

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PT BPR KEPRI BATAM**

SKRIPSI



**Oleh :
Rezky Juwanda
170610045**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PT BPR KEPRI BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh :
Rezky Juwanda
170610045**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2021**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Rezky Juwanda
NPM : 170610045
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BPR KEPRI BATAM”

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 29 Juli 2021



Rezky Juwanda
170610045

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN
NASABAH PT BPR KEPRI BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh:
Rezky Juwanda
170610045

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 30 Juli 2021



Raymond, S.E., M.Sc.
Pembimbing



ABSTRAK

Lembaga keuangan yang hanya menerima simpanan dalam bentuk tabungan atau deposito berjangka selanjutnya dana disalurkan kembali dengan sistem pinjaman kredit investasi, kredit modal kerja serta kredit perdagangan biasanya dapat kita sebut dengan Bank Perkreditan Rakyat. Perkreditan Rakyat memiliki tujuan utama ialah memberikan pelayanan pada para usaha mikro, sedang dan juga menengah serta untuk masyarakat sekitar. Untuk itu setiap perbankan dapat menarik nasabah dengan berbagai cara, salah satunya yaitu dengan kualitas pelayanan yang baik. Faktor yang sangat penting yaitu tentang kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan dapat menarik nasabah dengan produk yang ditawarkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Kepri Batam. Perancangan penelitian ini menggunakan desain penelitian dan metode penelitian kausalitas kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner kepada 165 nasabah PT BPR Kepri Batam. Teknik analisis data menggunakan analisis validitas, reliabilitas, normalitas, multikolinearitas, heteroskedastisitas, analisis regresi linier, uji t dan uji F melalui aplikasi SPSS versi 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Citra Perusahaan (X2) secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Citra Perusahaan (X2) sebesar 87,6 persen, sedangkan sisanya sebesar 12,4 persen dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

Kata Kunci : Citra Perusahaan; Kepuasan Nasabah; dan Kualitas Pelayanan.

ABSTRACT

Financial institutions that only accept deposits in the form of savings or time deposits are then channeled back through a system of investment credit loans, working capital loans and trade credits. For this reason, every bank can attract customers in various ways, one of which is with good service quality. A very important factor is about the quality of service because the quality of service can attract customers with the products offered. This study aims to determine the effect of Service Quality and Corporate Image on Customer Satisfaction at PT BPR Kepri Batam. This research design uses research design and quantitative causality research methods. Data collection techniques by distributing questionnaires to 165 customers of PT BPR Kepri Batam. The data analysis technique uses analysis of validity, reliability, normality, multicollinearity, heteroscedasticity, linear regression analysis, t test and F test through the SPSS version 23 application. The results of this study indicate that Service Quality (X1), Company Image (X2) partially and simultaneously significant effect on Customer Satisfaction (Y). The coefficient of determination test results show that Service Quality (X1), Corporate Image (X2) are 87.6 percent, while the remaining 12.4 percent is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords : *Company Image; Customer Satisfaction; and Service Quality.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi takkan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI. Selaku Rektor Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom. Selaku Dekan Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
4. Bapak Raymond, S.E., M.Sc. Selaku Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
6. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan doa dan dukungan sepenuhnya;
7. Seluruh teman dan sahabat seperjuangan universitas putera batam yang saling memberikan dukungan untuk penyusunan skripsi ini.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 29 Juli 2021



Rezky Juwanda

170610045



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	16
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi masalah.....	6
1.3. Batasan masalah	6
1.4. Rumusan Masalah	6
1.5. Tujuan Penelitian.....	7
1.6. Manfaat penelitian	7
1.6.1. Manfaat teoritis	7
1.6.2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Teori.....	9
2.1.1 Kualitas Pelayanan.....	9
2.1.2 Citra Perusahaan	12
2.1.3 Kepuasan Nasabah	14
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
2.3 Kerangka Pemikiran	19
2.3.1 Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah	19
2.3.2 Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah	20
2.3.3 Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah	20
2.4 Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian	22
3.2 Sifat Penelitian.....	22
3.3 Lokasi dan Periode Penelitian	22
1.3.1 Lokasi Penelitian.....	22
1.3.2 Periode Penelitian	22
3.4 Populasi dan Sampel.....	23

3.5	Sumber Data	24
3.6	Metode Pengumpulan Data	24
3.7	Definisi Operasional Variabel Penelitian	25
3.8	Metode Analisis Data	26
3.8.1	Uji Kualitas Data.....	26
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	27
3.8.3	Analisis Regresi Linear Berganda	28
3.8.4	Analisis Koefisien Determinasi	28
3.9	Uji Hipotesis	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		30
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	30
4.2	Deskripsi Karakteristik Responden	30
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	31
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	31
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	32
4.3	Deskripsi Jawaban Responden	32
4.3.1	Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan.....	32
4.3.2	Deskripsi Variabel Citra Perusahaan	34
4.3.3	Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah.....	35
4.4	Analisis Data	36
4.4.1	Hasil Uji Validitas.....	36
4.4.2	Hasil Uji Realibilitas	37
4.4.3	Hasil Uji Asumsi Klasik	38
4.4.4	Hasil Uji Pengaruh	42
4.5	Pembahasan Hasil Penelitian.....	43
4.5.1	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	43
4.5.2	Pengaruh Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	43
4.5.3	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	44
4.6	Implikasi Hasil Penelitian.....	44
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		46
5.1	Simpulan.....	46
5.2	Saran	46

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

1. Pendukung Penelitian
2. Daftar Riwayat Hidup
3. Surat Izin Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 4.1 Kurva Histogram	38
Gambar 4.2 Normal P-Plot	39

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Total kredit yang disalurkan dan Dana yang di himpun	3
Tabel 1.2 Data total komplain nasabah BPR Kepri Batam	4
Tabel 1.3 Data Nasabah Aktif BPR Kepri Batam Periode.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 2.2 Tabel Lanjutan.....	19
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....	23
Tabel 3.2 Skala Likert	25
Tabel 3.3 Rentang Skala.....	26
Tabel 4.1 Profil Berdasar Jenis Kelamin.....	30
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasar Usia.....	31
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasar Pendidikan Terakhir	31
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasar Lama Menjadi Nasabah.....	32
Tabel 4.5 Kualitas Pelayanan (X1).....	32
Tabel 4.6 Tabel Lanjutan.....	33
Tabel 4.7 Citra Perusahaan (X2)	34
Tabel 4.8 Kepuasan Nasabah (Y).....	35
Tabel 4.9 Tabel Lanjutan.....	36
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (XI)	36
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Citra Perusahaan (X2)	37
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y).....	37
Tabel 4.13 Hasil Uji Realibilitas	37
Tabel 4.14 Kolmogorov-smimov	38
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	40
Tabel 4.16 Hasil Uji Heteroskedasitas	40
Tabel 4.17 Hasil Analisis Linear Berganda.....	41
Tabel 4.18 Hasil Uji R^2	42
Tabel 4.19 Hasil Uji T	42
Tabel 4.20 Hasil Uji F	43

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Rentang skala.....	26
Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda.....	28



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Ekonomi dunia saat ini sangatlah dinamis dan kompleks hal inilah memberikan dampak sangat pesat terhadap pertumbuhan pada ekonomi di Indonesia. Hal tersebut dapat diperhatikan dari kualitas perbankan yang semakin terus meningkat serta berbagai macam produk dan fasilitas yang di tawarkan oleh pihak bank. Setiap bank pasti akan bersaing menarik nasabah dengan memberikan layanan yang baik, *rate* bunga, serta produk yang diinginkan nasabah. Suatu lembaga keuangan ataupun badan usaha yang biasanya disebut dengan perbankan memiliki tugas yakni memadukan sumber dana yang bersumber dari masyarakat berbentuk tabungan, giro, hingga deposito berjangka. Dengan menghimpun dana dari masyarakat, bank menjamin rasa aman terhadap uangnya masyarakat itu serta memerikan bayaran bunga atas dana itu. Selanjutnya dana disalurkan kembali ke masyarakat luas dengan bentuk pemberian kredit ataupun pinjaman bagi masyarakat yang sedang membutuhkan.

Lembaga keuangan hanya menyimpan didalam berbentuk tabungan ataupun deposito yang mempunyai jangka waktu selanjutnya dana disalurkan kembali dengan sistem pinjaman berbentuk kredit untuk berinvestasi, kredit untuk modal kerja serta kredit perdagangan biasanya dapat kita sebut dengan Bank Perkreditan Rakyat.

Perkreditan Rakyat memiliki tujuan utama ialah memberikan pelayanan pada para usaha mikro, sedang dan juga menengah serta untuk masyarakat sekitar. Untuk itu setiap perbankan dapat menarik nasabah dengan berbagai cara, salah satunya yakni dengan memaksimalkan kualitas pelayanannya. Faktor sangat penting yaitu tentang kualitas pelayanan karena kualitas pelayanan dapat menarik nasabah dengan produk yang ditawarkan.

Ketika bank melayani nasabah dengan etika dan pelayanan yang berkualitas baik maka bank akan mendapatkan kepuasan dari nasabah. Salah satu bentuk pada penilaian kualitas pelayanan yaitu terhadap tingkat layanan yang telah diberikan ke masyarakat dari perusahaan tertentu. Jika memaksimalkan kualitas pelayanannya tentunya akan lahir rasa puasnya yang di rasakan oleh nasabah. Kepuasan merupakan perasaan yang timbul dari ekspektasi seseorang baik itu kecewa ataupun senang. Suatu bank akan berusaha menemukan langkah supaya memaksimalkan kepuasannya nasabah atas pemerian layanannya (Rastini, 2016: 707).

PT BPR Kepri Batam didirikan mulai 30 Agustus 2008 berdasar akta No. 66 25 Juni 2008 oleh Notaris Maria Anastasia Halim, SH. BPR Kepri Batam ini beralamat di Komp. Ruko Rafflesia Business Centre G No.1 Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau. Penganggaran dasar Perusahaannya sudah diterima. BPR Kepri Batam merupakan suatu bank perkreditan rakyat yang siap melayani nasabah dengan baik. Adapun beberapa produk jasa yang ada di BPR Kepri Batam yaitu deposito, tabungan, kredit multi guna, kredit modal kerja serta kredit kepemilikan rumah.

Berikut ditampilkan data hasil publikasi Otoritas Jasa Keuangan (OJK) periode 2018-2020 terkait total kredit yang tersalurkan beserta dana yang terhimpun oleh BPR Kepri Batam.

Tabel 1.1 Total kredit yang disalurkan dan Dana yang di himpun BPR Kepri Batam Tahun 2018-2020

Tahun	Total Kredit yang disalurkan	Dana yang dihimpun
2018	91,666,998	120,555,303
2019	92,849,257	121,112,691
2020	87,835,765	118,413,775

Sumber: Laporan Publikasi PT BPR Kepri Batam ke OJK, 2021

Disamping itu BPR Kepri Batam memiliki tujuan yaitu memahami dan melayani beragam kebutuhan nasabah, namun masih dapat kekurangan dari segi kualitas pelayanannya. Pada bagian operasional di bagian *teller* terdapat complain beserta keluhan nasabah yaitu petugas *teller* yang sedikit tidak menghormati nasabah, saat ada nasabah yang datang *teller* hanya melakukan kesibukan sendiri walaupun nasabah sudah berdiri dihadapannya, tidak cepat tanggap saat nasabah datang untuk sekedar menanyakan informasi ataupun bertransaksi. Kurangnya tingkat keramahan petugas *teller* mengakibatkan merosotnya tingkatan kepuasan dari nasabahnya terhadap pemberian layanannya.

Ketika ada produk jasa perbankan baru maupun yang kurang di mengerti nasabah, sikap *customer service* yang kurang merespon dan kurangnya penjelasan produk jasa perbankan mengakibatkan kurang baiknya kualitas pelayanan yang diberikan. Selain itu, terdapat keluhan-keluhan dari nasabah seperti pada bagian *back-office* yaitu bagian marketing, kurangnya inisiatif terhadap nasabah yang datang ke bank serta kurangnya interaksi marketing terhadap nasabah yang

mengakibatkan menurunnya tingkatan kepuasannya nasabah terhadap kualitas pelayanannya yang diberikan padanya.

Karena komplain serta keluhan dari nasabah yang berdatangan yang diakibatkan dari layanan jasanya yang bosan, karyawannya yang tak bisa menanggapi pertanyaan yang dilayangkan dengan cepat serta tepat, ataupun nasabah menunggu lama untuk mendapati pelayanannya, tentunya nasabah berpikir kembali untuk bertransaksi dibank itu. Hal ini membuat citra perusahaannya terlihat buruk. Bila citra perusahaannya makin baik tentunya makin tinggi pula tingkatan kepuasan nasabahnya. Berikut ditampilkan data komplain nasabah yang terus meningkat pada periode September 2020 sampai dengan Februari 2021 yang diperoleh dari BPR Kepri Batam:

Tabel 1.2 Data total komplain nasabah BPR Kepri Batam
Periode September 2020 - Februari 2021

No	Bulan	Banyak Komplain
1	September 2020	6 komplain
2	Oktober 2020	5 komplain
3	November 2020	8 komplain
4	Desember 2020	11 komplain
5	Januari 2021	11 komplain
6	Februari 2021	12 komplain
Total		53 komplain

Sumber: BPR Kepri Batam, 2021

Berdasar tabel 2. dapat dilihat bahwa terdapat tingkatan komplain nasabah pada bulan September 2020 sampai Febuari 2021 yang berbeda-beda disetiap bulannya. Komplain nasabah yang didapati bersumber dari ketidakpuasan nasabah terhadap bank. Nasabah tidak puas akibat lambatnya responsif petugas bank terhadap mereka. Oleh karena itu, kualitas pelayanan nasabah akan berkurang dikarenakan adanya kelemahan didalam pelayanan yang menyebabkan

ketidakpuasan nasabah terhadap bank. Sehingga nasabah akan kehilangan rasa kepercayaan serta rasa nyaman. Serta akan mengakibatkan nasabah beralih pada perbankan lainnya serta secara spontan citra perusahaan akan menurun.

Guna meningkatkan Kepuasan Nasabah PT BPR Kepri Batam yang maksimum, maka masih perlu adanya peningkatan kualitas pelayanan serta kepuasan terhadap nasabah. Dengan melalui kualitas pelayanan yang nyata maka kualitas pelayanan PT BPR Kepri Batam dapat meningkat, berkemampuan dan kendalan guna menciptakan layanannya yang bisa dipercaya serta sanggupnya didalam mendukung serta menyediakannya tepatnya layanan atas keinginannya nasabah. Didalam meyakinkan kepercayaan nasabah perlu adanya keramahan serta sopan santun, dan bersikap tegas namun penuh perhatiannya petugas bank terhadap nasabahnya. Berikut data nasabah aktif pada September 2020 sampai Februari 2021 di peroleh dari PT BPR Kepri Batam.

Tabel 1.3 Data Nasabah Aktif BPR Kepri Batam Periode
September 2020 - Februari 2021

No	Periode	Penambahan Nasabah Aktif
1	September 2020	47 Nasabah
2	Oktober 2020	50 Nasabah
3	November 2020	56 Nasabah
4	Desember 2020	41 Nasabah
5	Januari 2021	46 Nasabah
6	Februari 2021	40 Nasabah
Total Nasabah		280 Nasabah

Sumber: BPR Kepri Batam, 2021

Dapat dilihat pada tabel 3. nasabah yang aktif pada periode september 2020 sampai Febuari 2021 memiliki perkembangan yang berbeda-beda disetiap bulannya. Hal ini diakibatkan oleh kualitas pelayanannya yang buruk lalu memengaruhi kepuasan nasabahnya. Sebab begitu pentingnya permasalahannya,

serta demi memperbaiki keadaan yang sudah dijelaskan, dilangsungkanlah penelitian terkait **”Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Kepri Batam”**.

1.2. Identifikasi masalah

Berdasar penguraian didapat pengidentifikasian permasalahan yang didapati ialah:

1. Pelayanan dari petugas *teller* yang kurang ramah.
2. Kurang sigapnya petugas terhadap kedatangan nasabah.
3. Petugas memberikan respon yang lambat terhadap keinginan nasabah.
4. Kurang adanya interaksi antara nasabah dan petugas marketing.
5. Minimnya pengetahuan nasabah tentang produk bank akibat malasnya petugas memberikan penjelasan.
6. Komplain nasabah yang terus meningkat terkait pelayanan yang diberikan petugas bank BPR Kepri Batam kepada nasabah.

1.3. Batasan masalah

Berdasar penguraian didapat pengidentifikasian permasalahan, agar tak meluas maka batasan permasalahannya ialah pada kualitas pelayanannya dan citra perusahaannya terhadap kepuasan nasabahnya yang sumber datanya diperoleh dari nasabah PT BPR Kepri Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Perumusan permasalahan yang bisa disimpulkan yakni:

1. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Kepri Batam?
2. Apakah terdapat pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Kepri Batam?
3. Apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Kepri Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasar perumusan permasalahannya yang sudah dipaparkan, tujuannya yakni untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Kepri Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Kepri Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Kepri Batam.

1.6. Manfaat penelitian

1.6.1. Manfaat teoritis

Memerikan kemanfaatan yang direferensikan untuk peneliti berikutnya dan bisa memerikan wawasan terkait pengaruh kualitas pelayanannya dan citra perusahaannya pada kepuasan nasabahnya.

1.6.2. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti, menyediakan sumber baru didalam penelitiannya berikutnya terkait dengan variabel tersebut.

2. Bagi Perusahaan, memperluas wawasannya dan informasinya didalam hal yang memengaruhi kepuasan nasabahnya.
3. Bagi Universitas, bisa dipergunakan sebagai panduan oleh mahasiswa berikutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah semua karakteristik serta keunikan dari produknya ataupun jasanya didalam kesanggupannya memerikan beragam kebutuhannya yang sudah ditetapkan diawal. Kualitas pelayanan bisa diartikan juga dengan tingkat kepuasan nasabah. Kepuasan pelanggan adalah arah yang perlu diperhatikan, bila nasabahnya merasakan kepuasannya atas pemberian layanannya maka ini memberikan dampak yang positif yang selanjutnya akan berdampak juga terhadap loyalitas nasabah tersebut (Katemung et al., 2018: 980). Kualitas pelayanan yaitu salah satu trik kerja perusahaan untuk berusaha melahirkan perbaikan mutu secara seterusnya pada prosesnya, produknya dan *service* oleh perusahaannya (Prihandoyo, 2019: 119).

Kualitas pelayanan sebagai tingkatan yang dijadikan ukuran bagi nasabah untuk menilai pelayanan yang diberikan dan dibandingkan dengan ekspetasi nasabah tersebut (Aswad, Realize, & Wangdra, 2018: 79). Kualitas pelayanan itu sangat menekankan di nasabah, memberi kualitas tinggi atau tingkat pelayanan terbaik terhadap pelanggan (*excellent*) serta tingkatan tersebut ialah cara terbaik yang konsisten yang bisa mensatukan harapan konsumen terhadap sistem kerja cara pelayanan (Rahman, 2019: 2).

Kualitas pelayanan yakni sebagai sarana penilaian nasabah kepada pelayanan di terima pada tingkat harapan. Supaya perusahaan bisa mengejar dan bersaing pada perekonomian sekarang maka dituntut untuk selalu memberikan kualitas layanan yang berkualitas, dengan begini nasabah mendapatkan suatu rasa kepuasan diri dengan pelayanan yang didapatkan dan nasabah menjadi nasabah yang setia (Putra, Sumowo, & Anwar, 2017: 101).

Dari uraian teori di atas, ditarik kesimpulan kualitas pelayanan yakni pengupayaan didalam mencukupi kebutuhannya ataupun keinginannya nasabah serta tepatnya didalam mengimbangi harapan nasabahnya, sesuaiya diantara penerimaan pelayanan dengan harapan pelayanannya nasabahnya ialah kesamaan diantara pemberian layanannya dengan iming-iming pelayanannya.

2.1.1.2 Karakteristik Kualitas Pelayanan

Adapun karakteristik kualitas pelayanan (Hardiyansyah, 2018: 48) yaitu:

1. Sifat yang tertera pada pelayanan yaitu tidak dapat disentuh, pelayanannya sangatlah berbeda dengan sifatnya dengan produk.
2. Pelayanan merupakan kenyataan yang mencakup tindakan nyata, misalkan disaat pelayanan itu baik, maka akan berpengaruh terhadap sifatnya, begitu pula sebaliknya.
3. Proses produk dan pengonsumsiannya tidak bisa dipisahkan, dikarenakan aktivitasnya dilakukan secara bersamaan ditempat yang sama pula.

2.1.1.3 Faktor Kualitas Pelayanan

Berikut faktor pelayanan (Junaida, 2018: 64) yakni:

1. Harapan nasabah yang bisa dikelola
2. Bukti kualitas jasa yang dikelola baik
3. Mendidik dan mengajarkan nasabah mengenai jasa
4. Mengembangkan kualitas budaya
5. Membuat suatu *automating quality*
6. Menindaklanjuti jasa
7. Sistem informasi jasa dikembangkan.

2.1.1.4 Indikator Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan mempunyai indikator utama (Tjiptono, 2008: 95) dalam (Aswad et al., 2018: 79) yaitu:

1. Reabilitas (*Reability*), keahlian bagi organisasi untuk menyalurkan pelayanan berdasarkan janji sebelumnya dengan akurat dari awal mulanya.
2. Jaminan (*Assurance*), berkaitan pada karyawan mengenai kemampuan serta pengetahuan untuk menanggapi rasa percaya pada nasabah.
3. Empati (*Empathy*), adanya perhatian dari perusahaan terhadap nasabahnya dalam hal memberikan jam operasional yang baik serta mengerti dan memahami permasalahan yang dimiliki dari nasabah.
4. Daya tanggap (*Responsiveness*), adalah yang berkaitan dengan ada tidaknya kepunyaan respon permintaan yang sesegaera mungkin.

5. Bukti fisik (*Tangibles*), diartikan bentuk fasilitasnya yang dimiliki, bentuk tampilan dari karyawan serta peralatan pada perusahaan yang memudahkan nasabah.

2.1.2 Citra Perusahaan

2.1.2.1 Pengertian Citra Perusahaan

Citra perusahaan ialah kesannya individu secara psikologis dari beragam aktivitas diperusahaan yang berdasar pengetahuannya, tanggapannya serta pengalamannya yang sudah dilalui dan didapatkan (Apriyanti et al., 2017: 160). Citra (image) tidak bisa diproduksi seperti memproduksi sebuah barang ataupun jasa, namun citra lahir melewati serangkaian prosesi didalam memaksimalkan kepuasan pelanggannya. Citra perusahaan (*corporate image*) tergolong begitu penting bagi perusahaannya dikarenakan semua kesan dibenak pelanggannya terkait perusahaannya (Finnora, 2017: 4).

Positifnya citra perusahaannya didapati melewati opininya, tanggapannya, serta keinginannya yang oleh masyarakat luas pada perusahaannya (Subagja & Susanto, 2019: 74). Citra perusahaan yakni kesan yang didapati konsumen berdasar pemahamannya atas pengetahuannya yang dimilikinya terkait perusahaannya (Subagiyo, 2019: 281). Citra memaparkan kesannya atas objeknya atas objek lainnya yang muncul akibat serangkaian prosesi informasinya ditiap waktu dari beragam sumbernya yang bisa dipercaya (Safitri et al., 2016: 93).

Dari uraian teori di atas, ditarik kesimpulan bahwa citra perusahaan yakni pengevaluasian yang bersumber dari individu maupun organisasinya berdasar pengertiannya dan pemahamannya atas respon yang sudah diolah, diorganisasikannya dan disimpan dalam benak konsumennya.

2.1.2.2 Faktor Citra Perusahaan

Citra perusahaan terpengaruhi oleh 4 faktor (Subagiyo, 2019: 281) yakni:

1. Lambang, dikukuhkan dengan penggunaan simbol yang kuat. Misalnya Apple Computer yang memakai logo “Apel” diprodukannya.
2. Media, ditampilkan didalam sebuah pengiklanan. Sesebuah pesan itu haruslah terlihat dilaporan tahunannya, katalognya, fasilitas kantornya, dan lainnya.
3. Suasana, menginginkan keadaan yang terlihat ramah haruslah menentukan perancangan gedung kantornya, interiornya, warnanya, materialnya, dan perlengkapannya yang tepat guna.
4. Peristiwa, perusahaan bisa membentuk identitasnya melalui beragam aktivitas yang tersponsorinya.

2.1.2.3 Komponen Citra Perusahaan

Ada tiga komponen yang mencerminkan image perusahaan (Herlanies, 2019: 74) yakni:

1. Kualitas dari produknya serta layanannya yang diperoleh
2. Langkah pemerian layanannya
3. Hubungan diantara pribadi yang lahir dari proses pelayanan

2.1.2.4 Indikator Citra Perusahaan

Citra perusahaan diukur melalui 3 indikator (Safitri, 2016: 95) yaitu:

1. Reputasi perusahaan, anggapan masyarakatnya atas perusahaannya serta bergantung pada hal yang dikerjakan perusahaannya tersebut.
2. *Physical image*, wujud nyata yang bisa memerikan citra bagi perusahaannya dimata konsumennya.
3. *Public relation*, menjada hubungannya diantara organisasinya dengan publiknya yang memengaruhi suksesnya atau gagalnya organisasinya tersebut.

2.1.3 Kepuasan Nasabah

2.1.3.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan mencerminkan suatu situasi yang dirasakan, baik rasa senang atau kekecewaan, sesudah melakukan perbandingan diantara kualitas produknya yang sesungguhnya dengan harapannya (Harlianti et al., 2016: 27). Kepuasan pelanggan sebagai faktor yang berpengaruh untuk berkesinambungan hidup perusahaan, memenuhi keperluan nasabah menaikkan keunggulan perusahaan didalam persaingan (Rahman, 2019: 3). Kepuasan pelanggan itu berasal dari perasaan senang atau tidaknya seseorang terhadap kesan kemampuan produk actual dengan ekspektasinya (Aswad et al., 2018: 79). Kepuasan adalah suatu dampak nyata ketika diterimanya kualitas dari pelayanan sesuai ekspektasi harapan nasabah (Novita, Rahmat, & Rina, 2019: 2). Kepuasan nasabah ialah sikap yang positif yang muncul akibat adanya pengalaman yang dilalui nasabahnya yang sudah memperoleh produk ataupun layanan (Kamilullah et al., 2018: 2662).

Dari uraian teori di atas, ditarik kesimpulan bahwa kepuasan nasabah yakni merupakan aspek penting yang diharuskan dimiliki perusahaannya. Hal ini mengenai tanggapan atas ketidakcocokan diantara keperluan sebelumnya yang didapati sesudah penggunaan produk/jasanya.

2.1.3.2 Faktor Penentu Kepuasan Nasabah

Faktor penentu tingkatan kepuasan nasabahnya haruslah diperhatikan oleh perusahaannya (Darmawan & Ekawati, 2017: 2083) yakni:

1. Kualitas Produk

Tentunya nasabahnya merasakan tingkatan kepuasan jika hasil pengevaluasiannya terbukti jika pilihannya berkualitas baik.

2. Kualitas pelayanan

Bagi perusahaan jasa, nasabahnya tentunya merasakan tingginya kepuasan disaat memperoleh kesesuaian pelayanannya dengan harapannya.

3. Emosional

Tentunya nasabahnya merasakan kesenangan dan yakin jika yang lainnya bangga padanya jika mengonsumsi produknya ataupun jasanya yang berkualitas tinggi.

4. Harga

Produknya ataupun jasanya yang berkualitas sama namun menetapkan harganya begitu rendah tentunya memerikan tingginya penilaian.

5. Biaya

Nasabahnya tidak diwajibkan mengeluarkan biaya tambahan guna memperoleh produknya ataupun jasanya yang sudah tentu mendapatkan kepuasan.

2.1.3.3 Dimensi Kepuasan Nasabah

Adapun beberapa dimensi yang memengaruhi kepuasan nasabah (Sari et al., 2019: 26) yaitu:

1. Produk

Layanan produk yang berkualitas dapat memenuhi keinginan nasabah. Produk dapat menciptakan kepuasan sendiri terhadap nasabah.

2. Harga

Harga ialah nilai tukar berupa uang yang dimanfaatkan untuk memperoleh suatu barang ataupun jasa.

3. Promosi

Yang dimaksud dengan promosi adalah suatu hal menyanggung terkait informasi produknya serta jasanya didalam pengupayaan penginformasian manfaat produknya.

4. Lokasi

Mencakup lokasi perusahaannya, kesigapannya, ketepatannya didalam hal transportasi. Yang dimana artinya lokasi suatu perusahaan menentukan tingkat kepuasan nasabah.

5. Pelayanan karyawan

Pelayanan karyawan yaitu suatu pelayanan yang di berikan oleh petugas terhadap nasabah guna upaya untuk pemenuhan keperluan atau harapan nasabah dalam tindak untuk memuaskan nasabah.

6. Fasilitas

Yang dimaksud dengan fasilitas adalah atribut suatu perusahaan yang berbentuk perantara untuk membantu lancarnya kegiatan perusahaan.

7. Suasana

Merupakan aspek penunjang, sebab suatu bank mengagumkan maka nasabah akan memperoleh nilai kepuasan tersendiri. Didalam dasar evaluasi suasana mencakup sirkulasi udaranya, kenyamanannya dan keamanannya.

2.1.3.4 Indikator Kepuasan Nasabah

Indikator yang menentukan tingkatan kepuasan nasabahnya (C.Prihandoyo, 2019: 120) yakni:

1. Kesesuaian tingkat kualitas pelayanan dengan tingkat harapan
Perusahaan harus menyesuaikan kualitas yang diberikan ke nasabah, apakah kualitas pelayanan yang diberikan sudah maksimal atau belum.
2. Tingkatan puanya jika dilakukan perbandingan dengan produk serupa
Ketika suatu perusahaan di bandingkan dengan yang sejenis, namun perusahaan itu masih unggul dari sistem kepuasan nasabah maka itu adalah nilai baik untuk perusahaan tersebut.
3. Tidak adanya komplain yang datang

Tidak ada komplain maupun pengaduan merupakan nilai yang bagus yang artinya bahwa perusahaan tersebut memiliki sistem kualitas yang baik serta banyak mendapatkan kepuasan dari nasabah atau pelanggannya yang akan meningkatkan loyalitas nasabah atau pelanggan tersebut.

2.2 Penelitian Terdahulu

Terlampir penelitian terdahulunya yang ditemukan variabelnya guna memperkuat landasan teori:

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama dan Tahun Peneli	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	(Finnora, 2017)	Pengaruh Kualitas Layanannya Dan Citra Perusahaannya Terhadap Kepuasan Nasabahnya	Analisis Linear Berganda	Kualitas layanannya dan citra perusahaannya memengaruhi kepuasan nasabahnya
2	(Pratama, 2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanannya Dan Citra Perusahaannya Terhadap Kepuasan Konsumennya Di Rsud Lawang	Analisis regresi berganda	Kualitas pelayanannya dan citra perusahaannya memengaruhi kepuasan konsumennya
3	(Herlanies, 2019)	Pengaruh Kualitas Layanannya, Kepuasan Nasabahnya Dan Citra Perusahaannya Terhadap Loyalitas Nasabahnya PT BCA Tbk Kantor Cabang Pondok Gede Plaza	Analisis regresi berganda	Kualitas Layanannya, kepuasan pelanggannya dan citra perusahaannya memengaruhi loyalitas pelanggannya
4	(Syaifullah & Mira , 2018)	Pengaruh Citra Mereknya Dan Kualitas Pelayanannya Terhadap Kepuasan Nasabahnya PT Pegadaian (Persero) Batam	Analisis regresi sederhana	Citra mereknya dan kualitas layanannya memengaruhi kepuasan pelanggannya

Tabel 2.2 Tabel Lanjutan

5	(Budianto, 2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanannya Dan Citra Perusahaannya Terhadap Loyalitas Nasabahnya Pada AJB Bumiputera	Analisis regresi berganda	Kualitas pelayanannya dan citra perusahaannya memengaruhi loyalitas nasabahnya
6	(Apriyanti, 2017)	Analisis Kualitas Layanannya Dan Citra Perusahaannya Terhadap Loyalitas Nasabahnya Dengan Kepuasan Nasabahnya Sebagai Variabel Intervening	Deskriptif analisis, Teknik sampling Slovin	Citra perusahaannya terhadap loyalitas nasabahnya melalui kepuasan konsumennya
7	(Triyadi, 2021)	Pengaruh Kualitas Pelayanannya Dan Citra Perusahaannya Terhadap Kepuasan Nasabahnya Pada PT Bank Danamon Tbk Bintaro	Analisis regresi	Kualitas pelayanannya dan citra perusahaannya memengaruhi kepuasan nasabahnya

Sumber: Peneliti, 2021

2.3 Kerangka Pemikiran

2.3.1 Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

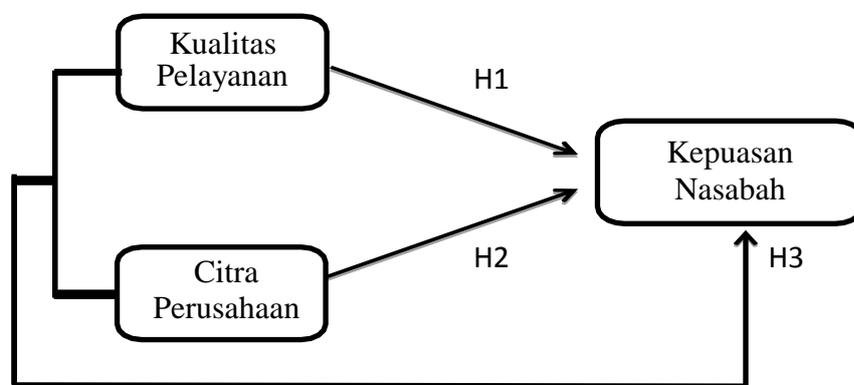
Penelitian oleh (Nalendra, 2018) bahwa dengan meningkatkan kualitas pelayanannya tentunya nasabahnya bersikap loyal pada bank tersebut, maka kepuasan nasabahnya pun akan meningkat. Hasil penelitiannya bahwa yang memengaruhi kepuasan nasabahnya ialah dengan meningkatkan kualitas pelayanannya dengan semaksimal mungkin.

2.3.2 Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian oleh (Finnora, 2017) bahwa dengan meningkatkan citra perusahaannya yang baik maka nasabahnya akan memilih untuk berkunjung kembali dan melakukan transaksi kembali ke bank tersebut. Hasil penelitiannya bahwa yang memengaruhi tingkatan kepuasan nasabahnya ialah dengan meningkatkan citra perusahaannya yang baik dimata konsumennya.

2.3.3 Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah

Penelitian oleh (Herlanies, 2019) bahwa dengan meningkatkan kualitas pelayanannya dan memperbaiki citra perusahaannya maka nasabah tentunya akan mendapatkan kepuasannya terhadap pelayanannya bank tersebut. Hasil penelitiannya bahwa yang memengaruhi tingkatan kepuasan nasabahnya ialah dengan meningkatkan kualitas pelayanannya yang maksimal serta memperbaiki dan meningkatkan citra perusahaannya. Maka diperoleh susunan hipotesis yakni:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Peneliti (2021)

2.4 Hipotesis

Ditetapkanlah hipotesisnya penelitiannya ini yakni:

- H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Kepri Batam.
- H2: Citra Perusahaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Kepri Batam.
- H3: Kualitas Pelayanan, dan Citra Perusahaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR Kepri Batam.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitiannya ini memakai kuantitatif yang mencari hubungannya pertukaran yang bersifat kausal. Jenis penelitiannya dibuat sebagai rancangan terstruktur yang dipergunakan guna mendapati bukti didalam merespons pernyataan penelitiannya. Metode penelitian ialah teknik keilmuan untuk memperoleh informasi dengan misi dan fungsi tertentu atau metode penelitian dapat diartikan prosedur dalam bentuk pemungutan suara, analisis dan melakukan parafrase yang berhubungan dengan sasaran penelitian (Sugiyono, 2017: 8).

3.2 Sifat Penelitian

Sifat penelitiannya bersifat replikasi, yakni suatu penelitiannya yang menyerupai penelitian yang sudah pernah dilangsungkan tetapi dengan objeknya, variabelnya, dan periodenya yang berbeda. Perbedaan didalam penelitiannya ini ada diobjek penelitiannya serta kurun waktu didalam melangsungkan penelitiannya.

3.3 Lokasi dan Periode Penelitian

1.3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitiannya dilangsungkan di PT BPR Kepri Batam yang beralamat di Komp. Ruko Rafflesia Business Centre G No.1 Kota Batam.

1.3.2 Periode Penelitian

Penelitian ini dilangsungkan dalam rentang waktu sekitar 6 bulan yang dilangsungkan mulai bulan Maret-Agustus 2021.

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Mar 2021	Apr 2021	Mei 2021	Jun 2021	Jul 2021	Ags 2021
Latar Belakang						
Perumusan Masalah						
Studi Kepustakaan						
Metodologi Penelitian						
Menyebarkan dan Mengumpulkan Kuesioner						
Olah Data						
Penyelesaian Skripsi						

Sumber : Peneliti, 2021

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasinya yakni kewilayahan yang umumnya mencakupi objek berkualitas serta berkarateristik terkhusus yang sudah diputuskan penelitiannya supaya bisa dimengerti lalu bisa ditarik kesimpulannya. Populasi penelitiannya ini ialah nasabah aktif PT BPR Kepri Batam periode September 2020 - Februari 2021 yakni 280 nasabah.

3.4.2 Teknik Penentuan Besar Sampel

Sampel pada penelitiannya ini diambil dari jumlah sebagian dari populasi nasabah aktif PT BPR Kepri Batam periode September 2020 - Februari. Guna menetapkan total sampel digunakanlah rumus yakni:

$$n = \frac{n}{1 + n(e)^2}$$

$$n = \frac{280}{1 + 280(0,05)^2}$$

$$n = \frac{280}{1 + 280(0,0025)}$$

$$n = \frac{280}{1+0,7} = 164,705 = 165 \text{ orang}$$

3.4.3 Teknik *Sampling*

Kemudian didalam menetapkan sampelnya dari populasinya digunakanlah teknik *Simple Random Sampling*, yakni penentuan sampelnya dilangsungkan secara acak yang tak begitu memerhatikan strata didalam populasinya. Jadi total sampel dipenelitian ini yakni sebanyak 165 nasabah dari perhitungan rumus slovin.

3.5 Sumber Data

Diamati berdasar sumbernya, data terbagi yakni data primer yang langsung memerikan datanya, dan data sekundernya yang tidak langsung memerikan data pada pengumpul datanya, misalnya dari orang lainnya ataupun berbentuk *document* (Sugiyono, 2019:194).

3.6 Metode Pengumpulan Data

Peneliti memakai tiga metode yakni survey, observasi dan dokumentasi. Peneliti menyebarkan kuesionernya dengan sekumpulan *list* pernyataan yang diwajibkan diisi oleh nasabah aktif PT BPR Kepri Batam demi mengumpulkan datanya. Persepsi responden diuji memakai skala *Likert* (Sugiyono, 2019: 146). Berikut tabel skala *likert* untuk mengalkulasikan jawaban respondennya:

Tabel 3.2 Skala Likert

Skala Likert	Kode	Nilai
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Netral	N	3
Tidak Setuju	TS	2
Sangat Tidak Setuju	STS	1

Sumber : (Sugiyono, 2019:134)

3.7 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Tabel 3.2 Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Semua karakteristik serta keunikan dari produknya ataupun jasanya didalam kesanggupannya memerikan beragam kebutuhannya yang sudah ditetapkan diawal	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reabilitasnya 2. Jaminannya 3. Empatinya 4. Daya tanggapnya 5. Bukti fisiknya 	Likert
Citra Perusahaan (X2)	Kesannya individu secara psikologis dari beragam aktivitas diperusahaan yang berdasar pengetahuannya, tanggapannya serta pengalamannya yang sudah dilalui dan didapatkan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reputasi perusahaan 2. <i>Physical image</i> 3. <i>Public relation</i> 	Likert
Kepuasan Nasabah (Y)	Situasi yang dirasakan, baik rasa senang atau kekecewaan, sesudah melakukan perbandingan diantara kualitas produknya yang sesungguhnya dengan harapannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sesuainya pelayanannya dengan harapannya 2. Tingkatan kepuasannya jika dibandingkan dengan sejenis 3. Tidak adanya Komplain 	Likert

Sumber: Peneliti, 2021

3.8 Metode Analisis Data

Statistik deskriptifnya memiliki data tersajikan didalam bentuk *table*, *graphic*, *pie chart*, *pictogram*, *calculation mode*, *median*, *mean*, standar deviasi dan perhitungan persentase. Melalui program SPSS 25, data yang sudah berhasil terkumpul oleh peneliti bisa diuji untuk melihat pengaruh variabel bebas dan terikat (Sugiyono, 2019: 206). Perolehan rentang skala bisa ditentukan dengan

rumus:

$$R_s = \frac{n(m-1)}{m}$$

Rumus 3.1 Rentang Skala

Sumber : (Sugiyono, 2019)

$$RS = \frac{165(5-1)}{5}$$

$$RS = \frac{165(4)}{5} = 132$$

Kontribusi terhadap hasil yang diperoleh yaitu:

Tabel 3.3 Rentang Skala

No	Pertanyaan	Skor Positif
1	165-297	Sangat Sangat Tidak Setuju
2	298-430	Tidak Setuju
3	431-563	Netral
4	564-696	Setuju
5	697-825	Sangat Setuju

Sumber: Peneliti, 2021

3.8.1 Uji Kualitas Data

3.8.1.1 Uji Validitas Instrumen

Demi mengukur kevalidan tidaknya data, dinyatakan valid jika pernyataan bisa membuktikan dari yang diukurnya tersebut.

Uji signifikansinya menentukan layak atau tidak item yang bertaraf signifikansinya 0,05 dan perolehan koefisien korelasinya $> 0,30$ maka item tergolong valid (Sugiyono, 2017: 76).

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitasnya dilaksanakan dengan melalui konsistensi internal, yakni menelusuri instrument cukup sekali, menelusuri perolehan yang didapatkan dengan memakai teknik tertentu. Biasanya pengujian ini menggunakan batas tertentu yakni 0,6. Suatu data dikatakan kurang baik jika reliabilitasnya $< 0,6$, sementara bisa diterima jika reliabilitasnya 0,7 dan dikatakan baik jika reliabilitasnya $\geq 0,8$ (Sugiyono, 2017: 47).

3.8.2 Uji Asumsi Klasik

3.8.2.1 Uji Normalitas

Dengan mengamati tingkatan normalnya data didalam model penelitian. Hasil tersebut bisa memakai *Kolmogrov Smirnov* (Sugiyono, 2017: 422). Pada uji normalitasnya ada dua tahapan didalam menelusuri residual terdistribusi normal, dengan uji *statistic* kolmogrofnya. Keterangannya :

1. Signya $> 0,05$ tergolong instrument tersebar normal
2. Signya $< 0,05$ tergolong instrument tidak tersebar normal

3.8.2.2 Uji Multikolinearitas

Guna mengujikan ditemui adanya kaitan antar variabel bebasnya atau tidak. Baiknya model yakni tidak berkolerasi antar variabel bebasnya (Sugiyono, 2017: 105). Ukuran yang digunakan pada uji multikolinearitas yaitu:

1. Jika VIFnya $< 0,10$ dikatakan tidak terdapat multikolinearitas
2. Jika VIFnya $> 0,10$ terdapat multikolinearitas

3.8.2.3 Uji Heterokedastisitas

Guna menelusuri variabel pengganggu dari variabel bebas berkolerasi atau tidak. Penelitian ini memakai metode uji koefisien korelasi *Rank Spearman* dalam arti mengkolerasi dengan hasil regresi dengan keseluruhan variabel bebas (Sugiyono, 2017: 135).

3.8.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menelusuri kenaikan dan penurunan variabel dependen, jika dua/lebih variabel independennya sebagai faktor prediktor dimanipulasikan. Regresi linear berganda dihitung dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Rumus 3.2 Regresi Linear Berganda

Sumber: (Sugiyono, 2017: 275)

3.8.4 Analisis Koefisien Determinasi

Dikatakan uji R^2 bermaksud mengukur jauhnya kapasitas suatu permodelan untuk memperjelas keragaman variabel terikatnya. Koefisien kepastian berada pada kisaran 0 dan 1. Perolehan R^2 menunjukkan sedikitnya kapasitas variabel bebasnya didalam mengklarifikasi variabel terikatnya yang terbatas dan mempengaruhi, jika R^2 adalah mendekati 1, variabel dependen mempengaruhi semua data yang diberikan (Sugiyono, 2017: 136).

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji t

Biasanya memaparkan jauhnya pengaruh variabel independennya secara individu saat menjelaskan variasi variabel dependennya. Kriterianya yakni jika t hitungannya $> t$ tabelnya dan $\text{Signya} < 0,05$.

3.9.2 Uji F

Guna mengujikan keseluruhan variabel independennya berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependennya. Kriterianya yakni F hitungannya $> F$ tabelnya dan $\text{signya} < 0,05$ (Sugiyono, 2017: 192).