. : 1405160009
Tempat / Tgl.Lahir : Medan, 07 Agustus 1994
Alamat Rumah : KL.Yos Sudarso Medan Labuhan
JudulProposal :PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT.BANK MANDIRI (PERSERO) Tbk.CABANG MEDAN ASIA

Proposal dinyatakan syah dan memenuhi Syarat untuk menulis Skripsi dengan

pembimbing : *Dr.FAJAR PASARIBU, S.E., M.Si.*

Medan, 30 JANUARI 2018

TIM SEMINAR

Ketua

Dr.HASRUDY TANJUNG,SE. M.Si.

Sekretaris

JASMAN SYARIFUDDIN,S.E., M.Si.

Pembimbing

Dr.FAJAR PASARIBU, S.E., M.Si.

Pembanding

AZUAR JULIANDI, Ph.D.

Diketahui / Disetujui
A.n. Dekan
Wakil Dekan - I

ADE GUNAWAN, S.E., M.Si.

02/03-2018



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jl. KaptenMukhtarBasri No. 3 (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

Nama Lengkap : MUHAMMAD FATA MAULANA
N.P.M : 1405160009
Program Studi : MANAJEMEN
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMASARAN
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. BANK MANDIRI
(PERSERO) TBK CABANG MEDAN ASIA

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian
mempertahankan skripsi.

Medan, Maret 2018

Pembimbing Skripsi

DR. FAJAR PASARIBU, SE., M.Si

Disetujui Oleh:

Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E., M.Si

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis



H. TANURI, SE, MM, M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
Jln. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 Telp. (061) 6624567 Medan 202238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

PERGURUAN TINGGI : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG : STRATA SATU (S-1)

KETUA PRODI : Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E, M.Si
DOSEN PEMBIMBING : Dr. FAJAR PASARIBU, S.E, M.Si

NAMA MAHASISWA : MUHAMMAD FATA MAULANA
NPM : 1405160009
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL PROPOSAL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PT. BANK MANDIRI (PERSERO) TBK CABANG MEDAN ASIA

No	Tanggal	Deskripsi Bimbingan Proposal	Paraf	Keterangan
1.	14/Agustus 2017.	- Pembinaan Ideasi, fokus Masalah proposal dan Judul proposal.		
2.	12/Agustus 2017.	- Struktur Penulisan proposal sesuai pedoman penulisan sman skripsi.		
3.	29/Desember 2017.	ACC Moju Seminar Proposal		

Medan, Desember 2017

Pembimbing Proposal

Dr. FAJAR PASARIBU, S.E, M.Si

Diketahui oleh
Ketua Program Studi Manajemen

Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E, M.Si

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : MUHAMMAD FATA MAULANA
NPM : 1405160009
Konsentrasi : PEMASARAN
Fakultas : Ekonomi (Akuntansi/Perpajakan/Manajemen/ESP)
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 hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "Penetapan Proyek Proposal / Makalah/Skripsi dan Penghunjukan Dosen Pembimbing " dari Fakultas Ekonomi UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan, 14-11-2017 .
Pembuat Pernyataan



NB :

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

ABSTRAK

MUHAMMAD FATA MAULANA (1405160009) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Medan Asia, Skripsi. 2018

Masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan dalam bisnis perbankan. Kualitas pelayanan dari sebuah jasa tidak dapat dikesampingkan, karena dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam memperoleh nasabah. Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian nasabah terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan nasabah. Menurunnya kepuasan nasabah terhadap bank tersebut tidak menutup kemungkinan hal tersebut disebabkan oleh kualitas pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan nasabah.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah : Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Medan Asia. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data asosiatif & kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut dengan alat uji korelasi product moment dan regresi linier sederhana tetapi dalam praktiknya pengolahan data penelitian ini tidak diolah secara manual, namun menggunakan software statistik SPSS. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Medan Asia. Dengan penarikan sampel sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Non probability sampling* yaitu *sampling jenuh*.

Dari hasil penelitian ini dapat dijelaskan bahwa koefisien bernilai positif berdasarkan uji *regresi linier sederhana* artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah, semakin bagus kualitas pelayanan maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah. Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai signifikansi kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah berdasarkan uji t diperoleh sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,513 > 1,6605$) ($Sig\ 0.000 < \alpha 0.05$) dan berdasarkan pada uji F nilai yang diperoleh sebesar $f_{hitung} > f_{tabel}$ ($840,911 > 3,0901$) dengan demikian H_0 ditolak dan H_a . kesimpulannya : ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Medan Asia.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayahNya dan tidak lupa pula shalawat dan salam penulis berikan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Medan Asia.**

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan yang diberikan dari berbagai pihak yang bersangkutan sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini karena bantuan dari merekalah skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada :

1. Kedua orang tua tercinta. Ayahanda tersayang Amiril Mukminin dan Ibunda tercinta Rosmawaty yang telah berjuang dengan segenap kemampuan dan memberikan dukungan kasih sayang serta dorongan terhadap penulis sehingga penulis menjadi lebih semangat untuk menjalankan kuliah dengan baik dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak 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 dan Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Fajar Pasaribu, S.E, M.Si sebagai pembimbing skripsi yang ikut membantu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak dan Ibu dosen jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
8. Bapak Ferry Robertua yang telah memberikan izin riset kepada penulis.
9. Terima kasih juga kepada Su'idah Fafil Jannah yang selalu memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini, serta teman teman penulis yang tidak mungkin disebutkan satu persatu yang telah memberikan dorongan dan semangat selama dibangku kuliah.

Semoga skripsi yang penulis selesaikan ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta menambah pengetahuan bagi penulis sendiri. Oleh karena itu sudah selayaknya penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung.semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua, Amin.

Medan, Januari 2018

Penulis

(Muhammad Fata Maulana)

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan dan Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	8
A. Uraian Teori.....	8
1. Kepuasan konsumen.....	8
a. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	6
b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan konsumen.....	9
c. Manfaat Kepuasan Konsumen.....	9
d. Indikator Kepuasan Konsumen.....	10
2. Kualitas Pelayanan.....	11
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	11
b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	12
c. Tujuan Pelayanan.....	16
d. Indikator Kualitas Pelayanan.....	18
B. Kerangka Konseptual.....	20

C. Hipotesis.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	22
A. Pendekatan Penelitian.....	22
B. Defenisi Operasional.....	22
C. Tempat Waktu Penelitian.....	23
D. Populasi dan Sampel.....	24
E. Teknik Pengumpulan Data.....	26
F. Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Hasil Penelitian.....	36
1. Deskripsi Hasil Penelitian.....	36
a. Karakteristik Data Responden	37
b. Deskripsi Variabel Penelitian	39
2. Analisis Data Penelitian.....	42
a. Regresi Linear Sederhana	43
b. Uji Asumsi Klasik	45
c. Uji Hipotesis Penelitian	49
a. Uji T	49
b. Uji F	51
c. Koefisien Determinasi	52
B. Pembahasan.....	54
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kpuasan Konsumen.....	54
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	56
A. Kesimpulan	56

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Indikator Kualitas Pelayanan.....	23
Tabel III.2 Indikator Kepuasan Konsumen.....	23
Tabel III.3 Skedul Penelitian.....	24
Tabel III.4 Kriteria Jawaban Responden.....	26
Tabel III.5 Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	28
Tabel III.6 Uji Validitas Kepuasan Konsumen.....	28
Tabel IV.1 Skala Likert (Likert Summated Rating).....	36
Tabel IV.2 Data Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel IV.3 Data Responden berdasarkan Usia.....	37
Tabel IV.4 Data Responden berdasarkan Pendidikan.....	38
Tabel IV.5 Data Responden berdasarkan Perkerjaan.....	39
Tabel IV.6 Hasil Angket Kualitas Pelayanan (X).....	40
Tabel IV.7 Hasil Angket Kepuasan Konsumen (Y).....	41
Tabel IV.8 Uji Regresi Linier Sederhana.....	43
Tabel IV.9 Uji Normalitas Kolmogorov - Smirnov.....	45
Tabel IV.10 Multikolinearitas.....	47
Tabel IV.11 Uji t (hipotesis 1).....	49
Tabel IV.12 Uji f.....	51
Tabel IV.13 Hasil Uji Koefisian Determinasi.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Konseptual.....	20
Gambar IV.1 Histogram.....	44
Gambar IV.2 Uji Normalitas P-P Plot Standarized.....	46
Gambar IV.3 Scatterplot Uji Heterokedastisitas.....	48
Gambar IV.4 Kriteria Pengujian Uji T.....	50
Gambar IV.5 Kriteria Pengujian Uji F.....	52

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha dan teknologi begitu pesat. Hal ini menyebabkan kebutuhan masyarakat akan teknologi informasi semakin meningkat dan kompleks. Banyak perusahaan dan masyarakat melakukan optimalisasi pada usahanya dengan teknologi informasi, untuk memenangkan persaingan dan mampu bertahan dalam perkembangan saat ini. Bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak pada bidang jasa. Seiring perkembangan zaman dan teknologi, saat ini bank telah menjadi kebutuhan yang sangat berperan penting dalam kehidupan masyarakat dalam transaksi keuangan. Hal ini dikarenakan kebutuhan masyarakat dengan segala bentuk kemudahan dalam melakukan transaksi keuangan, baik itu menyimpan uang (menabung) melakukan transfer ataupun pembayaran.

Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus memberikan pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, sehingga berpengaruh pada kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi. Persaingan yang ketat membuat perusahaan perbankan berlomba-lomba dalam melihat peluang serta ancaman dalam menentukan strategi pemasaran untuk meningkatkan kualitas pelayanan sesuai perkembangan saat ini untuk menarik nasabah baru serta mempertahankan nasabah yang sudah ada saat ini. Menurut Kotler dan Keller (2009), mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan pelayanan yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono

(2011), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Tjiptono, 2011) yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Secara umum kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai pola pikir yang menyadari bahwa perusahaan tidak dapat bertahan tanpa adanya pelanggan yang setia dan merasa nyaman dengan pelayanan perusahaan. Perusahaan harus dapat memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain. Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi atau melampaui harapan nasabah, maka jelas bahwa perusahaan harus memberikan pelayanan yang melebihi harapan nasabah.

Kepuasan konsumen terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Jika pelayanan suatu perusahaan jasa tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika layanan yang diberikan memenuhi harapan konsumen, maka konsumen akan senang. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan pelayanan suatu perusahaan jasa, omongan orang lain dan informasi iklan.

Salah satu indikator dalam kepuasan konsumen adalah fasilitas. Fasilitas pada bank merupakan penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para nasabah dalam melaksanakan aktivitas-aktivitas atau kegiatan-kegiatannya di bank, sehingga kebutuhan-kebutuhan nasabah dapat terpenuhi selama melakukan transaksi perbankan. Dengan banyaknya jumlah penduduk di kota Medan, menjadikan perusahaan perbankan juga ikut melakukan optimalisasi pada fasilitas perusahaan untuk mempermudah setiap transaksi perbankan yang dilakukan nasabah. Dalam melakukan kegiatan bisnis perbankan yang merupakan bisnis yang bergerak di bidang jasa, sangat menuntut pemberian kepuasan konsumen/pelanggan pengguna jasa tersebut.

Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi atau melampaui harapan nasabah, maka jelas bahwa perusahaan harus memberikan pelayanan yang melebihi harapan nasabah. Hal ini tentunya akan memberikan dampak positif bagi perusahaan, dikarenakan memberikan pelayanan yang terbaik dan menjadikan konsumen merasa puas akan hal tersebut. Dalam hal ini, ada pola pikir yang berkembang dimasyarakat, bahwa cukup sulit untuk mendapatkan pelayanan pada Bank Mandiri. Hal ini dikarenakan masyarakat berpikir bahwa

sangat sulit untuk memenuhi persyaratan untuk menjadi nasabah pada Bank tersebut.

Jalan Asia yang terletak di kota Medan, merupakan salah satu wilayah pusat bisnis yang berkembang di kota Medan. Hal ini ditandai dengan banyaknya sekolah, kantor, pusat grosir atau pertokoan serta mall yang dibangun disekitar jalan Asia. Hal ini menyebabkan pergerakan kegiatan ekonomi di wilayah ini cukup berkembang dan menarik untuk di teliti lebih dalam. Jalan Asia terletak di wilayah kecamatan Medan Area, Kota Medan. Dengan memiliki jumlah penduduk 96.544 jiwa (2016). Dengan kepadatan penduduk sekitar 10.667,85 jiwa/km² (2016). Dikarenakan padatnya jumlah penduduk di wilayah ini dan mayoritas melakukan kegiatan bisnis, mempengaruhi pada peningkatan kebutuhan akan jasa perbankan untuk mempermudah aktifitas bisnis yang dilakukan.

PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Medan Asia merupakan salah satu Bank Konvensional yang beroperasi di wilayah kecamatan Medan Area. Dengan pengalaman dan profesionalitas yang dimiliki oleh Bank, menjadikan Bank Mandiri sebagai salah satu pilihan terbaik dalam pelayanan yang diberikan. Sehingga banyak masyarakat khususnya di wilayah kecamatan Medan Area merupakan nasabah Bank Mandiri.

Adapun permasalahan yang dihadapi pada umumnya, konsumen ingin mendapatkan pelayanan yang praktis dan cepat namun, terkendala dengan padatnya bank hall, terbatasnya pelayanan jumlah teller yang menyebabkan antrian, serta fasilitas yang perlu ditingkatkan, yaitu mengatasi tempat parkir yang terbatas. Tentu hal ini harus mendapatkan perhatian penuh. Khususnya pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Medan Asia yang berlokasi pada salah satu wilayah pusat

bisnis di kota Medan dalam melakukan peningkatan kualitas pelayanan dan fasilitas agar nantinya dapat memberikan kepuasan maksimal pada konsumen yang umumnya mayoritas nasabah pada bank tersebut adalah pelaku bisnis. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis merasa perlu meneliti permasalahan ini menjadi sebuah penelitian yang berjudul : **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Medan Asia."**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan penelitian awal yang dilakukan penulis pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Medan Asia, terdapat beberapa hal yang merupakan permasalahan yang dihadapi pada perusahaan tersebut. Adapun diketahui bahwa masalah yang di hadapi perusahaan sebagai berikut :

1. Banyak masyarakat yang ingin membuka tabungan, namun memiliki kendala dalam memenuhi persyaratan untuk menjadi nasabah
2. Persaingan yang ketat dalam dunia perbankan konvensional maupun syari'ah dalam menciptakan dan mempertahankan nasabah
3. Banyak masyarakat yang belum bisa menggunakan secara maksimal pelayanan yang diberikan pihak bank.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Untuk menghindari kesimpangsiuran, kesulitan dalam pembahasan ini, dan mengingat keterbatasan kemampuan penulis maka permasalahan yang akan

diteliti adalah Kualitas Pelayanan dan Fasilitas . Untuk penelitian ini lebih terarah kepada sasaran yang diinginkan maka penelitian ini hanya dibatasi pada konsumen PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Medan Asia.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bank Mandiri (persero) Tbk Cabang Medan Asia?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Setiap kegiatan mempunyai tujuan tertentu, begitu juga dengan pelaksanaan penelitian ini. Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Medan Asia.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dalam penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis, sekurang-kurangnya dapat berguna sebagai sumbangan bagi dunia pendidikan khususnya mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil dari penelitian ini dapat menjadikan masukan bagi pihak perusahaan untuk dapat meningkatkan kinerja perusahaan dan dapat meningkatkan daya guna konsumen.

3. Manfaat bagi peneliti selanjutnya

Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi wahana pengetahuan mengenai kepuasan konsumen bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang kepuasan konsumen.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teoritis

1. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Saat ini kepuasan konsumen menjadi fokus perhatian oleh banyak pihak, baik pemerintahan pelaku bisnis konsumen dan sebagainya. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya pemahaman mereka atas konsep kepuasan konsumen sebagai strategi untuk memenangkan persaingan didunia bisnis. Kepuasan konsumen merupakan hal yang penting bagi perusahaan, karena konsumen akan menyebarkan rasa puasanya kepada calon konsumen, sehingga akan menaikkan reputasi dari perusahaan itu sendiri.

Menurut Susatyo (2014) Kepuasan konsumen adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang di rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Sedangkan menurut Engel, et al dalam fandy Tjiptono (2011) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2009) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Berdasarkan beberapa kutipan diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan perasaan seseorang terhadap kinerja produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja yang tidak bisa memenuhi harapan., maka yang terjadi adalah ketidakpuasan. Dengan demikian, kepuasan atau ketidak puasan konsumen merupakan tolak ukur yang penting bagi perusahaan.

b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen

Dalam mengevaluasi kepuasan konsumen terhadap produk/jasa atau dalam perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengaju pada berbagai faktor atau dimensi.

- a) Fasilitas
- b) Kualitas pelayanan
- c) Harga

c. Manfaat Kepuasan Konsumen

Kotler (2009, hal. 138) apakah pembeli terpuasakan setelah membeli tergantung pada kinerja penawaran dalam hubungannya dengan ekspektasi pembeli, dan apakah pembeli menginterpretasikan adanya penyimpangan antara keduanya.

Kotler (2009, hal. 140) banyak perusahaan secara sistematis mengukur seberapa baik mereka memperlakukan pelanggan mereka, mengenali faktor-faktor membentuk kepuasan, dan melakukan perubahan dalam operasi dan pemasaran mereka sebagai akibatnya. Mengemukakan cara-cara yang digunakan untuk mengamati kepuasan pelanggan yaitu :

Banyak orang secara sistematis mengukur seberapa baik mereka melakukan perubahan dalam operasi dan pemasaran mereka sebagai kompensasi karyawan dengan peringatan mereka. Ketika kepuasan mereka berdasarkan elemen kinerja perusahaan misalnya, pengiriman perusahaan harus menyadari bahwa pelanggan mempunyai cara yang bervariasi dalam mendefinisikan kinerja baik.

d. Indikator Kepuasan Konsumen

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 diukur dengan bermacam metode dan teknik. Menurut Tjiptono (2012, hal. 75) Indikator dari kepuasan konsumen yaitu:

1. Keandalan (*reliability*)
 2. Daya tanggap (*responsiveness*)
 3. Jaminan (*assurance*)
 4. Empati
 5. Bukti (*tangibles*)
-
1. Keandalan yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
 2. Daya tanggap yaitu keinginan para staff dan karyawan untuk membeantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap.
 3. jaminan yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan dapat dipercaya.

4. Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.
5. Bukti langsung meliputi fasilitas fisik ,perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu sistem pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan dalam pemberian pelayanan kepada pelanggan yang membuka peluang perusahaan dalam mencapai standart kinerja yang optimal. Pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai dengan apa yang di harapkan baik yang berupa tampilan maupun yang dirasakan pelanggan. Persaingan di masa depan, akan lebih kompetitif untuk dapat bertahan. Satu hal yang memberikan perbedaan dan keuntungan serta menentukan pada sebuah bisnis dengan bisnis lain adalah pelayanannya.

Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu hal tersebut menurut Kotler (2009). Pelayanan adalah setiap tindakan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak menurut Tjiptono (2009) Komponen atau driver membentuk kepuasan pelanggan ini terutama untuk industri jasa. Pelanggan akan puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai yang diharapkan.

Dari definisi diatas dapat dilihat bahwa pelayanan adalah suatu bentuk aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun namun ada harapan dari perusahaan perbankan agar produk dan jasa yang ditawarkan dapat memberikan keuntungan sendiri sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa pelayanan yang efektif adalah pelayanan yang memberikan kepuasan bagi para pengguna jasa.

b. Faktor –faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan

Pelayanan yang baik merupakan harapan konsumen sebagai bentuk pemenuhan dan mencapai keputusan pembelian dari kebutuhan yang mereka harapkan. Faktor-faktor pelayanan menurut Parasuraman dalam Jasfar (2005,hal. 51) adalah sebagai berikut:

1. *Reability* (kehandalan)
2. *Responsiveness* (daya tanggap)
3. *Assurance* (jaminan)
4. *Empahy* (empati)
5. *Tengibles* (Produk-produk fisik)

Berikut penjelasannya:

1. *Reability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan dengan tepat, kemampuan untuk dipercaya, tanpa melakukan kesalahan setiap kali.
2. *Responsivines* (daya tanggap), yaitu kemauan atau keinginan para karyawan dengan tanggap. Responsivines dapat berarti tingkat respon, inisiatif, dan kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat, yang meliputi kecepatan karyawan

dalam menangani transaksi dan kesigapan serta kesabaran penanganan dalam proses konsumsi jasa.

3. *Assurance* (jaminan), yaitu meliputi pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan dapat dipercaya.
4. *Empathy* (empati), yaitu merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.
5. *Tangibles* (produk-produk fisik), yaitu tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi. Hal ini berarti penampilan fisik seperti tersedianya tempat parkir, keberhasilan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan.

Sedangkan Menurut Lovelock dalam Fandy Tjiptono (2011, hal.178) jasa bisa merupakan produk utama, bisa pula komplementer unik bagi penawaran produk fisik. Mengidentifikasi delapan kategori unsur layanan pelengkap pada setiap penawaran produk yang disebutnya "*the flower of services*":

1. Informasi, misalnya jalan atau arah menuju tempat produsen, jadwal atau skedul penyampaian produk, harga, instruksi mengenai cara menggunakan produk inti atau layanan pelengkap.
2. Konsultasi, seperti pemberian saran, auditing, konseling pribadi dan konsultasi manajemen.
3. Order taking, meliputi aplikasi, jasa langganan, jasa berbasis kualifikasi, order entry dan reservasi (tempat duduk, meja, ruang, dll).

4. Hospitality, diantaranya sambutan, food and beverages, toilet dan kamar kecil, fasilitas menunggu, transportasi dan jasa keamanan.
5. Caretaking, terdiri dari perhatian dan perlindungan atas barang milik pelanggan yang mereka bawa.
6. Exception, meliputi permintaan khusus sebelum penyampaian produk, menangani komplain/saran/pujian, menyelesaikan masalah dan garansi atas kegagalan produk.
7. Billing, meliputi laporan rekening periodik, faktur untuk transaksi individual dan lain-lain.
8. Pembayaran, nasabah berinteraksi dengan pegawai perusahaan yang menerima pembayaran, pengurangan otomatis atas rekening nasabah.

Sedangkan faktor – faktor kualitas pelayanan dalam Saleh (2010, hal.106)

antara lain adalah sebagai berikut:

1. Penampilan, personal dan fisik sebagaimana layanan kantor depan (resepsionis) memerlukan persyaratan seperti berpenampilan menarik, badan harus tegap/tidak cacat, tutur bahasa menarik, familiar dalam berperilaku, penampilan penuh percaya diri.
2. Tepat waktu dan janji, secara utuh dan prima pegawai pelayanan dalam menyampaikan perlu diperhitungkan janji yang disampaikan kepada nasabah bukan sebaliknya selalu ingkar janji. Demikian juga waktu jika mengutarakan 2 hari selesai harus betul- betul dapat memenuhinya.

3. Kesiediaan melayani, sebagaimana fungsi dan wewenang harus melayani kepada para nasabah, konsekuensi logis petugas harus benar-benar bersedia melayani kepada para nasabah.
4. Pengetahuan dan keahlian, sebagai syarat untuk melayani dengan baik, pegawai harus mempunyai pengetahuan dan keahlian. Di sini pegawai pelayanan harus memiliki tingkat pendidikan tertentu dan pelatihan tertentu yang diisyaratkan dalam jabatan serta memiliki pengalaman yang luas dibidangnya.
5. Kesopanan dan ramah tamah, masyarakat pengguna jasa pelayanan itu sendiri dan lapisan masyarakat baik tingkat status ekonomi dan sosial rendah maupun tinggi terdapat perbedaan karakternya maka pegawai pelayanan masyarakat dituntut adanya keramah tamahan yang standar dalam melayani, sabar, tidak egois dan santun dalam bertutur kepada para nasabah.
6. Kejujuran dan kepercayaan, dapat dipergunakan sebagai aspek, maka dalam penyelenggaraannya harus transparan dari aspek kejujuran, jujur dalam bentuk aturan, jujur dalam bentuk pembiayaan dan jujur dalam penyelesaian waktunya.
7. Kepastian hukum, hasil pelayanan terhadap masyarakat yang berupa surat keputusan, harus mempunyai legitimasi atau mempunyai kepastian hukum.
8. Biaya, pemantapan pengurusan dalam pelayanan diperlukan kewajaran dalam penentuan pembiayaan. Pembiayaan harus disesuaikan dengan daya beli masyarakat dan pengeluaran biaya harus

transparan dan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

9. Tidak Rasial, pengurusan pelayanan dilarang membeda-bedakan kesukuan, agama, aliran dan politik dengan demikian segala urusan harus memenuhi jangkauan yang luas dan merata.
10. Kesederhanaan, prosedur dan tata cara pelayanan kepada masyarakat untuk diperhatikan kemudahan, tidak berbelit-belit dalam pelaksanaan.

Berdasarkan beberapa faktor tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor kualitas pelayanan bersumber dari dua sisi, perusahaan dan nasabah. Perusahaan menentukan persyaratan atau spesifikasi kualitas, sedangkan pelanggan menentukan kebutuhan dan keinginan. Hal tersebut akan akurat jika perusahaan mampu menerjemahkan kebutuhan dan keinginan atas produk ke dalam spesifikasi produk yang dihasilkan.

c. Tujuan Pelayanan

Menurut Kasmir (2008, hal. 9) mengemukakan tujuan pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Untuk persahabatan dan pergaulan
2. Menyenangkan orang lain
3. Membujuk pelanggan
4. Mempertahankan pelanggan
5. Membina dan menjaga hubungan
6. Berusaha menarik pelanggan

Adapun penjelasan dan tujuan pelayanan diatas adalah sebagai berikut:

1. Untuk persahabatan dan pergaulan

Tujuan etiket untuk persahabatan dan pergaulan adalah artinya etiket dapat meningkatkan keakraban dengan pelanggan atau konsumen. Dengan etiket yang dijalankan melalui cara bicara, tingkah laku, gerak gerik akan membuat pelanggan merasa bertemu dengan teman lama, sehingga cepat merasa akrab. Karena sudah akrab, otomatis akan menambah lingkungan pergaulan, baik di dalam perusahaan maupun diluar perusahaan.

2. Menyenangkan orang lain

Pelayana juga memiliki tujuan untuk menyenangkan orang lain dalam hal ini pelanggan. Menyenangkan orang lain maksudnya adalah dengan salah satu cara melalui memuaskan orang lain. Dengan adanya pelayanan, pelanggan akan merasa senang dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, Sehingga tentu akan mengulangnya kembali suatu waktu yang akan datang.

Menyenangkan pelanggan juga dapat diartikan bahwa ketika pelanggan sedang menghadapi masalah kemudian karena dilayani dengan baik dan dapat pula diselesaikan masalahnya, pelanggan akan merasa lega. Beban yang tadinya begitu berat menjadi hilang dengan selesainya persoalan.

3. Membujuk pelanggan

Setiap pelanggan memiliki karakter tersendiri. Terkadang seorang pelanggan perlu dibujuk agar mampu menjadi pelanggan atau konsumen. Salah satu cara membujuk pelanggan adalah melalui pelayanan yang baik karena mereka akan merasa tersanjung akibat pelayanan yang kita berikan.

4. Mempertahankan pelanggan

Salah satu tujuan terpenting perusahaan dalam menjalankan pelayanan adalah mempertahankan pelanggan lama. Ada istilah lebih baik mempertahankan yang sudah ada dari pada mencari pelanggan baru. Oleh sebab itu pelayanan untung pelanggan lama harus segera ditingkatkan, mengingat mereka ini merupakan aset bagi perusahaan.

5. Membina dan menjaga hubungan

Hubungan dengan pelanggan yang sudah berjalan baik selama ini harus tetap terjaga. Hubungan ini harus terus di bina melalui pelayanan yang sudah dijalankan lebih baik dari sebelumnya. Semakin lama berhubungan dengan pelanggan, maka akan tahu tentang perilaku konsumen, sehingga memudahkan kita membina hubungan yang sudah ada. Dalam pelayanan juga akan menimbulkan rasa ketertarikan sehingga terbina hubungan yang lebih baik dan akrab.

6. Berusaha menarik pelanggan

Tujuan pelayanan di samping untuk mempertahankan pelanggan lama juga untuk mencari atau menjaring pelanggan baru. Pelayanan berfungsi untuk menarik minat pelanggan sehingga bukan tidak mungkin dengan pelayanan akan menambah jumlah pelanggan.

d. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2008, hal. 51) indikator kualitas pelayanan secara garis besar terbagi atas empat unsur, yaitu :

1. Kecepatan
2. Ketepatan
3. Keramahan

4. Kenyamanan

Penjelasannya sebagai berikut;

1. Kecepatan

Kecepatan adalah suatu kemampuan yang dimiliki oleh setiap perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pihak konsumen khususnya dalam hal kecepatan merespon keinginan konsumen.

2. Ketepatan

Ketepatan adalah suatu kemampuan perusahaan dalam merespon permintaan konsumen.

3. Keramahan

Keramahan adalah sikap yang ahrus dimiliki bagi setiap pekerja perusahaan yang bertugas dalam melayani konsumen dengan kata-kata yang sopan dan sikap yang membuat konsumen merasa nyaman dan senang.

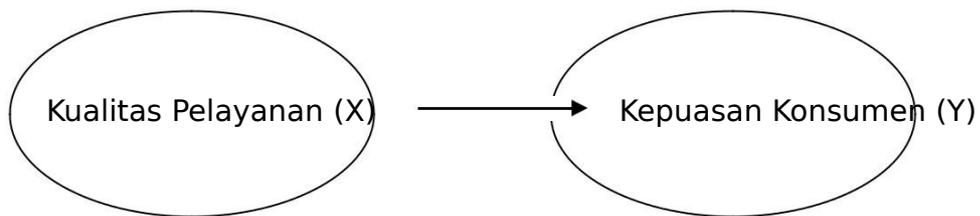
4. Kenyamanan

Kenyamanan adalah suatu perasaan yang timbul didalam diri konsumen sesuai dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan dan merupakan salah satu alasan bagi konsumen untuk datang kembali dan membeli produk lainnya.

B. Kerangka Konseptual

Kepuasan Konsumen merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan eksistensi perusahaan dimasa yang akan datang. Layanan yang diberikan kepada konsumen atau pelanggan akan memacu puas atau tidaknya

seorang pelanggan atas apa yang ditawarkan. Menurut Engel, et al fandy Tjjiptono (2005, hal. 349) menyatakan bahwa kepuasan konsumen merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan konsumen atau pelanggan maka akan terjadi ketidakpuasan, begitu pula sebaliknya. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan dalam penelitian ini, kerangka berfikir mengacu adanya faktor yang mempengaruhi antara kualitas pelayanan, yang mana faktor tersebut mempengaruhi kepuasan konsumen demi tercapainya tujuan perusahaan.



Gambar II.1 Kerangka Konseptual

C. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2009, hal.96) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Dikatakan sementara karena

jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori dan belum menggunakan fakta. Hipotesis dirumuskan atas dasar kerangka berfikir yang merupakan jawaban sementara atas masalah yang dirumuskan. Oleh karena itu, setiap penelitian yang dilakukan memiliki suatu hipotesis. Berdasarkan batasan dan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah: "Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Medan Asia."

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Banyak ahli membedakan penelitian dalam berbagai bentuk, seperti penelitian dasar (basic/fundamental) dan terapan (applied), penelitian kualitatif (qualitative) dan kuantitatif (quantitative), penelitian laboratorium (laboratory), lapangan (field), penelitian permasalahan deskriptif (descriptive) asosiatif (assosiative), komparatif (comparative) (arikunto,2002; Sekaran, 2006: Sugiyono, 1999; Thomas, 2004; dalam Juliandi, 2015) .

Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian dalam permasalahan asosiatif adalah penelitian yang berupaya untuk mengkaji bagaimana suatu variabel memiliki keterkaitan atau berhubungan dengan variabel lain, atau apakah suatu variabel dipengaruhi oleh variabel lainnya (Juliandi, 2013).

B. Definisi Operasional

1. Kualitas pelayanan (X)

Pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu hal tersebut (Kotler,2005). Dengan demikian, kualitas pelayanan dapat diartikan setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat kepemilikan sesuatu.

Tabel III.1
Indikator Kualitas Pelayanan

NO	Indikator Kualitas Pelayanan
1	Keandalan (<i>reliability</i>)
2	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)
3	Jaminan (<i>ansurance</i>)
4	Empati
5	Bukti (<i>tangibles</i>)

Sumber : Tjiptono (2012)

2. Kepuasan Konsumen (Y)

Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya (Mowen dan Minor,2002; dalam Sudaryono, 2016). Dengan demikian, kepuasan konsumen dapat diartikan dengan perasaan yang muncul terhadap suatu produk atau jasa setelah mendapatkan pemanfaatan dari produk atau jasa tersebut.

Tabel III.2
Indikator Kepuasan Konsumen

NO	Kepuasan Konsumen
1	Kecepatan
2	Ketepatan
3	Keramahan
4	Kenyamanan

Sumber : Tjiptono (2012)

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini penulis mengambil lokasi penelitian pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Medan Asia yang berada di Jalan Asia No.97 C-D, Sei Rengas II, Medan Area, Kota Medan, Sumatera Utara, 20214.

2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dan proses penelitian dilaksanakan pada bulan November sampai dengan Februari 2018. Adapun jadwal penelitian dan proses pembuatan proposal sebagai berikut:

Tabel III.3
Skedul Penelitian

No	JenisKegiatan	Des-17				Jan-18				Feb-18				Mar-18			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pra Riset	■	■														
2	Pengajuan Judul			■	■												
3	Pembuatan Proposal					■	■	■	■								
4	Seminar Proposal									■							
5	Penyusunan Skripsi										■	■	■	■			
6	Sidang Meja Hijau															■	

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan totalitas dari seluruh unsur yang ada dalam sebuah wilayah penelitian, sampel adalah wakil-wakil dari populasi (juliandi, 2015). Populasi digunakan dalam penelitian ini yaitu masyarakat kota Medan, khususnya bagi masyarakat yang telah menjadi nasabah pada Bank Mandiri.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah maupun karakteristik yang dimiliki oleh populasi dan dipilih secara hati-hati dari populasi tersebut (Ikhsan, 2014). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode non probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel dimana tidak semua anggota/elemen populasi berpeluang sama untuk dijadikan sampel (Juliandi, 2015). Jenis sampling yang digunakan dalam metode tersebut adalah accidental sampling, yaitu dengan cara mencari objek yang akan diteliti. Objek yang kebetulan bertemu pada saat pengumpulan data dan sesuai untuk diteliti, maka dijadikan sebagai sampel penelitian (Kalton, 1983; Babbie, 2011; dalam Juliandi, 2015).

Dengan demikian, penulis menggunakan metode slovin dalam penentuan jumlah sampling, dengan jumlah populasi 120 nasabah yang datang tiap harinya, dan signifikansi nilai toleransi error sebesar 5%. Adapun rumus slovin yang digunakan sebagai berikut:

$$= \frac{z^2 \cdot p \cdot q}{n \cdot e^2}$$

Berdasarkan hasil perhitungan dengan rumus diatas, maka diperoleh hasil sample yang digunakan sebanyak 92 orang. Dalam hal ini, peneliti membatasi jumlah sampel sebanyak 100 orang yaitu penelitian sampel berdasarkan siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti. Dalam hal ini sampel yang diambil adalah nasabah Bank Mandiri yang telah melakukan transaksi pada Bank Mandiri di kota Medan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan masalah dalam penelitian.

Adapun instrument pengumpulan data yang digunakan antara lain:

1. Wawancara

Dalam buku Azuar Juliandi, Irfan dan Sapriyal Manurung (2015)

Wawancara adalah dialog langsung antara peneliti dengan responden penelitian. Wawancara dapat dilakukan apabila responden hanya sedikit.

2. Angket

Dalam buku Azuar Juliandi, Irfan dan Sapriyal Manurung (2015)

Angket/kuisisioner adalah pertanyaan-pertanyaan yang disusun peneliti untuk mengetahui pendapat atau persepsi responden penelitian tentang suatu variabel yang diteliti. Angket dapat digunakan apabila jumlah responden penelitian cukup banyak.

Adapun jenis sangket yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel III.4
Kriteria Jawaban Responden

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

Sumber: Juliandi (2015)

Selanjutnya angket yang sudah diterima, diuji dengan menggunakan validitas realibilitas pertanyaanya itu:

a. Validitas Instrumen

Dalam setiap penelitian, perlu adanya pengujian validitas instrumen yang digunakan untuk mengukur suatu objek yang akan diteliti, dengan demikian dapat ditentukan apakah instrumen yang digunakan benar-benar tepat untuk mengukur suatu objek penelitian.

1) Tujuan melakukan pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk menguji sejauh mana ketepatan atau kebenaran suatu instrumen sebagai alat ukur variabel penelitian. Jika instrumen valid/benar maka hasil pengukuran pun kemungkinan akan benar.

2) Rumus statistik untuk Pengujian Validitas

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

Sumber: Azwar, 2002; dalam Juliandi, 2015.

Keterangan:

n = Banyaknya pasangan pengamatan
r = Koefisien korelasi antara variabel (X) dan variabel (Y)

x = Skor-skor item instrument variabel-variabel bebas

y = Skor-skor item instrument variabel-variabel terikat.

Adapun langkah-langkah pengujian validitas yang dilakukan antara lain:

- a. Mengkorelasi skor-skor suatu nomor angket dengan skor total seluruh item
- b. Menentukan valid atau tidaknya data dengan kriteria sebagai berikut:

Adapun dalam penelitian ini, dilakukan pengujian pada 100 responden dengan nilai R_{tabel} yang diperoleh adalah 0,1654298 . Kriteria pengujian reliabilitas instrument menurut Sekaran (2000) dilihat dari hasil yang didapat dari pengujian validitas dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . adalah sebagai berikut:

- a. Jika $R_{hitung} > R_{tabel} (0,05) = \text{valid}$
- b. Jika $R_{hitung} < R_{tabel} (0,05) = \text{tidak valid}$

Tabel III.5
Tabel Uji Validitas kualitas Pelayanan

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,400 (positif)	0,1654298	Valid
Pernyataan 2	0,399 (positif)	0,1654298	Valid
Pernyataan 3	0,456 (positif)	0,1654298	Valid
Pernyataan 4	0,725 (positif)	0,1654298	Valid
Pernyataan 5	0,885 (positif)	0,1654298	Valid
Pernyataan 6	0,607 (positif)	0,1654298	Valid
Pernyataan 7	0,808 (positif)	0,1654298	Valid
Pernyataan 8	0,793 (positif)	0,1654298	Valid

Sumber: Data diolah penulis pada SPSS 25, 2018

Dari 8 pernyataan mengenai kualitas pelayanan berupa ketanggapan yang diajukan penulis kepada responden, 8 pernyataan dinyatakan valid.

Tabel III.6
Tabel Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Pernyataan	R hitung	R tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,395 (positif)	0,1654298	Valid
Pernyataan 2	0,345 (positif)	0,1654298	Valid
Pernyataan 3	0,531 (positif)	0,1654298	Valid
Pernyataan 4	0,726 (positif)	0,1654298	Valid
Pernyataan 5	0,889 (positif)	0,1654298	Valid
Pernyataan 6	0,534 (positif)	0,1654298	Valid
Pernyataan 7	0,808 (positif)	0,1654298	Valid
Pernyataan 8	0,782 (positif)	0,1654298	Valid

Sumber: Data diolah penulis pada SPSS 25, 2018

Dari 8 pernyataan mengenai kualitas pelayanan berupa ketanggapan yang diajukan penulis kepada responden, 8 pernyataan dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen penelitian ini dilakukan sebagai upaya untuk menentukan apakah instrumen yang digunakan untuk mengukur objek penelitian dapat dipercaya dalam mengumpulkan data dan mengungkap informasi yang sebenarnya terjadi di lapangan.

1. Tujuan melakukan pengujian realibilitas

Pengujian realibilitas dilakukan untuk mengetahui reliable atau tidaknya instrument penelitian yang telah dibuat. Reliable berarti instrument dapat digunakan untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Pada penelitian ini, perhitungan reliabilitas dilakukan dengan statistik Cronbach Alpha.

2. Rumus statistic untuk pengujian realibitas

Rumus yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:

$$\alpha = \frac{\sum (r_{ii})}{\sum (r_{ij})}$$

Sumber: (Juliandi, 2015).

Keterangan:

= Reliabilitas Instrumen
- Banyaknya butir pertanyaan

$$\sum r_{ii} = \text{Total variansi butir} \\ = \text{Total variansi}$$

3. Kriteria Pengujian Realibilitas Instrumen

Kriteria pengujian reliabilitas instrument menurut Ghozali (2005) adalah sebagai berikut:

- a. Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,60$ maka instrument memiliki reabilitas yang baik.
- b. Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,60$ maka instrument memiliki realibilitas yang kurang baik.

Tabel III.7
Tabel Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,798	8

Sumber: Data diolah penulis pada SPSS 25, 2018

Nilai koefisian reliability (Cronbach's Alpha) diatas adalah $0,798 > 0,6$, maka kesimpulan instrumen yang diuji tersebut adalah reliable (terpercaya).

Tabel III.8
Tabel Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,793	8

Sumber: Data diolah penulis pada SPSS 25, 2018

Nilai koefisian reliability (Cronbach's Alpha) diatas adalah $0,793 > 0,6$, maka kesimpulan instrumen yang diuji tersebut adalah reliable (terpercaya).

F. Teknik Analisis Data

Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut.

1. Regresi Linier Sederhana

Analisis linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel kualitas pelayanan (X) dengan variabel kepuasan konsumen (Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan konsumen, apakah positif atau negatif. Dan untuk memprediksi nilai dari variabel kepuasan konsumen apabila variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan atau penurunan.

Untuk mengetahui hubungan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen digunakan Regresi Linier Sederhana dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

Sumber : Sugiyono (2012)

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen
a = Konstanta
b = Koefisien Regresi
X = Kualotas Pelayanan

2. Uji Asumsi Klasik

Azuar Juliandi, Irfan dan Saprinal Manurung (2015, hal. 160) uji asumsi klasik regresi berganda bertujuan untuk menganalisis apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah model terbaik. Adapun persyaratan yang dilakukan dalam uji asumsi klasik meliputi, uji normalitas, uji multikolinearitas, betenokedastitas, dan uji autokorelasi.

a) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dilakukan untuk melihat bahwa suatu data terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas data dilakukan dengan menggunakan cara yaitu Kolmogrov-Smirnov digunakan untuk menentukan normal atau tidaknya data. Data adalah normal, jika nilai Kolmogrov-Smirnov adalah tidak signifikan (Asymp, sig (2-tailed) > α 0,05)

b) Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat interkorelasi yang sempurna diantara beberapa variabel bebas yang digunakan dalam model. Multikolonieritas terjadi jika terdapat hubungan linier antara independen variabel yang dilibatkan dalam model. Jika terjadi gejala multikolonieritas yang tinggi, standar error koefisien regresi akan semakin besar dan mengakibatkan *confidence interval* untuk pendugaan parameter semakin lebar, dengan demikian terbuka kemungkinan terjadi kekeliruan, menerima hipotesis yang salah.

Uji asumsi klasik multikolonieritas dapat dilaksanakan dengan jalan meregresikan model analisis dan melakukan uji kolerasi antar independen variable dengan menggunakan *variance inflation factor* (VIF). Batas dari VIF adalah 10 dan nilai *tolerancevalue* adalah 0,1. Jika nilai VIF lebih besar dari 10 dan nilai *toleran cevalue* kurang dari 0,1 maka terjadi multi kolonieritas.

c) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi apabila tidak adanya kesamaan deviasi standar nilai variable dependen pada setiap variabel independen. Bila terjadi gejala heteroskedastisitas akan menimbulkan akibat varian koefisien regresi menjadi minimum dan *confidence interval* melebar sehingga hasil uji signifikan statistic tidak lagi valid.

Heteroskedastisitas dapat dideteksi dengan beberapa macam cara antara lain dengan menggunakan uji glejser. Uji glejser dilakukan dengan mengregresikan semua variabel bebas terhadap nilai mutlak residualnya. Jika terdapat variabel bebas yang signifikan terhadap nilai residualnya maka dalam model terdapat heteroskedastisitas.

3. Uji t (T-test)

Uji hipotesis berguna untuk memeriksa atau menguji apakah koefisien regresi yang didapat signifikan. Jenis koefisien regresi yang dapat dilakukan yaitu Uji t. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Signifikan berarti pengaruh yang terjadi dapat berlaku untuk populasi (dapat digeneralisasikan). Setelah didapat nilai t hitung, maka selanjutnya nilai t hitung dibandingkan dengan t tabel. Untuk menguji signifikan hubungan, digunakan rumus uji statistic sebagai berikut:

$$t = \frac{\hat{\beta}_1}{\text{S.E.}(\hat{\beta}_1)}$$

Sumber: (Sugiyono, 2012).

Keterangan :

r = Korelasi yang ditemukan

n = Jumlah sampel

t = t_{hitung} yang kemudian dikorelasikan dengan t_{tabel}

Kriteria pengambilan keputusan menurut Rusman (2011) sebagai berikut:

a) Jika hasil $t_{hitung} >$ dari t_{tabel} , maka H_0 ditolak dan H_a diterima

b) Jika hasil $t_{hitung} <$ dari t_{tabel} , maka H_0 diterima dan H_a ditolak

4. Uji f (F-Test)

Uji f secara simultan adalah pengujian secara variable bebas (*independent*) yang mempunyai hubungan atau pengaruh terhadap variable terikat (*dependent*).

Rumus uji f:

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

Sumber: Sugiyono (2006)

Keterangan:

F_h = Nilai F hitung

R = koefisien korelasi ganda

k = jumlah variable independen

n = jumlah anggota sampel

Kriteria pengambilan keputusan menurut Sugiyono (2006) :

1) Tolak H_0 apabila $F_{hitung} > F > F_{tabel}$

2) Terima H_0 apabila $F_{hitung} < F < F_{tabel}$

Dalam hal ini F_{hitung} dibandingkan dengan F_{tabel} jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, sedangkan jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

5. Determinasi

Nilai *R-Square* dari koefisien determinasi digunakan untuk melihat bagaimana variasi nilai variable nilai variable terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variable bebas. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Apabila nilai *R-Square* semakin mendekati satu maka semakin besar pengaruh variable bebas terhadap variable terikat.

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

Sumber: (Sarwono, 2017).

Keterangan:

D = Koefisien Determinasi
R² = Nilai R Square
100% = Persentase Kontribusi

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uraian Teoritis

1. Deskripsi Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, variabel penelitian yang diamati ada 1 (satu) variabel X, yaitu kualitas pelayanan dan 1 (satu) variabel Y yaitu kepuasan konsumen. Sedangkan untuk pengukuran dari variabel tersebut, digunakan suatu ukuran skala likert dengan kriteria sebagai berikut:

Tabel IV.1
Skala Likert (Likert Summated Rating)

Kriteria	Keterangan	Bobot
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STJ	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Juliandi (2015)

Bobot nilai pada tabel IV-1 diatas digunakan dalam menghitung variabel kualitas pelayanan (X), dan kepuasan konsumen (Y) yang menjadi variabel terikat. Maka, dengan demikian responden yang menjawab angket dimulai dari skor 5 (sangat setuju), 4 (setuju), 3 (kurang setuju), 2 (tidak setuju), dan 1 (sangat tidak setuju).

Dalam menyebarkan angket yang dilakukan peneliti kepada 100 responden, tentu memiliki perbedaan karakteristik baik secara usia, tingkat pendidikan dan jenis kelamin. Dikarenakan banyaknya pengguna jasa pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Medan Asia, Sehingga diperlukan adanya pengelompokan untuk masing-masing identitas data pribadi responden, yakni ukuran usia, tingkat

pendidikan dan jenis kelamin. Tabel-tabel dibawah ini akan menjelaskan karakteristik responden penelitian.

a. Karakteristik Data Responden

Karakteristik yang menjadi identitas responden dalam tabel berikut ini menunjukkan karakteristik responden berdasarkan kriteria penilaian jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan dari responden yang dijadikan sampel dalam penelitian. Data identitas responden tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tabel IV.2
Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	47	47,0	47,0	47,0
Perempuan	53	53,0	53,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Data diolah peneliti pada SPSS 25, 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Medan Asia dalam penelitian ini didominasi oleh nasabah yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 53 orang (53%) dan laki-laki sebanyak 47 orang (47%).

Tabel IV.3
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17-20	21	21,0	21,0	21,0
20-40	53	53,0	53,0	74,0

40-60	26	26,0	26,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah peneliti pada SPSS 25, 2018

Tabel diatas menunjukkan bahwa nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Medan Asia terdiri dari berbagai karakteristik usia yang berbeda-beda dari yang muda sampai tua. Hal ini berarti kepuasan konsumen tidak didominasi oleh satu karakteristik usia namun, mulai dari yang muda hingga tua juga merasakan tingkat kepuasan yang sama sebagai nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Medan Asia.

Tabel IV.4
Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan
Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	50	50,0	50,0	50,0
Mahasiswa	28	28,0	28,0	78,0
S1	22	22,0	22,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah peneliti pada SPSS 25, 2018

Dari tabel diatas diketahui bahwa sebagian besar pendidikan responden adalah SMA yaitu sebanyak 50 orang (50%). Hal ini menunjukkan bahwa pengguna jasa PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Medan Asia lebih banyak berpendidikan SMA, lainnya berstatus Mahasiswa dan sisanya S1. Dengan demikian nasabah memiliki karakteristik pendidikan yang cukup. Sehingga diharapkan mampu memahami variabel-variabel dalam penelitian ini.

Tabel IV.5
Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	35	35,0	35,0	35,0
	Pegawai swasta	31	31,0	31,0	66,0
	Wirausaha	24	24,0	24,0	90,0
	PNS	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Sumber: Data diolah peneliti pada SPSS 25, 2018

Dari tabel diatas diketahui bahwa responden penelitian memiliki berbagai latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda sebanyak 35 orang (35%) masih melakukan studi sebagai pelajar/Mahasiswa. Sebanyak 31 orang (31%) sebagai pegawai swasta. Sebanyak 24 orang (24%) berprofesi sebagai wirausaha dan 10 orang (10%) sebagai Pegawai Negeri Sipil.

b. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel-variabel dalam penelitian ini terdiri dari 2 variabel. Yaitu Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Konsumen (Y). Deskripsi dari setiap pernyataan akan menampilkan opsi jawaban setiap responden terhadap setiap item pertanyaan yang diberikan penulis kepada responden.

a) Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Berikut ini merupakan deskripsi atau penyajian data dari variabel kualitas pelayanan yang dirangkum di dalam tabel frekuensi adalah sebagai berikut:

Tabel IV.6
Hasil Angket Kualitas Pelayanan (X)

Jawaban Responden												
No Item	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	5	5%	63	63%	30	30%	2	2%	0	0%	100	100%
2	8	8%	46	46%	43	43%	3	3%	0	0%	100	100%
3	4	4%	62	62%	29	29%	5	5%	0	0%	100	100%
4	4	4%	73	73%	21	21%	2	2%	0	0%	100	100%
5	4	4%	57	57%	39	39%	0	0%	0	0%	100	100%
6	10	10%	54	54%	35	35%	1	1%	0	0%	100	100%
7	10	10%	63	63%	27	27%	0	0%	0	0%	100	100%
8	10	10%	67	67%	23	23%	0	0%	0	0%	100	100%

Sumber: Data diolah penulis pada 2018

Dari tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang penampilan rapi karyawan dalam melayani nasabah, responden menjawab setuju 63%
- 2) Jawaban responden tentang tidak mempersulit dan selalu cepat dalam melayani nasabah, responden menjawab setuju 46%
- 3) Jawaban responden tentang tanggap dalam keluhan nasabah, responden menjawab setuju 62%.
- 4) Jawaban responden tentang tidak berbicara sesama rekan kerja selama melayani nasabah, responden menjawab setuju 73%
- 5) Jawaban responden tentang melayani nasabah tanpa membandingkan penampilan, responden menjawab setuju 57%.
- 6) Jawaban responden tentang bertanggung jawab dalam melayani nasabah, responden menjawab setuju 54%.
- 7) Jawaban responden tentang prosedur pelayanan yang mudah kepada nasabah, responden menjawab setuju 63%.

- 8) Jawaban responden tentang sikap sopan dan ramah karyawan kepada nasabah, responden menjawab setuju 67%.

Berdasarkan tabel IV.6 dapat disimpulkan bahwa responden lebih banyak menjawab setuju dibandingkan jawaban yang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Medan Asia sudah puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Namun ada juga beberapa nasabah yang menjawab kurang setuju. Hal ini mungkin yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini.

b) Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Berikut di bawah ini merupakan deskripsi penyajian data berdasarkan jawaban kuesioner dari kepuasan konsumen (Y) yang dirangkum dan di tabulasi dalam tabel frekuensi sebagai berikut:

Tabel IV.7
Hasil Angket Kepuasan Konsumen (Y)

Jawaban Responden												
No Item	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	5	5%	63	63%	30	30%	0	0%	0	0%	100	100%
2	8	8%	46	46%	44	44%	2	2%	0	0%	100	100%
3	4	4%	64	64%	28	28%	4	4%	0	0%	100	100%
4	4	4%	63	63%	31	31%	2	2%	0	0%	100	100%
5	4	4%	58	58%	38	38%	0	0%	0	0%	100	100%
6	10	10%	54	54%	35	35%	1	1%	0	0%	100	100%
7	8	8%	64	64%	28	28%	0	0%	0	0%	100	100%
8	9	9%	68	68%	23	23%	0	0%	0	0%	100	100%

Sumber: Data diolah penulis pada 2018

Dari tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Jawaban responden tentang merasa puas dengan kemampuan karyawan melayani nasabah, responden menjawab setuju 63%.

- 2) Jawaban responden tentang merasa puas dengan penyelesaian masalah yang dihadapi nasabah, responden menjawab setuju 46%
- 3) Jawaban responden tentang merasa puas terhadap layanan yang diberikan pihak bank kepada nasabah, responden menjawab setuju sebanyak 64%
- 4) Jawaban responden tentang merasa puas dengan kenyamanan suasana dan fasilitas yang diberikan kepada nasabah, responden menjawab setuju sebanyak 63%
- 5) Jawaban responden tentang kesediaan karyawan dalam membantu dan menanggapi keluhan nasabah, responden menjawab setuju 58%
- 6) Jawaban responden tentang kebijakan yang diberlakukan pihak bank kepada nasabah, responden menjawab setuju 54%.
- 7) Jawaban responden tentang merasa puas dengan aturan jam operasional dalam melayani nasabah, responden menjawab setuju 64%
- 8) Jawaban responden tentang merasa puas dengan keamanan privasi nasabah, responden menjawab setuju 68%

Berdasarkan tabel IV.7 diatas dapat disimpulkan bahwa responden lebih banyak menjawab setuju dibandingkan dengan jawaban yang lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Medan Asia merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Namun ada juga nasabah yang memberikan respon kurang setuju.

2. Analisis Data Penelitian

Analisis data dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis data yang berasal dari data-data yang telah dideskripsikan dari data sebelumnya berdasarkan instrumen penelitian yang sudah divalidkan dan memiliki tingkat reliabilitas yang

tinggi (handal). Data yang dianalisis dimulai dari asumsi-asumsi yang digunakan untuk suatu statistik tertentu dengan melakukan pengujian hipotesis untuk kepuasan konsumen, yang di rangkum dalam uji tersebut di bawah ini:

a. Regresi Linier Sederhana

Analisis linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel kualitas pelayanan (X) dengan variabel kepuasan konsumen(Y). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan konsumen, apakah positif atau negatif. Dan untuk memprediksi nilai dari variabel kepuasan konsumen apabila variabel kualitas pelayanan mengalami kenaikan atau penurunan.

Untuk mengetahui hubungan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen digunakan regresi linier sederhana dengan rumus:

$$Y = a + bX$$

Tabel IV.8
Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,408	,958		2,513	,014
Kualitas Pelayanan	,930	,032	,946	28,998	,000

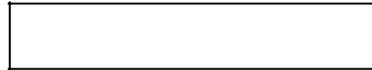
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	1,000	1,000

Sumber: Data diolah penulis pada SPSS 25, 2018

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan menggunakan SPSS 25.0 diatas akan didapat persamaan regresi linier sederhana, dengan model regresi sebagai berikut:

$$= 2,408 + 0,930$$

Keterangan:



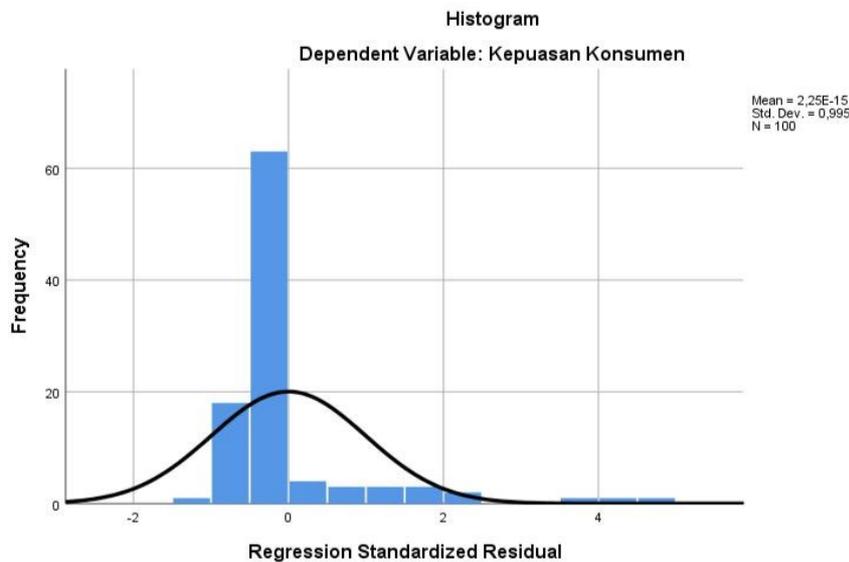
Y = Kepuasan Konsumen

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X = Kualotas Pelayanan

Gambar IV.1



Sumber: Data diolah penulis pada SPSS 25, 2018

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen, semakin bagus kualitas pelayanan maka akan semakin meningkat kepuasan konsumen.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Normalitas

Tujuan dari pengujian normalitas data dilakukan untuk melihat apakah dalam model regresi variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau sebaliknya tidak normal. Dengan ketentuan pengujian jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Berikut di bawah ini hasil uji normalitas untuk menguji keseluruhan data variabel penelitian yang berskala minimal ordinal dengan menggunakan ketentuan uji *kolmogrov-smirnov* dengan menggunakan program SPSS.

Tabel IV. 9
Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov One-Sample
Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.17410806
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		.736
Asymp. Sig. (2-tailed)		.651

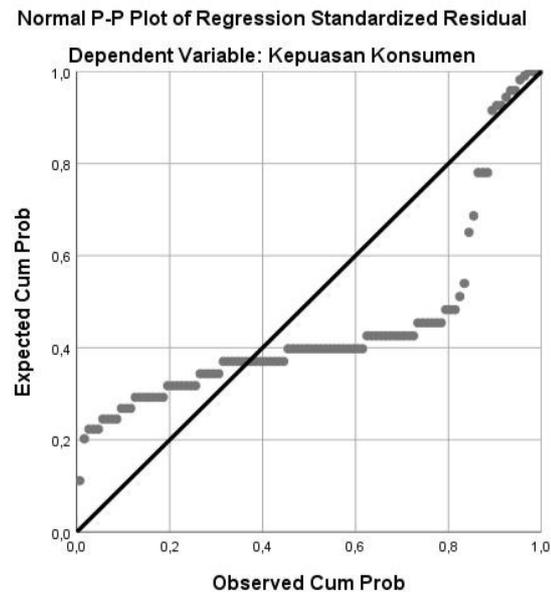
a) Test distribution is Normal.

Sumber: Data diolah penulis pada SPSS 25, 2018

Dari hasil pengolahan data pada tabel diatas diperoleh besarnya nilai Kolmogorov Smirnov adalah 0,736 dan signifikan pada 0,651 yang berarti nilai signifikannya lebih besar dari 0,05 maka data residual berdistribusi

normal. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar normal *P-P of regression standardized residual* pada gambar dibawah ini :

Gambar IV.2
Uji Normalitas P-P Plot Standardized



Gambar uji normalitas P-P plot standardized diatas mengindikasikan bahwa pengujian normalitas model regresi pada penelitian ini telah memenuhi asumsi yang telah dikemukakan sebelumnya, sehingga data dalam model regresi penelitian ini cenderung merapat ke garis dan dapat disimpulkan uji normalitas pada variabel penelitian ini berdistribusi normal.

2) Multikolinearitas

Pengujian Multikolinearitas variabel penelitian ini melalui perhitungan uji independen antar variabel bebas dapat dilihat dan hasil analisis *collinearty* statistis. Dengan tujuan multikolinieritas yaitu untuk melihat apakah diantara variabel tidak terjadi korelasi tinggi, perlu dilakukan hipotesis yaitu bahwa diterima H_0 apabila $VIF < 10$ dan angka

toleransi mendekati 1, dan ditolak H_0 bila nilai $VIF > 10$ dan nilai toleransi mendekati 0. Hasil uji interdependensi antara variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel IV.10
Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah penulis pada SPSS 25, 2018

Berdasarkan data tabel uji *multikolinieritas* di atas dapat dipahami bahwa variabel independen kualitas pelayanan (X) memiliki nilai *collinearity statistic* VIF sebesar 1,000. Nilai tersebut dapat diartikan dalam batas toleransi yang telah ditentukan, dimana semua variabel mendekati angka 1 dan nilai VIF lebih kecil dari 10. Sehingga dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi *multikolinearitas* dalam variabel independen dalam penelitian ini.

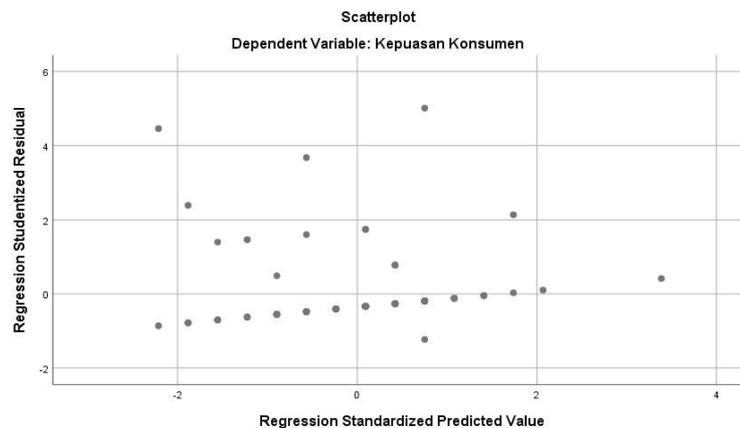
3) Heterokedastisitas

Uji *heterokedastisitas* dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat apakah variabel bebas mempunyai mempunyai varian yang sama atau tidak. *Heterokedastisitas* mempunyai satu pengamatan ke pengamatan yang lain berbeda. Salah satu metode yang digunakan untuk menguji ada tidaknya *heterokedastisitas* akan mengakibatkan penaksiran koefisien-koefisien

regresi menjadi tidak efisien. Hasil penaksiran akan menjadi kurang dari semestinya. Dasar analisis penelitian data *heterokedastisitas* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menganalisis datanya dapat dilihat pada gambar “*Scatterplot*” pada output data SPSS seperti dibawah ini:

Gambar IV.3
Scatterplot Uji Heterokedastisitas



Sumber: Data diolah pada SPSS 25, 2018

Berdasarkan gambar *scatterplot* diatas dapat dilihat bahwa variabel dalam penelitian ini berdasarkan data uji *heterokedastisitas* dapat diartikan bahwa tidak adanya terjadi *heteroskedasitas* dalam variabel penelitian yang digunakan. Sebab tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat dikatakan uji *heteroskedastisitas* pada variabel penelitian ini dapat terpenuhi. Sehingga

data variabel yang digunakan dalam penelitian ini dapat digunakan untuk pengujian selanjutnya.

c. Uji Hipotesis Penelitian

a) Uji t (T-test)

Uji t dilakukan untuk melihat apakah ada pengaruh secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terkait. Ujit t dilakukan pada tingkat

$\alpha = 5\%$ (uji 2 sisi). Diketahui $n = 100$, dengan derajat kebebasan (df) = n

$- k = 100 - 2 = 98$, dimana k adalah variabel bebas ditambah variabel terkait. Melalui pengujian 2 sisi, maka hasil yang diperoleh untuk nilai tabel

pada $n = 100$ adalah sebesar 1,6605. Berikut ini hasil Uji t pada data yang telah diolah dengan menggunakan SPSS *for windows* versi 25.00 dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan

Konsumen (Y)

Berdasarkan data yang diperoleh oleh penulis, kemudian dilakukanlah pengujian hipotesis untuk memeriksa atau menguji apakah variabel kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) dengan melihat hasil koefisien regresi yang didapat pada tabel berikut:

Tabel IV.11
Uji t (hipotesis 1)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,408	,958		2,513	,014

t_{hitung}

t_{tabel}

Kualitas Pelayanan	,930	,032	,946	28,998	,000
--------------------	------	------	------	--------	------

Sumber: Data diolah penulis pada SPSS 25, 2018

Berdasarkan data tabel uji t diatas dapat diketahui nilai perolehan coefficients:

$$= 2,513$$

$$= 1,6605$$

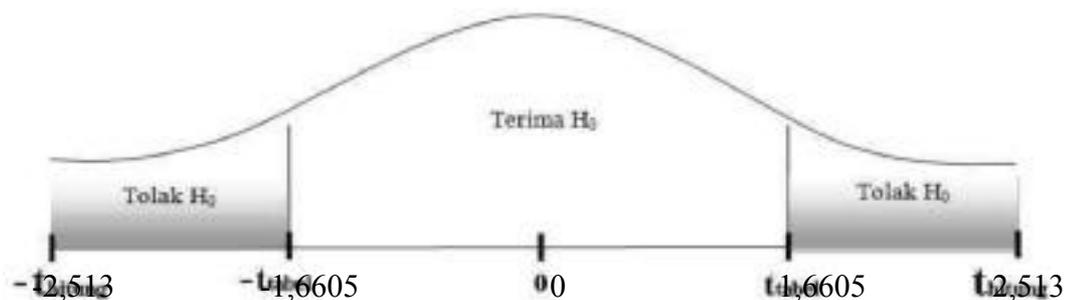
Dengan kriteria pengambilan keputusan :

H0 ditolak bila : Bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $- t_{hitung} < - t_{tabel}$ pada $\alpha = 5\%$

H0 diterima bila : Bila $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau $- t_{hitung} \geq - t_{tabel}$

Kriteria Pengujian Hipotesis:

Gambar IV.4
Kriteria Pengujian Uji t Hipotesis 1



Berdasarkan hasil pengujian diatas pengaruh antara variabel Kualitas Pelayan (X) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh t_{tabel} sebesar 1,6605 (data t_{tabel} terlampir), dan diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,513 dengan arti bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat

disimpulkan bahwa H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara variable Kualitas Pelayan (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Medan Asia.

b) Uji F (F-Test)

Uji f digunakan untuk melihat apakah variabel bebas secara simultan memiliki pengaruh terhadap variabel terkait. Untuk menguji hipotesis statistik melalui uji F dilakukan pada tingkat $\alpha = 5\%$ dan Nilai F_{hitung} untuk

$n = 100$. Berikut ini merupakan hasil dari uji F pada data yang diolah dengan menggunakan SPSS *for windows* versi 25.00

Tabel IV.12
Uji F (F-Test)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	789,618	1	789,618	840,911	,000 ^b
	Residual	92,022	98	,939		
	Total	881,640	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah penulis pada SPSS 25, 2018

Dari hasil pengolahan dengan menggunakan SPSS *for windows* versi 16.00, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut:

$$F_{hitung} = 840,911$$

$$F_{tabel} = n - k - 1$$

$$= 100 - 2 - 1$$

$$= 97$$

Nilai F_{tabel} untuk $n = 100$ adalah sebesar 3,0901. Selanjutnya, nilai F_{hitung} sebesar 840,911 digunakan sebagai kriteria kepuasan konsumen. Kriteria penarikan kesimpulan berdasarkan F_{hitung} dan F_{tabel} :

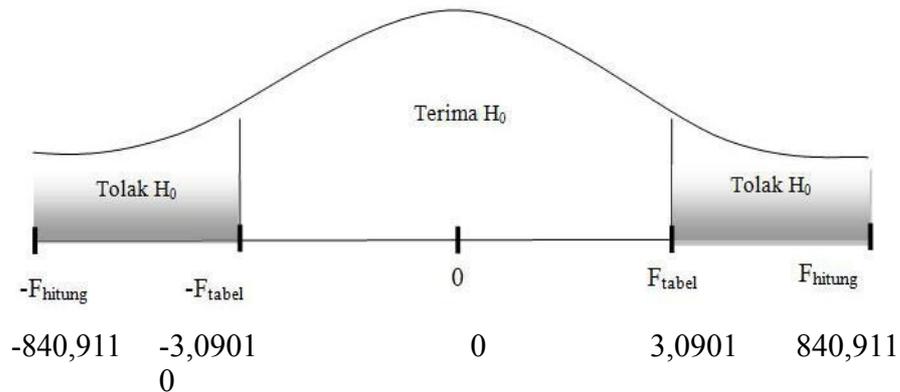
- 1) Tolak H_0 jika nilai $F_{hitung} < 3,0901$, pada $\alpha = 5\%$

2) Terima H_a jika $F_{hitung} > 3,0901$ atau $-F_{hitung} < -3,0901$

Kriteria penarikan kesimpulan berdasarkan probabilitas:

- 1) H_0 ditolak jika : $0.000 \leq 0.05$, pada tarif signifikansi = 5% ($\alpha \leq 0.005$)
- 2) H_0 diterima jika : $0.000 \geq 0.05$.

Gambar IV.5
Kriteria Pengujian Uji F Hipotesis 3



Berdasarkan hasil pengujian secara simultan dengan menggunakan pengujian F_{hitung} dan F_{tabel} . pengaruh faktor-faktor terhadap kepuasan konsumen diperoleh $840,911 \geq 3,0901$. sedangkan hasil pengujian secara simultan dengan menggunakan tarif signifikansinya diperoleh $0.000 \leq 0.05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dengan kata lain faktor kualitas pelayanan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen secara langsung.

c) Koefisien Determinasi (*R-Square*)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terkait dipengaruhi oleh variasi nilai variabel. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 (nol) dan 1 (satu). Angka koefisien deteminasi yang

semakin kuat, menandakan bahwa variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel terkait. Sedangkan nilai koefisien determinasi ($adjustedR^2$) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terkait adalah terbatas. Berikut ini merupakan hasil dari pengujian statistiknya dari data yang diolah:

Tabel IV.13
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,946 ^a	,896	,895	,96902

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah penulis pada SPSS 25, 2018

Data di atas menunjukkan nilai R-square sebesar 0.896. Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi atau presentase pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, maka dapat diketahui melalui uji koefisien determinasi seperti berikut ini:

$$\begin{aligned}
 & \text{KD} && = R^2 \times 100\% \\
 & && = 0.896 \times 100\% \\
 & && = 89,6\%
 \end{aligned}$$

Nilai R-square di atas adalah sebesar 89,6%, hal ini berarti bahwa 89,6% variasi nilai kepuasan konsumen ditentukan oleh peran dari variasi nilai

kualitas pelayanan. Dengan kata lain kontribusi kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah sebesar 89,6 sementara 10,4% adalah kontribusi dari variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Pada pembahasan ini adalah akan dianalisis mengenai hasil temuan penelitian ini terhadap kesesuaian teori, Adapun analisis pembahasan yang dilakukan peneliti sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh pengaruh positif dan signifikan pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dari uji t diperoleh sebesar $t_{hitung} > t_{tabel}$ (2,513 > 1,6605) (sig 0,000 < 0,05) dengan demikian H_0 ditolak.

Untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen, belum ada standar baku yang dapat dijadikan pedoman, selain karena kepuasan konsumen itu sifatnya relatif juga harapan dan interpretasi nasabah berbeda-beda pula. Akan tetapi secara empirik kepuasan konsumen dapat dipahami oleh perusahaan perbankan dengan meneliti 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan yaitu reliability (kehandalan), assurance (jaminan), responsiveness (daya tanggap), tangibility (bukti fisik), dan empathy (empati).

Jika PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Medan Asia berhasil dalam memaksimalkan pelayanan yang diberikan kepada nasabah, serta upaya upaya yang dilakukan dalam menghadapi setiap keluhan nasabah, maka secara otomatis hal tersebut akan menciptakan kepuasan nasabah dalam melakukan transaksi. Perlu adanya peningkatan secara terus menerus

kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank, baik oleh karyawan ataupun fasilitas pendukung untuk menciptakan kenyamanan dalam bertransaksi yang dilakukan oleh nasabah.

Nasabah dikatakan puas apabila terdapat kesesuaian antara harapan dan kualitas pelayanan kepada nasabah, dengan mengevaluasi antara suatu jasa pelayanan yang diterimanya. Ketidakpuasan nasabah akan terjadi jika harapan dan keinginan nasabah tidak sesuai dengan kualifikasi pelayanan yang diterimanya. Dalam hal ini, penelitian yang dilakukan penulis menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen yang positif dan cukup signifikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Medan Asia, disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan memberikan pengaruh yang cukup besar terhadap kepuasan konsumen, hal ini diperoleh berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa dengan meningkatnya nilai kualitas pelayanan yang diberikan, akan berpengaruh juga dalam meningkatkan nilai kepuasan konsumen. Hal ini juga berlaku sebaliknya, dengan menurunnya nilai kualitas pelayanan yang diberikan, akan berdampak pada penurunan nilai kepuasan konsumen. Dengan demikian, dapat ditarik kesimpulan, bahwa ada hubungan pengaruh yang positif secara langsung antara kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen, hal ini ditandai dengan hipotesis yang dapat diterima dengan signifikan yang telah dibuktikan dalam penelitian ini.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka untuk meningkatkan Kepuasan Konsumen pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Medan Asia saran yang diberikan diantaranya adalah:

1. Perusahaan harus meningkatkan standar kualitas pelayanan yang telah diterapkan dalam prosedur kerja perusahaan. Dalam hal ini, banyak hal yang dapat dikembangkan lebih baik untuk kedepannya, seperti penambahan ruang dan fasilitas untuk membuat nasabah menjadi lebih nyaman dalam melakukan transaksi dan meningkatkan kepuasan nasabah terhadap perusahaan.
2. Perusahaan dapat melakukan inovasi yang menarik untuk menambah minat nasabah baru , dan meningkatkan kepuasan nasabah yang ada pada perusahaan.
3. Bagi penelitian selanjutnya agar hendaknya dapat menambahkan pembahasan yang lebih mendalam atau memperluas pembahasan penelitian ini agar nantinya menjadi suatu evaluasi yang turut memberikan kontribusi dalam memajukan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Medan Asia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. (2012). "Manajemen Pemasaran", Raja Grafindo, Jakarta.
- Azuar Juliandi, Irfan, Saprianal Manurung. (2015). "*Metodologi Penelitian Bisnis*".
Medan : Penerbit UMSU PRESS.
- Griffin. (2010). "Strategi Pemasaran". Surabaya.
- Hasan. (2008). "Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan", CAPS, Jakarta.
- Hidayat. (2009). "Manajemen Pemasaran dan Keuangan", Jakarta.
- Hadiyati. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada
PT. Kencana Jaya. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 5, No. 3, 2010: 416-452.
- Hasan. (2013), Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan, CAPS, Jakarta.
- I Gede Yogi Pramana. (2016), " Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepercayaan Nasabah Pada Nasabah Bank Mandiri Cabang Veteran
Denpasar-Bali". *E-Jurnal Manajemen Unud*. Vol. 5, No. 1, 2016: 706-733
- Kotler, P. dan Kevin Lane Keller. (2006). "*Manajemen Pemasaran*". Edisi 11, Jilid
1. Jakarta : PT. Indeks, Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. dan Kevin Lane Keller. (2007). "*Marketing Pemasaran*". Edisi 13. Jilid
1 Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. dan Kevin Lane Keller . (2008). "*Prinsip-Prinsip Pemasaran*". Edisi 8.
Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. dan Kevin Lane Keller. (2009). "*Manajemen Pemasaran*". Jilid I
(EdisiXII) Alih Bahasa Bob Sabran, Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Lovelock dalam Fandy Tjiptono. (2011). "Strategi Pemasaran". (Edisi Ke IV).
Penerbit Andi Yogyakarta.

- Lupiyoadi dan Rambat. (2013). "Manajemen Pemasaran Jasa". Edisi II. Jakarta : Salemba Empat.
- Peter dan olson. (2013). "Manajemen Pemasaran", Bandung.
- Rambat dan Hamdani. (2006). "Manajemen Pemasaran Jasa". Jakarta : Salemba Empat.
- Rousan. (2010). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Nasabah Pada PT. Bank BRI Cabang Bandung. *E-Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 1, No. 1, 2010: 201-223.
- Sugiyono. (2006). "Metode Penelitian Bisnis", Cetakan Kelima, Bandung : Alfabeta.
- Stefanus. (2008) . Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sumut Cabang Surabaya. *E-Jurnal Manajemen*. Vol. 3, No. 2, 2008: 506-533.
- Saleh. (2010). "Manajemen Pemasaran Jasa". Grafindo, Jakarta.
- Silaen Sakti. (2010). "*Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*". Edisi I. Jakarta : Penerbit Mitra Wacana Media.
- Syafrida Hani. (2010). "*Microsoft Excel 2007*". Bandung : Penerbit Citapustaka Media Perintis.
- Sviolka dalam Lupiyoadi. (2013). "Manajemen Pemasaran", Grafindo, Jakarta.
- Septiadi Santoso dan Hening Widi Oetomo. (2013), "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Laboratorium Klinik Populer Surabaya". Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol. 2 No. 6 (2013).

Tjiptono Fandy. (2008). "Strategi Pemasaran". (Edisi Ke III). Penerbit Andi
Yogyakarta.

Tjiptono Fandy. (2009). "Strategi Pemasaran". (Edisi Ke IV). Penerbit Andi
Yogyakarta.

Tjiptono Fandy. (2011). "*Pelanggan puas? Tak cukup!*". Yogyakarta : CV. Andi
offset (Penerbit Andi).

Zikmund dalam Vanessa. (2007). "*Marketing Pemasaran*". Jakarta.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama : Muhammad Fata Maulana

Tempat / Tanggal Lahir : Medan, 07 Agustus 1994

Jenis Kelamin : Laki – laki

Agama : Islam

Kewarganegaraan : Indonesia

Alamat : Jl. K.L. Yos Sudarso Km.16 Lingk. IV
Kecamatan Medan Labuhan
Kota Medan

No. Handphone / E-mail : 085261764464 / fatamaulana8@gmail.com

DATA ORANG TUA

Nama Ayah : Amiril Mukminin

Nama Ibu : Rosmawaty

Alamat Orang Tua : Kota Medan

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

- SD Dr. Wahidin Sudirohusodo : 2000 – 2006

- MTs Negeri 2 Medan : 2006 – 2009

- MA Negeri 1 Medan : 2009 – 2012

- Tercatat Sebagai Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Manajemen
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Pada Tahun 2014 – 2018

Medan, Maret 2018

MUHAMMAD FATA MAULANA

Hasil Angket Kualitas Pelayanan (X)

responde n	Pernyataan Angket								Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	4	3	4	4	4	4	4	31
2	4	5	3	3	4	4	4	3	30
3	3	3	3	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	3	3	3	4	3	3	27
6	4	5	3	3	4	4	4	3	30
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	4	4	4	4	3	3	3	3	28
11	4	4	3	3	3	3	3	2	25
12	4	4	4	2	3	3	3	3	26
13	4	4	4	2	3	3	3	3	26
14	4	4	3	4	4	4	4	4	31
15	4	3	3	3	3	3	2	3	24
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	3	3	3	3	3	3	3	2	23
18	4	5	3	3	4	4	4	3	30
19	4	4	4	5	4	4	4	5	34
20	4	4	3	3	3	4	3	3	27
21	4	4	3	4	4	4	4	4	31
22	5	5	5	5	5	4	3	3	35
23	4	5	3	3	4	4	4	3	30
24	4	4	4	4	4	3	5	5	33
25	4	4	4	4	3	3	3	3	28
26	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	4	4	4	3	5	5	33
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	4	4	3	3	3	4	3	3	27
30	4	4	4	4	3	3	3	3	28
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	5	3	3	4	4	4	3	30
33	3	3	3	4	4	4	4	4	29
34	4	5	3	3	4	4	4	3	30
35	4	5	3	3	4	4	4	3	30
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	4	3	3	3	3	3	2	25
38	4	4	3	4	4	4	4	4	31
39	4	4	4	4	3	3	3	3	28

83	4	5	3	3	4	4	4	3	30
84	3	3	3	4	4	4	4	4	29
85	4	5	3	3	4	4	4	3	30
86	4	5	3	3	4	4	4	3	30
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	4	4	3	3	3	3	3	2	25
89	4	4	3	4	4	4	4	4	31
90	4	4	4	4	3	3	3	3	28
91	4	4	3	4	4	4	4	4	31
92	4	4	4	4	4	3	5	5	33
93	4	3	3	3	3	3	2	3	24
94	4	4	3	4	4	4	4	4	31
95	4	5	3	3	4	4	4	3	30
96	4	4	3	3	3	4	3	3	27
97	4	4	3	4	4	4	4	4	31
98	4	4	3	4	4	4	4	4	31
99	4	4	3	4	4	4	4	4	31
100	4	4	3	3	3	3	3	2	25

Hasil Angket Kepuasan Konsumen (Y)

responde n	Pernyataan Angket								Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	5	3	3	4	4	4	3	30
3	3	3	3	4	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	4	3	3	3	4	3	3	27
6	4	5	3	3	4	4	4	3	30
7	4	4	3	4	4	4	4	4	31
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	4	5	3	3	4	4	4	3	30
11	4	4	3	3	3	4	3	3	27
12	4	4	4	4	3	3	3	3	28
13	4	4	4	4	3	3	3	3	28
14	4	4	4	4	4	4	4	4	32
15	4	4	3	3	3	4	3	3	27
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	4	4	4	4	3	3	3	3	28
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	4	4	5	4	4	4	5	34
20	4	4	4	4	3	3	3	3	28

21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	5	5	5	5	5	4	4	4	37
23	4	4	4	4	4	4	4	4	32
24	4	4	4	4	4	3	5	5	33
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	5	5	5	5	5	4	4	4	37
27	4	4	4	4	4	3	5	5	33
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	4	4	3	3	3	4	3	3	27
30	4	4	4	4	3	3	3	3	28
31	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	5	3	3	4	4	4	3	30
33	3	3	3	4	4	4	4	4	29
34	4	5	3	3	4	4	4	3	30
35	4	5	3	3	4	4	4	3	30
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	4	3	3	3	3	3	2	25
38	4	4	3	4	4	4	4	4	31
39	4	4	4	4	3	3	3	3	28
40	4	4	3	4	4	4	4	4	31
41	4	4	4	4	4	3	5	5	33
42	4	3	3	3	3	3	2	3	24
43	4	4	3	4	4	4	4	4	31
44	4	5	3	3	4	4	4	3	30
45	4	4	3	3	3	4	3	3	27
46	4	4	3	4	4	4	4	4	31
47	4	4	3	4	4	4	4	4	31
48	4	4	3	4	4	4	4	4	31
49	4	4	3	3	3	3	3	2	25
50	4	4	4	4	3	3	3	3	28
51	4	4	4	2	3	3	3	3	26
52	4	4	3	4	4	4	4	4	31
53	4	5	3	3	4	4	4	3	30
54	4	4	3	4	4	4	4	4	31
55	4	4	3	4	4	4	4	4	31
56	4	4	3	3	3	4	3	3	27
57	4	5	3	3	4	4	4	3	30
58	4	4	4	4	5	5	5	5	36
59	4	4	4	5	4	4	4	5	34
60	3	3	3	4	4	4	4	4	29
61	4	4	4	4	3	3	3	3	28
62	3	3	3	4	4	4	4	4	29

63	4	4	4	2	3	3	3	3	26
64	4	4	4	2	3	3	3	3	26
65	4	4	3	4	4	4	4	4	31
66	4	3	3	3	3	3	2	3	24
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	3	3	3	3	3	3	3	2	23
69	4	5	3	3	4	4	4	3	30
70	4	4	4	5	4	4	4	5	34
71	4	4	3	3	3	4	3	3	27
72	4	4	3	4	4	4	4	4	31
73	5	5	5	5	5	4	3	3	35
74	4	5	3	3	4	4	4	3	30
75	4	4	4	4	4	3	5	5	33
76	4	4	4	4	3	3	3	3	28
77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
78	4	4	4	4	4	3	5	5	33
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80	4	4	3	3	3	4	3	3	27
81	4	4	4	4	3	3	3	3	28
82	4	4	4	4	4	4	4	4	32
83	4	5	3	3	4	4	4	3	30
84	3	3	3	4	4	4	4	4	29
85	4	5	3	3	4	4	4	3	30
86	4	5	3	3	4	4	4	3	30
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32
88	4	4	3	3	3	3	3	2	25
89	4	4	3	4	4	4	4	4	31
90	4	4	4	4	3	3	3	3	28
91	4	4	3	4	4	4	4	4	31
92	4	4	4	4	4	3	5	5	33
93	4	3	3	3	3	3	2	3	24
94	4	4	3	4	4	4	4	4	31
95	4	5	3	3	4	4	4	3	30
96	4	4	3	3	3	4	3	3	27
97	4	4	3	4	4	4	4	4	31
98	4	4	3	4	4	4	4	4	31
99	4	4	3	4	4	4	4	4	31
100	4	4	3	3	3	3	3	2	25

Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5
item_1	Pearson Correlation	1	,607**	,446**	,162	,229*
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,107	,022
	N	100	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	,607**	1	,086	-,106	,391**
	Sig. (2-tailed)	,000		,397	,295	,000
	N	100	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	,446**	,086	1	,422**	,185
	Sig. (2-tailed)	,000	,397		,000	,065
	N	100	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	,162	-,106	,422**	1	,572**
	Sig. (2-tailed)	,107	,295	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
item_5	Pearson Correlation	,229*	,391**	,185	,572**	1
	Sig. (2-tailed)	,022	,000	,065	,000	
	N	100	100	100	100	100
item_6	Pearson Correlation	,118	,347**	-,165	,319**	,701**
	Sig. (2-tailed)	,241	,000	,100	,001	,000
	N	100	100	100	100	100
item_7	Pearson Correlation	-,011	,314**	,116	,437**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,911	,001	,249	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
item_8	Pearson Correlation	,046	-,124	,330**	,675**	,632**
	Sig. (2-tailed)	,651	,219	,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Skor_total	Pearson Correlation	,400**	,399**	,456**	,725**	,885**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100

Correlations

		item_6	item_7	item_8	Skor_total
item_1	Pearson Correlation	,118	-,011	,046	,400**
	Sig. (2-tailed)	,241	,911	,651	,000
	N	100	100	100	100
item_2	Pearson Correlation	,347**	,314**	-,124	,399**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,219	,000
	N	100	100	100	100
item_3	Pearson Correlation	-,165	,116	,330**	,456**
	Sig. (2-tailed)	,100	,249	,001	,000
	N	100	100	100	100
item_4	Pearson Correlation	,319**	,437**	,675**	,725**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
item_5	Pearson Correlation	,701**	,778**	,632**	,885**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
item_6	Pearson Correlation	1	,479**	,371**	,607**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
item_7	Pearson Correlation	,479**	1	,750**	,808**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
item_8	Pearson Correlation	,371**	,750**	1	,793**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Skor_total	Pearson Correlation	,607**	,808**	,793**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5
item_1	Pearson Correlation	1	,599**	,495**	,193	,233*
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,056	,020
	N	99	99	99	99	99
item_2	Pearson Correlation	,599**	1	,088	-,144	,360**
	Sig. (2-tailed)	,000		,387	,156	,000
	N	99	99	99	99	99
item_3	Pearson Correlation	,495**	,088	1	,542**	,241*
	Sig. (2-tailed)	,000	,387		,000	,016
	N	99	99	99	99	99
item_4	Pearson Correlation	,193	-,144	,542**	1	,538**
	Sig. (2-tailed)	,056	,156	,000		,000
	N	99	99	99	99	99
item_5	Pearson Correlation	,233*	,360**	,241*	,538**	1
	Sig. (2-tailed)	,020	,000	,016	,000	
	N	99	99	99	99	99
item_6	Pearson Correlation	,052	,280**	-,170	,211*	,654**
	Sig. (2-tailed)	,607	,005	,093	,036	,000
	N	99	99	99	99	99
item_7	Pearson Correlation	-,014	,273**	,160	,417**	,798**
	Sig. (2-tailed)	,893	,006	,114	,000	,000
	N	99	99	99	99	99
item_8	Pearson Correlation	-,018	-,206*	,365**	,687**	,641**
	Sig. (2-tailed)	,860	,041	,000	,000	,000

N	99	99	99	99	99	
Skor_total	Pearson Correlation	,395**	,345**	,531**	,726**	,889**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000
N	99	99	99	99	99	

Correlations

		item_6	item_7	item_8	Skor_total
item_1	Pearson Correlation	,052	-,014	-,018	,395**
	Sig. (2-tailed)	,607	,893	,860	,000
	N	99	99	99	99
item_2	Pearson Correlation	,280**	,273**	-,206*	,345**
	Sig. (2-tailed)	,005	,006	,041	,000
	N	99	99	99	99
item_3	Pearson Correlation	-,170	,160	,365**	,531**
	Sig. (2-tailed)	,093	,114	,000	,000
	N	99	99	99	99
item_4	Pearson Correlation	,211*	,417**	,687**	,726**
	Sig. (2-tailed)	,036	,000	,000	,000
	N	99	99	99	99
item_5	Pearson Correlation	,654**	,798**	,641**	,889**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	99	99	99	99
item_6	Pearson Correlation	1	,440**	,320**	,534**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000
	N	99	99	99	99
item_7	Pearson Correlation	,440**	1	,761**	,808**
	Sig. (2-tailed)			,000	,000
	N	99	99	99	99

	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	99	99	99	99
item_8	Pearson Correlation	,320**	,761**	1	,782**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000
	N	99	99	99	99
Skor_total	Pearson Correlation	,534**	,808**	,782**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	99	99	99	100

Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,798	8

Uji Reliabilitas Kepuasan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,793	8

Data Responden

Jenis kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	47	47,0	47,0	47,0
Perempuan	53	53,0	53,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20	21	21,0	21,0	21,0
	20-40	53	53,0	53,0	74,0
	40-60	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	50	50,0	50,0	50,0
	Mahasiswa	28	28,0	28,0	78,0
	S1	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	35	35,0	35,0	35,0
	Pegawai swasta	31	31,0	31,0	66,0
	Wirausaha	24	24,0	24,0	90,0
	PNS	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,408	,958		2,513	,014
	Kualitas Pelayanan	,930	,032	,946	28,998	,000

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	1,000	1,000

Uji Normalitas Kolgomorov Smirnov

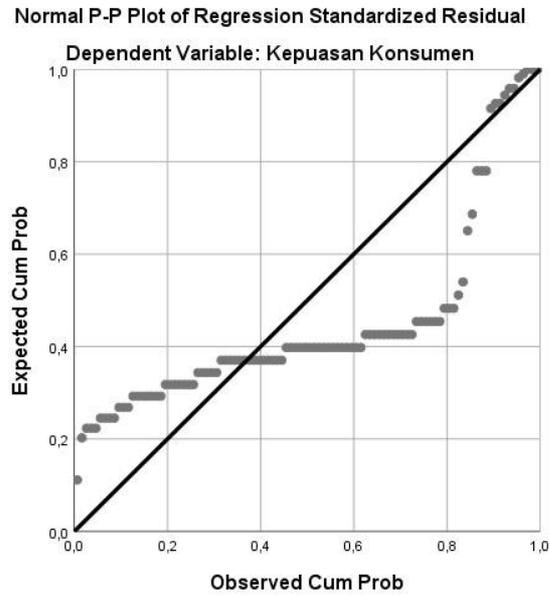
Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov One-Sample

Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.17410806
Most Extreme Differences	Absolute	.074
	Positive	.074
	Negative	-.065
Kolmogorov-Smirnov Z		.736
Asymp. Sig. (2-tailed)		.651

a) Test distribution is Normal.

P-P Plot Standardized

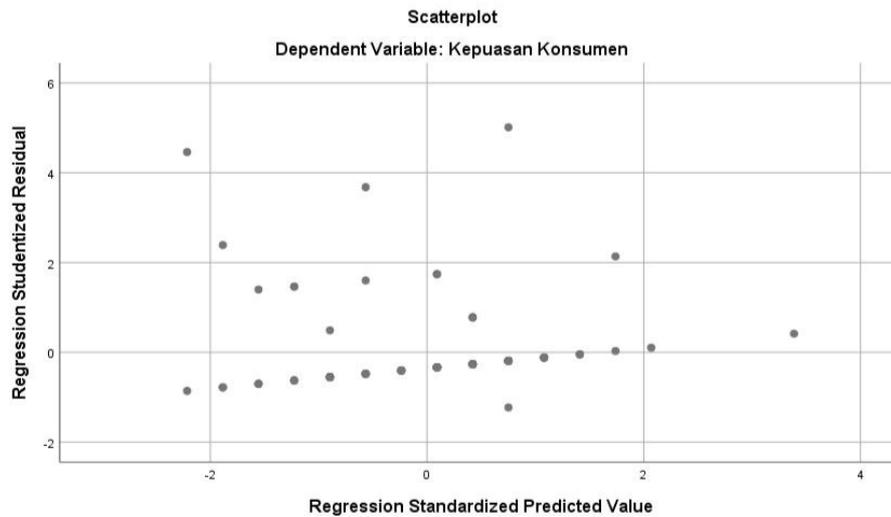


Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	1,000	1,000

Scatterplot Heterokedastisitas



Uji t (T-test)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,408	,958	2,513	,014
	Kualitas Pelayanan	,930	,032	,946	,000

Uji F (F-Test)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	789,618	1	789,618	840,911	,000 ^b
	Residual	92,022	98	,939		
	Total	881,640	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,946 ^a	,896	,895	,96902