

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

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Program Studi Manajemen*

Oleh:

**SRI RAHAYU**  
**NPM : 1305160239**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2017**

## ABSTRAK

**Nama : Sri Rahayu. Npm : 1305160239. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan**

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

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah pada PT. Taspen (Persero) KCU Medan dengan sampel sebanyak 75 orang nasabah menggunakan *Sampling Kuota*. Teknik pengumpulan data ini dengan menggunakan penyebaran angket (*Quesioner*) yang diuji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, uji asumsi klasik, uji t uji f dan koefisien determinasi.

Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai  $t_{hitung} 1,575 < t_{tabel} 1,993$  dengan probabilitas  $sig 0,120 > 0,05$  dikarenakan nilainya lebih besar dari (0,05) maka dasar ketentuan uji secara parsial kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Nasabah ( $Y$ ). Dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

Kesimpulannya tidak ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada uji t (parsial), hal ini disebabkan karena kurangnya pelayanan yang diberikan terhadap nasabah tersebut, dan berdasarkan hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa terbukti ada pengaruh dan signifikan terhadap loyalitas nasabah

***Kata Kunci : Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah***

## KATA PENGANTAR



**Assalamu'alaikum Wr. Wb**

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya. Tak lupa shalawat beriring salam penulis berikan risalah kepada Nabi kita Muhammad SAW yang telah membawa risalah kepada umat islam dari zaman kegelapan hingga zaman terang bederang.

Penulis menyelesaikan skripsi ini guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini berisikan hasil penelitian penulis yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Taspen (Persero) KCU Medan.

Penulis juga menyadari bahwa dalam penyusunan proposal ini masih kurang sempurna, karena kesempurnaan hanya milik Allah SWT, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dan mendukung demi kesempurnaan laporan magang ini.

Dalam hal ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian laporan magang ini, untuk itu penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Teristimewa untuk Ayahanda tercinta Abd. Halim Lubis dan Ibunda tersayang Syamsidar Manurung, semoga selalu dalam lindungan allah

SWT yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan berupa do'a, motivasi dan juga dukungan moril maupun materil kepada penulis.

2. Bapak Dr. H.Agussani, M.AP selaku rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Zulaspan Tupti SE, M.si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Januri, SE, M.M, M.Si selaku wakil dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Ade Gunawan S.E, M.Si selaku wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, S.E. M.Si selaku Ketua Program Study Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Jufrizein S.E. M.Si, selaku sekretaris Program Study Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Bapak Dr. Fazar Pasaribu, SE., M.Si selaku dosen pembimbing, yang memberikan bantuan, bimbingan dan arahan kepada penulis dalam proses penyusunan Skripsi ini.
9. Seluruh staf dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang selama ini telah banyak sekali memberikan ilmu kepada penulis terutama dalam menuntut ilmu dikampus ini.
10. Seluruh staf Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara salah satunya bagian administrasi atau biro Fakultas Agama Ekonomi jurusan

Manajemen Pemasaran yang telah membantu dalam berbagai urusan selama penulis menjalankan perkuliahan.

11. Kepada seluruh staf/karyawan PT. TASPEN (Persero) KCU Medan.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian proposal ini, semoga proposal ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Amin Ya Rabbal'amin.

**Wassalamu'alaikum Wr.Wb.**

**Medan, Januari 2017**

**Penulis**

**Sri Rahayu**

## DAFTAR ISI

### Halaman

#### ABSTRAK

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Identifikasi Masalah.....</b>	<b>4</b>
<b>C. Batasan dan Rumusan Masalah .....</b>	<b>5</b>
1. Batasan Masalah.....	5
2. Rumusan Masalah .....	5
<b>D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....</b>	<b>5</b>
1. Tujuan Penelitian .....	5
2. Manfaat Penelitian .....	6
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
<b>A. Uraian Teoritis .....</b>	<b>7</b>
<b>1. Kepuasan Nasabah .....</b>	<b>7</b>
1.a. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	7
1.b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	8
1.c. Indikator Kepuasan Nasabah .....	9
<b>2. Kualitas Pelayanan .....</b>	<b>10</b>
2.a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	10

2.b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	11
2.c. Indikator Kualitas Pelayanan .....	12
<b>B. Kerangka Konseptual .....</b>	<b>12</b>
<b>C. Hipotesis .....</b>	<b>13</b>
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>14</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	14
B. Defenisi Operasional.....	14
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	16
D. Populasi dan Sampel .....	17
E. Teknik Pengumpulan Data .....	18
F. Teknik Analisis Data.....	24
<b>BAB IV DESKRIPSI DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>26</b>
A. Hasil Penelitian .....	26
1. Deskripsi Hasil Penelitian .....	26
2. Karakteristik Responden .....	27
B. Deskripsi Variabel Penelitian .....	28
E. Pengujian Hipotesis .....	32
G. Pembahasan .....	34
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>37</b>
A. Kesimpulan .....	37
B. Saran .....	37

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel III-1 Defenisi Operasional .....	16
Tabel III-2 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	17
Tabel III-3 Skala Likert .....	19
Tabel III-4 Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan.....	21
Tabel III-5 Uji Validitas Instrumen Kepuasan nasabah.....	22
Tabel III-6 Reliabilitas Kualitas Pelayanan .....	23
Tabel III-7 Reliabilitas Kepuasan Nasabah.....	23
Tabel IV-1 Skala Likert .....	26
Tabel IV-2 Gambaran Umum Responden.....	27
Tabel IV-3 Skor Variabel Kualitas Pelayanan .....	28
Tabel IV-4 Skor Variabel Kepuasan Nasabah.....	30
Tabel IV-5 pengujian hipotesis .....	33
Tabel IV-6 Uji t (Parsial) .....	34

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II-1	Kerangka Konseptual .....	13
-------------	---------------------------	----

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan dari tahun ketahun semakin menjadi perhatian masyarakat. Hal utama yang diprioritaskan perusahaan dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan. Dan untuk memenangkan persaingan setiap perusahaan atau penyedia jasa harus selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen atau para nasabah, serta berusaha memenuhi harapan mereka. Sehingga mampu memberikan kepuasan kepada para konsumen atau nasabahnya. Saat ini perhatian terhadap kepuasan nasabah menjadi sangat besar (Kartika, 2015, hal.24)

Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur tingkat kepuasan nasabahnya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan nasabah adalah kepuasan. Pelanggan atau nasabah yang sangat puas umumnya lebih lama setia, dan akan secara terus-menerus menggunakan jasa atau produk dari perusahaan tersebut (Kotler dan Keller, 2007, hal. 179)

Menurut Tatik Suryani (2008, hal.145) kesetiaan pelanggan akan menjadi kunci sukses, tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan bersaing yang berkelanjutan. Hal ini karena kesetiaan pelanggan memiliki nilai strategi bagi perusahaan. Begitu bernilainya kesetiaan pelanggan terhadap produk.

Kualitas pelayanan atau jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk

memenuhi keinginan nasabah menurut Lovelock yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2006, hal. 59).

Menurut Lupiyoadi (2013, hal. 204) persoalan kualitas dalam pelayanan sudah menjadi “harga yang harus dibayar” oleh perusahaan agar tetap dapat bertahan dalam bisnisnya.

Sebagai pemberi pelayanan perusahaan tentu saja harus dapat memberikan suatu pelayanan yang baik dan menyenangkan bagi nasabah. Tujuannya agar nasabah puas. Oleh karenanya pelayanan harus berkualitas. Salah satu unsur pelayanan berkualitas adalah kecepatan dan ketepatan. Kecepatan disini terkait dengan *timing* (waktu) yakni lamanya proses pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Sedangkan ketepatan mengarah pada hasil dari proses pelayanan. Yakni apakah pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan dan permintaan nasabah.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka (Rustika 2010, hal. 55)

Menurut Liu (2005) terdapat hubungan yang signifikan antara tingkat kepuasan nasabah dengan kualitas pelayanan disetiap tingkat pemisahan dari indikasi selanjutnya bahwa masing-masing sub divisi yaitu mengambil pengertian sebagai aspek penting dari kualitas pelayanan.

Dengan memperhatikan pengertian tersebut di atas maka pihak perusahaan juga harus menyadari bahwa Kepuasan Nasabah dapat tercapai

dengan memberikan pelayanan yang berkualitas kepada nasabahnya. Pelayanan yang baik sering dinilai oleh nasabah secara langsung dari karyawan sebagai orang yang melayani atau disebut juga sebagai produsen jasa, karena itu diperlukan usaha untuk meningkatkan kualitas sistem pelayanan yang diberikan agar dapat memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan nasabah. Jadi kualitas pelayanan merupakan merupakan hal penting yang harus diperhatikan agar dapat tercapai kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan nasabah. Kualitas pelayanan memiliki suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan nasabah serta kebutuhannya. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan pada gilirannya kepuasan tersebut dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas nasabah.

Menurut Sheth dan Mittal (dalam Fandy Tjiptono 2014, hal.39) Loyalitas nasabah merupakan komitmen nasabah terhadap suatu merek, berdasarkan sikap yang sangat positif dan tercermin dalam pembelian ulang yang konsisten.

Kualitas pelayanan, kepuasan nasabah sangat berkaitan, kualitas layanan yang baik dan ramah akan membuat nasabah merasa puas dan nyaman dan kepuasan yang baik memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat dengan pihak perusahaan. Dalam jangka panjang hubungan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama kebutuhan nasabahnya serta harapannya. Dengan demikian

pihak perusahaan dapat meningkatkan kepuasan nasabah dimana perusahaan berusaha memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan bahkan meniadakan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan.

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

Ada beberapa masalah yang penulis temui berkaitan dengan kepuasan nasabah di antaranya kualitas pelayanan PT. Taspen (Persero) KCU masih cenderung belum maksimal, dikarenakan masih adanya nasabah yang kurang puas dengan penyampaian informasi tentang pengurusan SKS (surat keterangan sekolah).

Dengan dasar pemikiran yang sedemikian maka penulis berkeinginan untuk mengadakan penelitian yang lebih mendalam, oleh karena itu penulis memilih judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Taspen (Persero) KCU Medan”**.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penelitian pendahuluan dilakukan pada PT. Taspen (Persero) KCU, maka identifikasi masalah penelitian ini adalah :

1. Masih kurangnya cepat tanggap terhadap keluhan nasabah.

2. Masih ada beberapa nasabah yang kurang puas terhadap pemberian informasi.
3. Masih ada nasabah yang kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan/pegawai dalam mengatasi komplain nasabah

### **C. Batasan dan Rumusan Masalah**

#### **1. Batasan Masalah**

Untuk menfokuskan dan mempeerkecil bahasan masalah sehingga tidak menyimpang dari yang diinginkan maka dalam penelitian ini hanya dibatasi pada masalah kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan yang mempengaruhi loyalitas nasabah.

#### **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah maka permasalahan dapat dirumuskan : Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) KCU Medan?

### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun penelitian ini bertujuan sebagai berikut : Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) KCU Medan.

## 2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh antara lain :

### a. Manfaat Teoritis

- 1) Bagi penulis, memperluas wawasan dan pengetahuan penulis tentang seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan terhadap loyaitas.
- 2) Bagi Akademik, Sebagai bahan referensi bagi penulis lain dibidang kualitas pelayanan jasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk khasanah pustaka dibidang pemasaran berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.

### b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi perusahaan, dapat dijadiakn sumber informasi bagi perusahaan dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan supaya lebih memuaskan nasabah dalam bentuk loyalitas nasabah serta untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang menguntungkan dimasa kini dan dimasa yang akan datang.
- 2) Bagi orang lain, sebagai bahan bacaan untuk menambah bahan pengetahuan mengenai objek yang diteliti dan sebagai panduan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian pada objek dan atau pada masalah yang sama.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Uraian Teoritis**

##### **1. Kepuasan Nasabah**

###### **1.a. Pengertian Kepuasan Nasabah**

Memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dan persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Oliver,1980) dalam Supranto,(2011, hal.233). Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Menurut Tse dan Wilton (1988) dalam Lupiyoadi (2006) kepuasan atau ketidakpuasan nasabah adalah respon nasabah terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, dan sebaliknya maka sesuai harapan maka akan timbul kepuasan.

Hal senada juga diuraikan oleh Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2012, hal.55) konsekuensi kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sangat krusial bagi kelangsungan bisnis, pemerintah dan juga konsumen.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller (2007, hal.177) mengemukakan bahwa kepuasan nasabah adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kesannya terhadap kinerja atau produk dan harapan-harapannya.

Kepuasan nasabah terhadap layanan suatu perusahaan dapat dilihat dari kepuasan nasabah kelima dimensi layanan yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut. Pelanggan yang mengalami kegagalan pelayanan yang diterimanya, cenderung akan memberikan informasi yang negatif kepada orang lain terhadap jasa tersebut.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan nasabah adalah hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja yang dirasakan oleh nasabah tersebut.

## **2.b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012,hal 60-71) beberapa hal yang mempengaruhi tingkat kepuasan, yaitu :

- 1) Manajemen ekspektasi pelanggan yaitu berusaha mengedukasi pelanggan adalah mereka bisa benar-benar memahami peran, hak dan kewajibannya yang berkenaan dengan produk atau jasa.
- 2) Relationship marketing and management yaitu berfokus pada upaya yang menjalin relasi positif jangka panjang yang saling menguntungkan dengan stakeholder utama perusahaan.

- 3) Aftermarketing yaitu menekankan pentingnya orientasi pada pelanggan saat ini sebagai cara yang lebih efektif membangun bisnis menguntungkan.
- 4) Strategi retensi pelanggan yaitu meningkatkan retensi pelanggan melalui pemahaman atas faktor-faktor yang menyebabkan pelanggan beralih pemasok.
- 5) Superior customer service yaitu menawarkan layanan yang lebih baik dibanding pesaing.

### **3.c. Indikator Kepuasan Nasabah**

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/hasil yang dirasakannya dengan harapannya (Oliver,1980) dalam Supranto,(2011, hal.233). Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan.

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan menggunakan teknik pengukuran kepuasan pelanggan untuk mengetahui pelanggan merasa puas atau tidak puas. Menurut (Martilla dan James , 1977) yang dikutip oleh Tjiptono (2008:35) menyatakan bahwa :

Metode survei Tingkat kepuasan nasabah dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara, sebagai berikut :

1. *Directly reported satisfaction*, Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan mengajukan pernyataan atau penyebaran angket.
2. *Derived dissatisfaction*, Responden diberi pernyataan seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar mereka rasakan.

3. *Problem analysis*, Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan-perbaikan yang mereka sarankan.
4. *Importance/performance ratings*, Responden dapat diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

### **2.a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Rendahnya kualitas akan menempatkan perusahaan pada kerugian kompetitif, berpotensi mengusir pelanggan yang tidak puas. Defenisi berbasis pengguna, dimulai dengan premis bahwa kualitas terletak dimana orang melihatnya. Defenisi ini menyamakan kualitas dengan kepuasan maksimum. Perspektif dan subjektif dan berorientasi pada kebutuhan ini mengakui bahwa pelanggan yang berbeda memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda pula.

Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zeithaml (dalam Lupioady, 2006 :181). Dengan memberikan pelayanan yang maksimal, diharapkan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan (Atmawati dan Wahyuddin, 2007).

Menurut Lovelock yang dikutip oleh Fandi Tjiptono (2006:59) kualitas pelayanan atau jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Sedangkan menurut Tjiptono (2006) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan harapan nasabah. Defenisi lain kualitas pelayanan adalah terdiri dari tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Dengan kata lain ada dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan (Tjiptono,2006).

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah segala bentuk aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan guna memenuhi harapan nasabah.

### **2.b. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Pelayanan yang terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan baik standar pelayanan internal maupun pelayanan eksternal.

Menurut Lopiyoadi dan Hamdani (2013:219), ada lima faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan:

1. Kesenjangan persepsi manajemen
2. Kesenjangan spesifikasi kualitas
3. Kesenjangan penyampaian jasa
4. Kesenjangan komunikasi pemasaran
5. Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan

### **2.c. Indikator Kualitas Pelayanan**

Valarie Zeithaml, Leonard Berry, dan A. Prasuraman (dalam Christopher Lovelock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry, 2010 : 154) telah melakukan penelitian intensif terhadap kualitas pelayanan dan mengidentifikasi 10 dimensi yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi kualitas jasa.

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

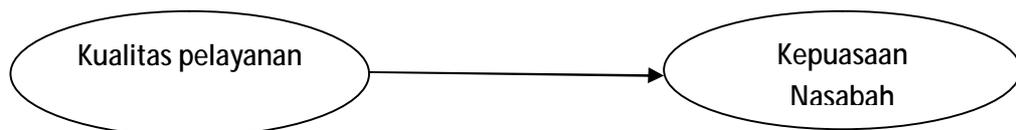
1. *Tangibles* (penampilan unsur fisik)
2. *Reliability* (kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)
3. *Responsiveness* (kecepatan dan kegunaan)
4. *Assurance* (kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan)
5. *Empathy* (akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman nasabah)

### **B. Kerangka Konseptual**

Kualitas pelayanan yang ditujukan kepada nasabah merupakan elemen yang sangat penting agar dapat menjamin kelangsungan hidup atau menjaga kestabilan usaha sebuah perusahaan jasa, karena perusahaan jasa sangat mengharapkan rasa puas dalam diri nasabah. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Hidayati (2010) menggunakan teknik analisis linear berganda, penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan jasa berpengaruh signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap loyalitas nasabah pada PT. Taspen (Persero) KCU Medan.

Sedangkan hasil penelitian dari Cut Astrid Hawari (2010) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis dapat menduga bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.



**Gambar II.1 : Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah**

### **C. Hipotesis**

Azuar Juliandi, Irfan Saprial (2014 : 44), hipotesis berkaitan erat dengan teori. Hipotesis adalah dugaan atau jawaban sementara dari pertanyaan yang ada pada perumusan masalah penelitian. Dikatakan jawaban sementara oleh karena jawaban yang ada adalah jawaban yang berasal dari teori. Dengan kata lain, jika teori menyatakan bahwa A berpengaruh terhadap B, maka hipotesis adalah sesuai dengan apa yang dikatakan teori tersebut, yakni A berpengaruh terhadap B. Jawaban sesungguhnya hanya baru akan ditemukan apabila peneliti telah melakukan pengumpulan data dan analisis data penelitian.

Berdasarkan batasan masalah dan rumusan masalah, maka dapat diambil hipotesis sebagai berikut: Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) KCU Medan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut. Pendekatan yang digunakan asosiatif yaitu pendekatan analisis hubungan atau pengaruh antara variabel satu dengan variabel lainnya.

#### **B. Defenisi Operasional**

Defenisi operasional bertujuan untuk mengetahui sejauh mana variasi dari suatu faktor yang berkaitan dengan variasi dengan faktor yang lainnya. Dari penelitian ini dapat diambil defenisi operasional sebagai berikut:

##### 1. Kepuasan Nasabah (y)

Tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran (Traitmojo,2006).

Menurut (Martilla dan James , 1977) yang dikutip oleh Tjiptono (2008:35) menyatakan bahwa metode survei Tingkat kepuasan nasabah dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara, sebagai berikut :

##### 1. *Directly reported satisfaction*

2. *Derived dissatisfaction,*
3. *Problem analysis*
4. *Importance/performance ratings*

## 2. Kualitas Pelayanan (X)

Valarie Zeithaml, Leonard Berry, dan A. Parasuraman (dalam Christopher Lovelock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry, 2010 : 154) telah melakukan penelitian intensif terhadap kualitas pelayanan dan mengidentifikasi 10 dimensi yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi kualitas jasa. Dalam penelitian berikutnya mereka menemukan tingkat korelasi yang tinggi antara beberapa variabel, dan akhirnya mengonsolidasikannya kedalam lima dimensi yang luas :

1. *Tangibles* (penampilan unsur fisik)
2. *Reliability* (kinerja yang dapat diandalkan dan akurat)
3. *Responsiveness* (kecepatan dan kegunaan)
4. *Assurance* (kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan kesopanan)
5. *Empathy* (akses mudah, komunikasi yang baik, dan pemahaman)

**Tabel III.1**  
Defenisi Operasional

Variabel	Defenisi	Indikator
Tingkat Kepuasan (Y)	Kepuasan nasabah terhadap sebuah perusahaan merupakan elemen terpenting dalam menunjukkan eksistensi sebuah perusahaan itu sendiri. (Tjiptono, 2008:35)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Directly reported satisfaction</i></li> <li>2. <i>Derived dissatisfaction,</i></li> <li>3. <i>Problem analysis</i></li> <li>4. <i>Importance/performance ratings</i></li> </ol>
Kualitas Pelayanan (X)	Valarie Zeithaml, Leonard Berry, dan A. Prasuraman telah melakukan penelitian intensif terhadap kualitas pelayanan dan mengidentifikasi 10 dimensi yang digunakan oleh konsumen dalam mengevaluasi kualitas jasa. (Valarie Zeithaml, Leonard Berry, dan A. Prasuraman, 2010)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Tangibles</i></li> <li>2. <i>Reliability</i></li> <li>3. <i>Responsiveness</i></li> <li>4. <i>Assurance</i></li> <li>5. <i>Empathy</i></li> </ol>

### C. Tempat dan Waktu Penelitian

#### 1. Tempat Penelitian

Penelitian ini mengambil sampel penelitian pada PT. Taspen (Persero) KCU Medan yang berada di Jl. H. Adam Malik No. 64 Medan.

#### 2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan pada bulan Desember 2016 sampai dengan Maret 2017.

**Tabel III-2**  
**Jadwal Kegiatan Penelitian**

No	Kegiatan	Bulan/Tahun																			
		November 2016				Desember 2016				Januari 2017				Februari 2017				Maret 2017			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■																			
2	Penyusunan Proposal		■	■	■	■	■														
3	Bimbingan Proposal						■	■	■	■	■										
4	Seminar Proposal												■								
5	Pengumpulan dan Analisis Data													■	■						
6	Penulisan Skripsi														■	■					
7	Bimbingan Skripsi																■	■	■	■	
8	Sidang Meja Hijau																				■

#### D. Populasi dan Sampel

##### 1. Populasi

Menurut Arfan Ikhsan., dkk. (2014 : 105) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terjadi atas sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempun yai karakteristik tertentu. populasi juga merupakan keseluruhan kumpulan elemen-elemen berkaitan dengan apa yang peneliti harapkan dalam mengambil beberapa kesimpulan. Yang mana target populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah

Menurut Sugiono (2010, hal : 74) dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel dengan teknik *Sampling Kuota* yaitu teknik untuk

menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (*Kuota*) yang diinginkan.

## **2. Sample**

Menurut Sugiono, (2013:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus representatif (betul-betul)

Jumlah sampel tidak teratur, peneliti menetapkan sampel dalam penelitian sebanyak 75 responden yaitu nasabah yang menggunakan jasa pelayanan di PT. Taspen (Persero) KCU Medan.

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam menggunakan data dan informasi guna penyusunan proposal ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara yaitu melakukan tanya jawab langsung dengan pihak perusahaan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian ini.
2. Penyebaran Angket (*Questioner*), yaitu suatu cara pengumpulan data dengan memberikan atau menyebar daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan

tersebut, dengan menggunakan Skla *Likert* dengan bentuk *checklist*, dimana setiap pertanyaan mempunyai lima (5) opsi :

**Tabel III.3**  
**Skla Likert**

<b>PERTANYAAN</b>	<b>BOBOT</b>
- Sangat Setuju	5
- Setuju	4
- Kurang Setuju	3
- Tidak Setuju	2
- Sangat Tidak Setuju	1

#### **a. Uji Validitas**

Menurut Simamora (2005) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan suatu kevalidan dan kesahihan suatu instrumen, dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang diukur, dengan kata lain mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti .

Semua item kuisisioner yang digunakan mengukur kualitas pelayanan jasa, tingkat kepuasan nasabah dan loyalitas nasabah akan diuji validitasnya.

Masrun dalam buku Sugiyono (2005 : 124) menyatakan teknik korelasi untuk menentukan validitas item ini sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan. Selanjutnya dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi, Mansur menyatakan item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi

yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi pula. Biasanya syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau  $r = 0,3$ .

Semua item kuisioner yang digunakan mengukur dimensi kualitas pelayanan tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah, akan diuji validitasnya dengan menggunakan rumus korelasi yaitu sebagai berikut :

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

(Sugiono, 2013 : 183)

Dimana :

$r$  = Nilai Korelasi Pearson

$\sum Xi$  = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel X

$\sum Yi$  = Jumlah Hasil Pengamatan Variabel

$\sum XiYi$  = Jumlah Hasil Kali Pengamatan Variabel X dan Y

$\sum x^2$  = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel X yang telah dikuadratkan

$\sum Y^2$  = Jumlah dari Hasil Pengamatan Variabel Y yang telah dikuadratkan

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

Hipotesisnya adalah :

a)  $H_0 : p = 0$  [tidak ada korelasi signifikan skor item dengan total skor (tidak valid) ]

b)  $H_1 : p \neq 0$  [ada korelasi signifikan skor item dengan total skor (valid')]

Kriteria penerimaan/penolakan hipotesisnya adalah sebagai berikut :

a) Tolak  $H_0$  jika nilai korelasi adalah positif dan probabilitas yang dihitung < nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig 2-tailed <  $\alpha$ 0,05.

b) Terima  $H_0$  jika nilai korelasi adalah negatif dan atau probabilitas yang dihitung > nilai probabilitas yang ditetapkan sebesar 0,05 (Sig 2-tailed >  $\alpha$ 0,05.

**Tabel III.4**  
**Uji Validitas Instrumen Kualitas Pelayanan(X)**

No. Item	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	0,593 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
2	0,590 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
3	0,535 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
4	0,439 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
5	0,554 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
6	0,490 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
7	0,503 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
8	0,446 (positif)	0,000 < 0,05	Valid
9	0,267 (positif)	0,020 < 0,05	Valid
10	0,374 (positif)	0,001 < 0,05	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 21.00 (2017)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa seluruh item pertanyaan 1 sampai 10 yaitu dengan taraf signifikan seluruh nilai korelasinya positif, nilai probabilitasnya  $\text{sig } 0,000 < 0,05$  yang artinya semua item pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan dikatakan valid.

**Tabel III.5**  
**Uji Validitas Instrumen Kepuasan Nasabah (Y)**

No. Item	Koefisien Korelasi	Probabilitas	Keterangan
1	0,640 (Positif)	$0,000 < 0,05$	Valid
2	0,648 (Positif)	$0,000 < 0,05$	Valid
3	0,618 (Positif)	$0,000 < 0,05$	Valid
4	0,333 (Positif)	$0,003 < 0,05$	Valid
5	0,470 (Positif)	$0,000 < 0,05$	Valid
6	0,509 (Positif)	$0,000 < 0,05$	Valid
7	0,285 (Positif)	$0,013 < 0,05$	Valid
8	0,412 (positif)	$0,000 < 0,05$	Valid
9	0,554 (positif)	$0,000 < 0,05$	Valid
10	0,425 (positif)	$0,000 < 0,05$	Valid

Sumber : Hasil pengolahan data SPSS 21.00 (2017)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa seluruh item pertanyaan 1 sampai 10 yaitu dengan taraf signifikan seluruh nilai korelasinya positif, nilai probabilitasnya  $\text{sig } 0,000 < 0,05$  yang artinya semua item pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan dikatakan valid.

#### **b. Uji Realiabilitas**

Pengujian reliabilitas dapat dilakukan dengan teknik *Cronbach Alpha*. Menurut Azwar Juliandi (2013 :86) dikatakan reliabelk bila  $\text{Alpha} > 0,6$  dengan rumus *Alpha* sebagai berikut :

Rumus :

$$r_{11} = \left[ \frac{K}{(K-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

(Azuar Juliandi & irfan : 2013)

Dimana :

$r_{11}$  = Reliabilitas Instrumen

$k$  = Banyak Butir Pertanyaan

$\sigma^2$  = Varians total

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah Varians Butir Tiap Pertanyaan

Kriteria pengujian :

- Jika nilai koefisien reliabilitas yakni  $Alpha > 0.6$  maka reliabilitas cukup baik.
- Jika nilai koefisien reliabilitas yakni  $Alpha < 0,6$  maka reliabilitas kurang baik.

**Tabel III.6**  
**Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,626	10

Nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach Alpha*) di atas adalah 0,626 > 0,6 maka kesimpulannya instrumen yang di uji adalah reliabel.

**Tabel III.7**  
**Reliabilitas Kepuasan Nasabah (y)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,654	10

Nilai koefisien reliabilitas (*Cronbach Alpha*) di atas adalah  $0,654 > 0,6$  maka kesimpulannya instrumen yang di uji adalah reliabel.

## F. Teknik Analisis Data

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

### 1. Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai indikator. Analisis ini digunakan dengan melibatkan dua atau lebih variabel bebas antara variabel dependen (Y) dan variabel independen (X). Persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1$$

(Sugiono, 2013 : 192)

Keterangan :

Y : variabel tak bebas (Kepuasan)

a : bilangan berkonstanta

$b_1$  : koefisien arah garis

$X_1$  : variabel bebas (kualitas pelayanan)

### 2. Pengujian Hipotesis

Uji hipotesis berguna untuk memeriksa atau menguji apakah koefisien regresi yang didapat signifikan, dengan menggunakan uji t sebagai berikut :

Bentuk Hipotesis :

$H_0=r_s=0$ , artinya tidak terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

$H_a=r_s\neq 0$ , artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y)

Kriteria pengujian :

- a.  $H_0$  = diterima apabila  $t_{tabel} < t_{hitung} < t_{tabel}$ , pada  $\alpha = 5\%$ ,  $dk = n-2$
- b.  $H_a$  = diterima apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < -t_{tabel}$

## BAB IV

### DESKRIPSI DATA DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 10 pernyataan untuk variabel X1, 10 pernyataan untuk variabel Y, dimana yang menjadi variabel X1 adalah Kualitas Pelayanan dan yang menjadi variabel Y adalah Kepuasan Nasabah. Angket yang disebarakan ini kepada 75 nasabah sebagai sampel penelitian dan menggunakan Likert Summated Rating (LSR).

**Tabel IV-1**  
**Skala Likert**

<b>PERNYATAAN</b>	<b>BOBOT</b>
Sangat Puas	5
Puas	4
Kurang Puas	3
Tidak Puas	2
Sangat Tidak Puas	1

Dan ketentuan diatas berlaku baik dalam menghitung variabel x1 bebas (Kualitas Pelayanan) maupun variabel terikat (Kepuasan Nasabah).

## 2. Karakteristik Responden

Berdasarkan data-data pada kuesioner yang telah disebarakan oleh peneliti kepada 75 orang responden, diperoleh data mengenai gambaran umum responden penelitian. Jumlah dan perentase gambaran umum responden dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel IV.2**  
**Gambaran Umum Responden**

Karakteristik		Jumlah Responden	%	Total %
<b>Jenis Klamin</b>	Laki - Laki	37 orang	49,3	75
	Perempuan	38 orang	50,7	
<b>Usia</b>	30 – 40	8 orang	10,7	75
	41 – 50	33 orang	44,0	
	>50	33 orang	44,0	
<b>Tingkat Pendidikan</b>	S2	13 orang	17,3	75
	S1	25 orang	33,3	
	D3	21 orang	28,0	
	SMA	16 orang	21,3	

Sumber : Data primer diolah penulis, 2017

Pada Tabel 4.2 diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian jumlah responden perempuan lebih banyak yaitu 38 orang atau 49,3%, jika dibandingkan dengan responden laki – laki yaitu sebanyak 37 orang atau 49,3%. Hal ini menunjukkan bahwa rata – rata nasabah PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama medan adalah perempuan. Dan usia responden 30 – 40 tahun sebanyak 8 orang (10,7%), 41 – 50 tahun sebanyak 33 orang (44,0%) dan > 50 tahun sebanyak 33 orang (44,0%). Dari segi usia. Usia 41 – 50 tahun merupakan paling dominan. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah PT. Taspen

Kantor Cabang Utama Medan dominan berumur 41 – 50 tahun. Dimana usia tersebut adalah usia produktif yang rata-rata telah pensiunan atau habis masa jabatan mengabdikan pada negara.

## B. Deskripsi Variabel Penelitian

Penulis melakukan penyajian data dengan tujuan untuk mengetahui jawaban mana yang dipilih oleh responden. Penyajian data ini dibuat untuk setiap variabel yang diteliti.

### 1. Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Persentase jawaban variabel x (Kualitas Pelayanan) akan dijabarkan dalam tabel dibawah ini :

**Tabel IV.3**  
**Skor Variabel Kualitas Pelayanan (X)**

Alternatif Jawaban												
No. Item	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	15	20,0	32	42,7	25	33,3	3	4,0	0	0	75	100
2	20	26,7	31	41,3	20	26,7	4	5,3	0	0	75	100
3	19	25,3	33	44,0	21	28,0	2	2,7	0	0	75	100
4	18	24,0	38	50,7	16	21,3	3	4,0	0	0	75	100
5	16	21,3	40	53,3	15	20,0	4	5,3	0	0	75	100
6	20	26,7	26	34,7	28	37,3	1	1,3	0	0	75	100
7	22	29,3	28	37,3	22	29,3	3	4,0	0	0	75	100
8	18	24,0	32	42,7	19	25,3	6	8,0	0	0	75	100
9	20	26,7	30	40,0	22	29,3	3	4,0	0	0	75	100

10	15	20,0	36	48,0	21	28,0	3	4,0	0	0	75	100
----	----	------	----	------	----	------	---	-----	---	---	----	-----

Sumber: Hasil Penelitian 2017 (Data Diolah)

Dari Tabel diatas dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Dari jawaban pernyataan pertama tentang pegawai Taspen sangat ramah dan sopan dalam melayani nasabah, mayoritas responden menjawab setuju yakni sebesar 42,7% (32 orang).
2. Dari jawaban pernyataan kedua tentang pegawai yang Taspen yang tanggap terhadap keluhan nasabah, mayoritas responden menjawab setuju yakni sebesar 41,3% (31 orang).
3. Dari jawaban pernyataan ketiga tentang pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan, kebanyakan responden menjawab setuju yakni sebesar 40,0% (33 orang).
4. Dari jawaban pernyataan keempat tentang pegawai disiplin dengan tugas mereka dalam melayani nasabah, mayoritas responden menjawab setuju yakni sebesar 50,7% (38 orang).
5. Dari jawaban pernyataan kelima tentang pegawai Taspen memberikan perhatian yang sama kepada semua nasabah, mayoritas responden menjawab setuju yakni sebesar 53,3% (40 orang).
6. Dari jawaban pernyataan keenam tentang pegawai memberikan informasi dengan cepat dan jelas, mayoritas responden menjawab kurang setuju yakni sebesar 37,3% (28 orang).
7. Dari jawaban pernyataan ketujuh tentang ruang pelayanan atau tempat tunggu yang rapi, nyaman dan bersih, mayoritas responden menjawab setuju yakni sebesar 37,3% (28 orang).

8. Dari jawaban pernyataan kedelapan tentang nasabah selalu percaya dengan pelayanan yang diberikan pegawai, mayoritas responden menjawab setuju yakni sebesar 42,7% (32 orang).
9. Dari jawaban pernyataan kesembilan tentang pelayanan yang diberikan sangat memuaskan nasabah, mayoritas responden menjawab setuju yakni sebesar 40,0% (30 orang).
10. Dari jawaban pernyataan kesepuluh tentang Pegawai/karyawan selalu sabar dalam melayani nasabah yang banyak komplein, sebagian besar responden menjawab setuju yakni sebesar 48,0% (36 orang).

Berdasarkan pernyataan hasil angket setiap item pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan (x) diatas bahwa untuk seluruh item pernyataan mayoritas responden menyatakan setuju.

## 2. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Persentase jawaban variabel Y (Kepuasan) akan dijabarkan dalam tabel dibawah ini :

**Tabel IV.4**  
**Skor Variabel Kepuasan Nasabah (y)**

<b>Alternatif Jawaban</b>												
<b>No.</b>	<b>SS</b>		<b>S</b>		<b>KS</b>		<b>TS</b>		<b>STS</b>		<b>Jumlah</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
1	19	25	32	42,7	20	26,7	4	5,3	0	0	75	100
2	16	21,3	35	46,7	19	25,3	5	6,7	0	0	75	100
3	18	24,0	40	53,3	14	18,7	3	4,0	0	0	75	100
4	14	18,7	43	57,3	14	18,3	4	5,3	0	0	75	100
5	14	18,7	40	53,3	18	24,0	3	4,0	0	0	75	100

6	23	30,7	35	46,7	15	20,0	2	2,7	0	0	75	100
7	25	33,3	35	46,7	14	18,7	1	1,3	0	0	75	100
8	18	24,0	37	49,3	17	22,7	3	4,0	0	0	75	100
9	16	21,3	35	46,7	19	25,3	5	6,7	0	0	75	100
10	18	24,0	36	48,0	20	26,7	1	2,3	0	0	75	100

Sumber: Hasil Penelitian 2017 (Data Diolah)

Dari tabel diatas dapat diuraikan jawaban untuk setiap variabel Tingkat Kepuasan sebagai berikut :

1. Dari jawaban pernyataan pertama tentang saya merasa puas terhadap tanggung jawab yang diberikan oleh pegawai Taspen, sebagian besar responden menjawab setuju yakni sebesar 42,7% (32 orang).
2. Dari jawaban pernyataan kedua tentang saya sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan pegawai Taspen, sebagian besar responden menjawab setuju yakni sebesar 46,7% (35 orang).
3. Dari jawaban pernyataan ketiga tentang saya sangat puas dengan pengetahuan pegawai Taspen dalam melayani nasabah, sebagian besar responden menjawab setuju yakni sebesar 53,3% (35 orang).
4. Dari jawaban pernyataan keempat tentang saya sangat puas terhadap perhatian pegawai Taspen kepada semua nasabah, mayoritas responden menjawab setuju yakni sebesar 57,3% (43 orang).
5. Dari jawaban pernyataan kelima tentang saya merasa puas dengan kemudahan dalam berkomunikasi dengan petugas Taspen, sebagian besar responden menjawab setuju yakni sebesar 53,3% (40 orang).

6. Dari jawaban pernyataan keenam tentang saya merasa puas dengan perlengkapan Taspen dalam melayani nasabah, sebagian besar responden menjawab setuju yakni sebesar 46,7% (35 orang).
7. Dari jawaban pernyataan ketujuh tentang saya selalu puas dengan pelayanan yang cepat dan tepat diberikan pegawai Taspen, mayoritas responden menjawab setuju yakni sebesar 46,7% (35 orang).
8. Dari jawaban pernyataan kedelapan tentang saya merasa sangat puas menggunakan jasa Taspen, sebagian besar responden menjawab setuju yakni sebesar 49,3% (37 orang).
9. Dari jawaban pernyataan kesembilan tentang saya merasa puas dengan fasilitas yang diberikan oleh pegawai Taspen, sebagian besar responden menjawab setuju yakni sebesar 46,7% (35 orang).
10. Dari jawaban pernyataan kesepuluh tentang saya merasa puas dengan kesopanan pegawai Taspen terhadap nasabah, sebagian besar responden menjawab setuju yakni sebesar 48,0% (36 orang).

Berdasarkan pernyataan hasil angket setiap item pernyataan untuk variabel Kepuasan Nasabah (y) diatas bahwa untuk seluruh item pernyataan mayoritas responden menyatakan setuju.

### **C. Pengujian Hipotesis**

Untuk mengetahui keeratan pengaruh kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan terhadap loyalitas nasabah, maka dapat digunakan regresi linier berganda dapat dilihat dari nilai koefisien B pada tabel berikut :

**Tabel IV.5**  
**Pengujian Hipotesis**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	32,381	4,427		7,314	,000
	kualitas pelayanan	,179	,114	,181	1,575	,120

a. Dependent Variable: kepuasan Nasabah

Sumber: Data diolah melalui SPSS

Persamaan model regresi yang digunakan adalah  $Y = \beta_0 + \beta_1 X$  dari data diatas maka persamaan model regresinya adalah :

$$Y = 32,381 + 0,179X$$

Persamaan diatas memperlihatkan bahwa Kualitas Pelayanan (x) mempunyai koefisien b2 yang positif. Artinya variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang searah terhadap variabel Y.

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis dengan uji t :

Kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

1. Bila sig lebih besar 0,05 maka  $H_0$  = diterima, sehingga tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat.
2. Bila sig lebih kecil 0,05 maka  $H_0$  = ditolak, sehingga ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dan terikat.

**Tabel IV.6**  
**Uji t (Parsial)**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				T	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized	Beta		
	B	Std. Error	Coefficients			
(Constant)	32,381	4,427			7,314	,000
kualitas pelayanan	,179	,114	,181		1,575	,120

a. Dependent Variable: kepuasan Nasabah

Sumber: Data Penelitian (Data diolah), 2017

Untuk itu kriteria uji t tingkat  $\alpha = 5\%$  diketahui  $n = 75$ , dengan  $df = n - k = 75 - 2 = 73$ . Nilai  $t_{tabel}$  untuk  $n = 73$  adalah 1,993  $t_{tabel}$  ini digunakan sebagai criteria dalam pengambilan keputusan.

Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai  $t_{hitung} 1,575 < t_{tabel} 1,993$  dengan probabilitas sig  $0,120 > 0,05$ . Dikarenakan  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  maka dasar ketentuan uji secara parsial kualitas Pelayanan (X) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Nasabah (Y).

#### **D. Pembahasan**

Setelah peneliti mendapat data penelitian dari responden dan mendapatkan hasil pengolahan dari data SPSS versi 21 hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kondisi penelitian responden terhadap variabel-variabel penelitian ini secara umum sudah baik. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya responden yang menyatakan setuju terhadap kondisi masing-masing variabel penelitian. Penjelasan dari masing-masing variabel sebagai berikut :

Memuaskan kebutuhan pelanggan merupakan keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dan persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari.

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

Pelayanan dari suatu perusahaan dapat dikatakan berkualitas apabila pelayanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah. Jika kebutuhan dan keinginan nasabah mampu dipenuhi oleh pihak perusahaan, maka hal ini dapat berpengaruh pada loyalitas nasabah dan berakhir pada pembelian ulang.

Pelayanan yang terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki faktor-faktor yang mempengaruhi pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan baik standar pelayanan internal maupun pelayanan eksternal.

Kualitas pelayanan, kepuasan nasabah sangat berkaitan, kualitas layanan yang baik dan ramah akan membuat nasabah merasa puas dan nyaman dan kepuasan yang baik memberikan suatu dorongan kepada nasabah untuk menjalin hubungan yang kuat dengan pihak perusahaan. Dalam jangka panjang hubungan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama kebutuhan nasabahnya serta harapannya.

Dengan demikian pihak perusahaan dapat meningkatkan loyalitas nasabah dimana perusahaan berusaha memaksimalkan pengalaman nasabah yang menyenangkan dan meminimumkan bahkan meniadakan pengalaman nasabah yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya kepuasan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas nasabah kepada perusahaan yang memberikan kualitas yang memuaskan.

Dari hasil penelitian ini diperoleh nilai  $t_{hitung} 1,575 < t_{tabel} 1,993$  dengan probabilitas sig  $0,120 > 0,05$  dikarenakan  $t_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  maka dasar ketentuan uji secara parsial kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Nasabah ( $Y$ ). Dengan demikian  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Hal ini disebabkan karena kurangnya pelayanan yang diberikan terhadap nasabah tersebut.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah. Dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama Medan. Hal ini disebabkan karena pelayanan yang diberikan kurang memuaskan terhadap para nasabah Taspen.

#### **B. SARAN**

Berdasarkan kesimpulan di atas, ada pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan terhadap Loyalitas Nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Utama. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan mempunyai peranan penting terhadap Loyalitas Nasabah. Maka dalam hal ini peneliti dapat menyarankan beberapa hal sebagai berikut :

1. Perusahaan seharusnya meningkatkan Kualitas Pelayanan sehingga nasabah semakin puas terhadap pelayanan yang diberikan, memuaskan nasabah adalah suatu kebijakan yang dilakukan oleh perusahaan, faktor utama dalam memuaskan nasabah adalah kualitas pelayanan dan fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan, karena jika kualitas pelayanan yang

diberikan oleh perusahaan baik dapat memuaskan nasabah. Nasabah yang puas akan lebih meningkat kualitas perusahaan.

2. Untuk peneliti selanjutnya diharapkan agar lebih mengembangkan hasil penelitian ini. Maka disarankan selanjutnya mengidentifikasi dan meneliti faktor – faktor lain yang mungkin mempengaruhi Loyalitas Nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU :

Arfan Ikhsan, Muhyarsyah, Hasrudy Tanjung , Ayu Oktaviani, (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Bandung Citapustaka.

Azuar Juliandi & Irfan (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Pertama. Bandung : Citapustaka.

\_\_\_\_\_ (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan kedua. Bandung : citapustak media perintis.

Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jaccky Mussry, (2010). *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi*. Jilid 2 Edisi 7. Jakarta : Erlangga

Griffin, Jill, (2005). *Customer loyalty*, Edisi Revisi, Jakarta : Erlangga

Fandy Tjiptono, (2008). *Service Management : Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi Pertama. Yogyakarta : Andi

\_\_\_\_\_ (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi 2. Yogyakarta : Andi.

Rambat Lupiyoadi. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta : Salemba empat.

Sugiyono (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

\_\_\_\_\_ (2011). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan keempat. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

\_\_\_\_\_ (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cetakan ke Sepuluh. Bandung : CV Alfabeta.

## **JURNAL :**

- Asa Benita Widyanti, Imam Santoso, Shintiya Atica Putri (2007) “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Tingkat Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan . (Studi Kasus di Ayam Bakar Lintang, Sawojajar, Malang)*”. Jurnal.
- Dibyو Iskandar. (2009) “*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Nasabah PD. Bank Perkreditan Rakyat BKK Boyolali Kota)*”. Jurnal. STIE AUB Surakarta
- Fahmi Amiruddin, Ida Farida (2014). “*Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah dilihat dari Kualitas Pelayanan dan Nilai Nasabah pada Koperasi Serba Usaha (KSU) Bina Mitra Mandiri Di Kudus*”. Jurnal. Universitas Dian Nuswantoro.
- I Komang Gede Mahendra. “*Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Griya Sunset Kuta*”. Jurnal. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia.
- Muhammad Abdillah Islamy, Dinn Wahyudin, Hada Hidayat Margana. “*Analisis Tingkat Kepuasan Pemustaka tentang Kualitas Layanan Perpustakaan dengan Menggunakan Metode Libqual+<sup>TM</sup>*”. Jurnal. Universitas Pendidikan Indonesia. Jurnal Edulib. Volume. 1. Ed. 75, Juni 2016.
- Suratno, Margono, Astrid Puspaningrum. (2013) “*Pengaruh Service Quality Terhadap Customer Value, Trust dan Loyalitas Pengguna Jasa PT. Jasa Raharja (Persero) Jakarta*”. Jurnal. Universitas Brawijaya
- Widiya Chitami Puti, (2007). “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan terhadap Loyalitas Pasien Rawat Jalan dan Rawat Inap Rumah Sakit Otorita Batam*”. Jurnal. Universitas Widyatama Bandung.