

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PADA PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO)  
TBK BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh:  
Rikky  
160610057**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2020**

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PADA PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO)  
TBK BATAM**

**SKRIPSI**

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



**Oleh:  
Rikky  
160610057**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2020**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Rikky  
NPM : 160610057  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “skripsi” yang saya buat dengan judul:

### **PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK 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 skripsi 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, 20 Juli 2020



**Rikky**

160610057

**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PADA PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO)  
TBK BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:  
Rikky  
160610057**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal  
seperti tertera di bawah ini**

**Batam, 20 Juli 2020**

**Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M. SI.**  
Pembimbing

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam. Dengan meningkatkan fasilitas dan kualitas pelayanan akan memiliki dampak kepada kepuasan nasabah. Responden dalam penelitian ini adalah nasabah baru yang menjadi debitur atau kreditur dan penyimpanan yang sering melakukan transaksi melalui *teller* di PT Bank Negara Indonesia sebanyak 249 responden sebagai sampel penelitian. Metode dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif. Metode pengumpulan data yang di gunakan pada penelitian adalah melalui kuesioner yang di sebarakan kepada nasabah. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis instrumen penelitian yang terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji multikolinieritas dan uji heteroskedastisitas, serta pengujian hipotesis yang meliputi uji t dan uji f. Alat analisis yang digunakan untuk mengolah dan menganalisis data penelitian ini adalah SPSS versi 25.0. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian, secara parsial dan simultan fasilitas dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam.

Kata Kunci: fasilitas; kualitas pelayanan; kepuasan nasabah.

## ***ABSTRACT***

*This study aimed to determine the impact of PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam's facilities and service quality on customer satisfaction. There is no doubt that facilities and service quality are factors that can affect on customer satisfaction. By improving the facilities and service quality will have a positive impact on customer satisfaction. The sample of the study identified 249 PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam's customers. The way to gather information for research is by distributing questionnaires to customers. The data analysis methods of diagnostic tools, which include validity tests, reliability tests, standardized assumptions, and hypothesis tests including T-test and F-test. The research tool used to process and analyze this analytical data was SPSS version 25.0. The results of the study indicate that facilities have a positive and significant impact on customer satisfaction. Service quality have a positive and hasn't significant impact on customer satisfaction. At the same time facilities and service quality are very effective in improving customer satisfaction.*

**Keywords:** *customer satisfaction; facilities; 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 laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis 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 ini 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 sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam;
2. Bapak Dr. Hendri Herman, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam;
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam yang telah memberikan ilmu dan wawasannya kepada penulis melalui materi pendidikan;
5. Orang tua beserta keluarga penulis yang senantiasa memberikan dukungan, semangat dan perhatian yang sangat luar biasa bagi peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini;
6. Pimpinan beserta semua staff PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam;
7. Seluruh sahabat penulis serta teman lainnya yang tidak dapat disebutkan satu per satu;
8. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.

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

Batam, 20 Juli 2020



Rikky

## DAFTAR ISI

<b>SKRIPSI</b> .....	i
<b>SKRIPSI</b> .....	ii
<b>SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iii
<b>SKRIPSI</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xiii
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah.....	9
1.5 Tujuan Masalah.....	10
1.6 Manfaat.....	10
1.6.1. Aspek Teoritis.....	10
1.6.2. Aspek Praktis.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
2.1. Kajian Teori.....	11
2.1.1. Fasilitas.....	11
2.1.1.1. Pengertian Fasilitas.....	12
2.1.1.2. Faktor – Faktor Fasilitas.....	12
2.1.1.3. Unsur – unsur fasilitas.....	14
2.1.1.4. Tujuan Fasilitas.....	14
2.1.1.5. Indikator - indikator Fasilitas.....	15
2.1.2. Kualitas Pelayanan.....	16
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.2.2. Prinsip Kualitas Pelayanan.....	17
2.1.2.3. Faktor - faktor Kualitas Pelayanan.....	19
2.1.2.4. Indikator – indikator Kualitas Pelayanan.....	20
2.1.3. Kepuasan Nasabah.....	21
2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Nasabah.....	23
2.1.3.2. Faktor - faktor Kepuasan Nasabah.....	23
2.1.3.3. Manfaat Kepuasan Nasabah.....	24
2.1.3.4. Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	24
2.1.3.5. Indikator - indikator Kepuasan Nasabah.....	25
2.2. Penelitian Terdahulu.....	26
2.3. Hubungan antar variabel.....	31
2.3.1. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah.....	31



2.3.2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah .....	31
2.3.3.	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah	32
2.4.	Kerangka Pemikiran.....	33
2.5.	Hipotesis .....	33
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>		<b>35</b>
3.1.	Desain Penelitian .....	35
3.2.	Operasional Variabel .....	36
3.2.1.	Variabel Independen .....	36
3.2.2.	Variabel Dependen.....	36
3.3.	Populasi dan Sampel .....	38
3.3.1.	Populasi.....	38
3.3.2.	Sampel.....	38
3.4.	Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.4.1.	Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.2.	Alat Pengumpulan Data .....	39
3.5.	Metode Analisis Data.....	40
3.5.1.	Analisis Deskriptif .....	40
3.5.2.	Uji Kualitas Data.....	41
3.5.2.1.	Uji Validitas Data .....	41
3.5.2.2.	Uji Reliabilitas .....	42
3.5.3.	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.5.3.1.	Uji Normalitas.....	43
3.5.3.2.	Uji Multikolinearitas .....	43
3.5.3.3.	Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.5.4.	Uji Pengaruh .....	44
3.5.4.2.	Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	45
3.5.5.	Uji Hipotesis .....	45
3.5.5.1.	Uji T .....	46
3.5.5.2.	Uji F .....	47
3.6.	Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian.....	48
3.6.2.	Jadwal Penelitian .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>49</b>
4.1.	Hasil Penelitian.....	49
4.1.1.	Analisis Karakteristik Responden.....	49
4.1.1.1.	Profil Responden.....	49
4.1.1.2.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.1.1.3.	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	50
4.1.1.4.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
4.1.1.5.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	51
4.1.1.6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-Rata Kunjungan Per Bulan.....	52
4.2.	Hasil Penelitian.....	53
4.2.1.	Analisis Deskriptif.....	53
4.2.1.1.	Karakteristik Variabel.....	53
4.2.1.2.	Deskripsi Variabel Fasilitas.....	53
4.2.1.3.	Variabel Kualitas Pelayanan (X <sub>2</sub> ) .....	55

4.2.1.4. Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	56
4.2.2. Hasil Uji Kualitas Data .....	57
4.2.2.1. Hasil Uji Validitas Instrumen .....	58
4.2.2.1.1. Uji Validitas Variabel Fasilitas (X1).....	58
4.2.2.1.2. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2) .....	59
4.2.2.1.3. Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y).....	60
4.2.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Data .....	61
4.2.2.2.1. Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas .....	61
4.2.2.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	62
4.2.2.2.3. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah .....	63
4.2.3. Hasil Uji Asumsi Klasik .....	64
4.2.3.1. Hasil Uji Normalitas .....	64
4.2.3.2. Hasil Uji Multikolinearitas .....	66
4.2.3.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	67
4.2.4. Hasil Pengaruh.....	68
4.2.4.1. Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	68
4.2.4.2. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	70
4.2.5. Hasil Uji Hipotesis.....	70
4.2.5.1. Hasil Uji T.....	70
4.2.5.2. Hasil Uji F.....	72
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian.....	73
4.3.1 Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah .....	73
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	73
4.3.3 Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah...73	73
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>75</b>
5.1. Kesimpulan.....	75
5.2. Saran.....	75

## LAMPIRAN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Lobby Bank BNI KCU Batam .....	6
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran .....	33
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	64
Gambar 4.2 <i>Normal P-P plot regression</i> .....	65

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Nasabah .....	4
Tabel 1.2 Laporan Kerusakan Mesin ATM Bank BNI KCU Batam .....	5
Tabel 1.3 Jenis ATM Bank BNI .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	27
Tabel 3.1 Operasional Variabel Penelitian.....	37
Tabel 3.2 Jadwal Penelitian.....	48
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia .....	50
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	51
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	51
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Rata Kunjungan Per Bulan.....	52
Tabel 4.6 Skor Indikator Variabel Fasilitas .....	54
Tabel 4.7 Skor Indikator Variabel Kualitas Pelayanan.....	55
Tabel 4.8 Skor Indikator Variabel Kepuasan Nasabah .....	57
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Fasilitas (X1).....	58
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2) .....	59
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah(Y) .....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Reliabilitas Fasilitas (X1).....	61
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2).....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah (Y).....	63
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas .....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.17 Hasil Uji Heteroskedasitas .....	68
Tabel 4.18 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	68
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	70
Tabel 4.20 Hasil Uji T.....	71
Tabel 4.21 Hasil Uji F .....	72

## DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 <i>Rumus Pearson Product Moment</i> .....	41
Rumus 3.2 <i>Rumus Cronbach's Alpha</i> .....	42
Rumus 3.3 <i>Regresi Linear Berganda</i> .....	44
Rumus 3.4 <i>Uji T</i> .....	46
Rumus 3.5 <i>Uji F</i> .....	47

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Bank menurut (Atmaja, 2018: 49) ialah lembaga keuangan dalam bidang pelayanan jasa yang melakukan pemberian pelayanan yang terbaik (*service excellent*) agar dapat memenangkan persaingan antar lembaga keuangan lainnya yang setiap hari semakin kuat. Dalam menghadapinya saingan yang kuat antara lembaga perbankan, dikembangkan dalam bermacam konsep pelayanan nasabah dengan tujuan supaya mempertahankan nasabah tersebut dan menjangkau nasabah yang memiliki potensial (Atmaja, 2018: 49).

(Atmaja, 2018: 50) menyatakan bahwa dalam pertahankan sekaligus meningkatkan nasabah, bank perlu membuat citra yang baik dikalangan masyarakat. Untuk pertahankan citra yang baik, perlu juga diciptakan dengan cara dalam hal fasilitas dan kualitas *service* yang diberikan. Agar terpenuhi kemauan, senang dan puas dengan mereka mendapatkan dari produksi layanan bank tersebut oleh karena itu perlunya menyediakan para pekerja perusahaan yang bisa mengatasi kebutuhan dan keinginan nasabah (Cahyadi, 2018: 1).

Fasilitas menjadi salah satu aspek yang menentukan *service quality* dan *customer satisfaction*, fasilitas dalam perbankan mempunyai hubungan terhadap kualitas pelayanan dan kualitas nasabah karena setiap nasabah pasti memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda. (Apriyadi, 2017: 73)

Banyak masyarakat maupun perusahaan lain melakukan transaksi di perbankan untuk memperlancar kegiatan transaksi, oleh karena itu, semakin banyak yang menggunakannya, oleh itu kualitas pelayanan menjadi aspek penting untuk unggul dalam persaingan tersebut. (Winarno, Mananeke, & Ogi, 2018: 504)

(Setiawan, Minarsih, & Fathoni, 2016: 2) mengatakan bahwa faktor-faktor dalam memuaskan nasabah yaitu memberikan pelayanan jasa yang baik kepada nasabah dan yang mempengaruhi naik turunnya suatu usaha perbankan adalah cara pihak bank dalam membuat nasabahnya menjadi nasabah setia. Hal ini sejalan dengan (Batam, 2020: 20) yang menyatakan bahwa pelayanan bank yang baik dan dapat memuaskan nasabah memiliki faktor penting yang dapat membuat perusahaan tersebut makin maju dan berkembang. Hal tersebut didukung oleh (Pantilu, 2018: 3724) yang mengatakan bahwa hal yang sangat diperhatikan dalam memberikan kepuasan nasabah adalah harapan nasabah yang diinginkan dapat memuaskan, kepuasan nasabah tersebut dapat terpenuhi jikalau proses kemampuan kerja diberikan dari perusahaan sama dengan dirasakan dengan nasabah bank tersebut.

(Razak, SE., MS. & MM., 2018: 4) mengatakan bahwa nasabah mempunyai harapan dengan melakukan perbandingan dengan yang dirasakan oleh harapan nasabah tersebut. Nasabah mempunyai kedudukan yang penting bagi perkembangan kinerja perusahaan. Perusahaan bisa mendengarkan keluhan-keluhan dari nasabah dan dapat juga memberikan *feedback* dari keluhan, maka dari itu akan dapat ulasan hasil yang memenuhi, kemudian bisa membuat nasabah sebagai setia. Pernyataan ini didukung oleh (Apriyadi, 2017: 72)

Perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa atau barang akan memikirkan tentang peraturan mengenai pentingnya fasilitas dan kualitas yang diberi dan dibandingkan dengan kesenangan yang dirasakan untuk nasabah. Dengan hal tersebut menjadi penting sebagaimana membuat pelanggan puas atau membuat fasilitas dan kualitas pelayanan yang diinginkan maksimal. (Iskandarsyah & Utami, 2017: 132)

Bank BNI dibangun pada 5 Juli 1946 yang menjadi Bank *Central* yang memiliki tanggungjawab untuk membuat dan mengatur mata uang Indonesia. Direktur Utama BNI yang pertama adalah Raden Mas Margono Djojohadikusumo. Tahun 1955, Peran BNI berubah memerankan sebagai lembaga keuangan pembangunan dan juga memiliki hak untuk berlaku menjadi bank dana, seiring peningkatan aset pada tahun 1955, posisi bank BNI berubah menjadi bank terbuka yang telah penetapan menurut yuridis dengan UUD nomor 2 tahun 1955. Dalam BNI tersebut memiliki banyak jenis pelayanan seperti Bank Negara Indonesia Bisnis Bank, Transaksi Bank Servis, *Funding*, Peminjaman dan sebagainya yang dimana dapat memudahkan kebutuhan yang diperlukan oleh nasabah tersebut.



**Tabel 1.1** Jumlah Nasabah

<b>Bulan dan Tahun</b>	<b>Jumlah Nasabah Baru</b>	<b>Jumlah Transaksi</b>
Juli 2019	50	445
Agustus 2019	47	412
September 2019	41	386
Oktober 2019	36	366
November 2019	45	392
Desember 2019	30	297
<b>Total</b>	<b>249</b>	<b>2.298</b>

**Sumber:** PT Bank Negara Indonesia, Tbk (2019)

Tabel diatas dapat diketahui bahwa dibulan Juli 2019 adalah bulan dengan jumlah nasabah baru yang paling banyak ada 50 orang dan semakin menurun hingga pada bulan Desember 2019 sebanyak 30 orang dan pada bulan Juli 2019 jumlah nasabah yang melakukan transaksi melalui *teller* paling banyak adalah 445 orang dan semakin menurun pada bulan Desember 2019 sebanyak 297 orang. Data tersebut diperoleh dari hasil observasi langsung ke lapangan agar dapatnya data yang sebenarnya dan permasalahan tersebut telah disimpulkan setelah melakukan wawancara tentang fasilitas Bank Negara Indonesia seperti *ATM*, *Lobby*, *Toilet* dan *Pelayanan Teller*. Nasabah yang bertransaksi pada hari senin, selasa, dan rabu dengan jumlah 15 orang di Bank BNI KCU Kota Batam.

**Tabel 1.2** Laporan Kerusakan Mesin *ATM* Bank BNI KCU Batam

Mesin Mengalami Kerusakan Bulan Februari 2020			
Tanggal	Setor Tarik Tunai	Tarik Tunai	Non Tunai
1	0	0	1
2	0	0	0
3	1	2	0
4	1	2	0
5	1	2	0
6	1	1	1
7	0	1	0
8	0	1	0
9	0	1	0
10	0	0	0
11	0	0	1
12	1	1	0
13	1	1	1
14	2	1	1
15	0	0	0
16	2	3	0
17	1	2	0
18	0	1	0
19	0	0	0
20	0	2	1
21	1	0	0
22	1	0	0
23	0	1	0
24	1	1	0
25	1	0	1
26	0	1	0
27	0	0	0
28	1	0	0
29	1	0	1
Total	17	24	8

**Sumber:** Security PT Bank Negara Indonesia, Tbk (2020)

**Tabel 1.3** Jenis-jenis *ATM* Bank BNI KCU Batam

<b>Fasilitas</b>	<b>Setor Tarik Tunai</b>	<b>Tarik Tunai</b>	<b>Non Tunai</b>
<b>ATM Bank</b>	2	4	1

**Sumber:** Security PT Bank Negara Indonesia, Tbk (2020)

Berdasarkan tabel yang diatas dapat kita ketahui pada bulan Februari 2020 mesin *ATM* Setor Tarik Tunai mengalami kerusakan sebanyak 17 kali, mesin *ATM* Tarik Tunai mengalami kerusakan 24 kali, dan untuk mesin Non Tunai mengalami kerusakan 8 kali. Hal ini harus lebih diperhatikan lagi pada kerusakan mesin agar masalah mesin *ATM* tidak menyebabkan masalah yang lebih buruk kepada perusahaan. Data tersebut diperoleh dari laporan Security Bank BNI kepada IT Support Bank BNI.

**Gambar 1.1** Lobby Bank BNI KCU Batam



**Sumber:** Google (2020)

Berdasarkan dari gambar diatas dengan tanda merah mengatakan bahwa lobi Bank BNI KCU Batam memiliki lobi yang kecil yang dimana para nasabah yang ingin *drop in/out* hanya bisa bermuatkan 1 kendaraan mobil dan kendaraan

lain harus mengantri dibelakangnya. Hal tersebut harus ditingkatkan lagi agar para nasabah lainnya yang ingin melakukan transaksi di Bank BNI tidak mengantri cukup lama untuk menunggu giliran *drop in/out*.

Permasalahan pertama seringnya kerusakan mesin *ATM*, nasabah Bank BNI maupun masyarakat di sekitar sana sering melakukan transaksi di *ATM* Bank BNI akan tetapi *ATM* Bank BNI sering terjadinya kerusakan mesin *ATM* Setor Tarik Tunai maupun Tarik Tunai, dampak seringnya kerusakan mesin *ATM* dapat mengganggu nasabah berkehendak melakukan kegiatan pada bank. Pernyataan ini didukung oleh (Atmaja, 2018 :51).

Permasalahan kedua lobi yang kecil, banyak pengendara mobil yang berhenti di lobi untuk menaruh nasabah yang ingin melakukan transaksi di tempat tersebut tetapi dengan lahan lobi yang kecil mengakibatkan beberapa mobil yang ingin melobi terjadinya macet. Hal tersebut mengganggu nasabah yang ingin masuk untuk melakukan transaksi dan nasabah yang lain merasa terganggu. Pernyataan ini didukung oleh (Sondakh, 2015: 25).

Permasalahan ketiga kurangnya perhatian, teller dalam Bank BNI kurang perhatian terhadap nasabah seperti senyuman awal transaksi, dampak kurang perhatian teller membuat para nasabah kurang nyaman dan merasa tidak puas dalam bertransaksi karena nasabah beranggapan bahwa teller tersebut tidak profesional dan kurang pelatihan. Hal tersebut membuat nasabah tidak ingin melakukan transaksi karena sikap yang diberikan teller terhadap nasabah. Hal ini terjadi karena kurang perhatiannya terhadap nasabah tersebut. Pernyataan ini didukung oleh (Cahyadi, 2018: 1025)

Berdasarkan latar belakang masalah diatas yang menunjukkan bahwa fasilitas bank dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai Bank BNI merupakan faktor penting dalam kepuasan nasabah agar perusahaan tersebut mendapatkan banyak nasabah baru atau masyarakat yang ingin melakukan transaksi di Bank BNI. Pernyataan tersebut dinyatakan oleh (Abusama, Haming, & Hamzah, 2017:5). Dengan ini peneliti berminat untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan ingin mengkaji lebih dalam variabel-variabel tersebut. Oleh karena itu peneliti ingin mengangkat topik dengan judul skripsi “**PENGARUH FASILITAS DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK BATAM**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Masalah yang mendatangkan hubungan dengan latar belakang yang sudah diuraikan sebelumnya dengan tema penulisan ini, sebagai berikut:

1. Sering terjadi kerusakan mesin *ATM*, nasabah menjadi kesulitan untuk melakukan transaksi.
2. Kecilnya lobi, para nasabah menjadi kesulitan untuk melakukan transaksi.
3. Kurang perhatiannya teller, para nasabah menjadi tidak nyaman dan tidak merasa puas dengan servis yang diberi oleh pegawai Bank BNI.
4. Terjadinya penurunan dalam pendaftaran nasabah baru dari bulan Juli 2019 sampai Desember 2019.

### 1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya dan terbatasnya waktu, biaya, agar bahasan studi ini tidak terjadi menyimpang. Maka dibatasi penulisan sebagai berikut:

1. Fasilitas yang dimaksud adalah Fasilitas *ATM* Bank BNI dan lobi *drop in/out*.
2. Kualitas pelayanan yang dimaksud ialah kualitas yang diberikan oleh pegawai Bank BNI (*teller*).
3. Penelitian dilakukan terhadap nasabah yang baru menjadi debitur/kreditur dan penyimpanan yang sering melakukan transaksi melalui *Teller* Bank Negara Indonesia.
4. Penelitian ini membatasi pada nasabah Bank BNI KCU Kota Batam.

### 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, dapat dirumuskan beberapa permasalahan, yaitu:

1. Apakah fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Kantor Cabang Utama di Batam?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Kantor Cabang Utama di Batam?
3. Apakah fasilitas dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Kantor Cabang Utama di Batam?

## **1.5 Tujuan Masalah**

Berdasarkan judul dan permasalahan, tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Kantor Cabang Utama di Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Kantor Cabang Utama di Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh fasilitas dan kualitas bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Kantor Cabang Utama di Batam.

## **1.6 Manfaat**

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua aspek, yaitu:

### **1.6.1. Aspek Teoritis**

1. Menyediakan referensi baru dalam penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan variabel tersebut.
2. Menambah wawasan dan informasi dalam aspek yang berpengaruh kepuasan nasabah yang terjadi karena faktor fasilitas dan kualitas pelayanan.

### **1.6.2. Aspek Praktis**

1. Penelitian ini dapat memberikan manfaat melalui analisis yang dipaparkan oleh pihak nasabah.
2. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan menjadi referensi dan panduan oleh Mahasiswa Universitas Putera Batam selanjutnya.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Kajian Teori**

Manajemen Pemasaran adalah hal yang melakukan analisis, merencanakan, melakukan dan mengontrol rencana dalam bentuk pendirian, dan penjagaan laba dengan bisnis keuangan yang melewati incaran pasar agar tercapainya sasaran perusahaan yang berjangka panjang (Winarno et al., 2018: 1249).

Teori yang memiliki hubungan dengan fasilitas, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah akan dibahas berdasarkan judul yang diangkat yaitu “ Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Batam “.

##### **2.1.1. Fasilitas**

###### **2.1.1.1. Pengertian Fasilitas**

Menurut (Apriyadi, 2017: 84), ialah hal yang mempunyai sifat yang fisik yang diberikan perusahaan jasa supaya memberikan kesenangan nasabah. Dan juga sumber daya dalam memiliki bentuk, sebelum servis yang dapat ditawarkan oleh nasabah. Fasilitas termasuk keadaan fasilitas, kelengkapan, desain, dan kebersihan fasilitas harus diperhitungkan, yang terpenting adalah memiliki hubungan dengan apa yang dirasakan dan diperoleh langsung oleh pelanggan.



(Iskandarsyah & Utami, 2017: 132) menyatakan fasilitas ialah segala sesuatu yang disediakan oleh perusahaan untuk digunakan oleh konsumen yang memiliki tujuan yang memberikan tingkat kepuasan yang penuh.

Fasilitas menurut (Pantilu, 2018: 3725) merupakan penyediaan peralatan fisik dengan memberikan kenyamanan kepada pelanggan yang melakukan kegiatan atau aktivitas mereka, sehingga kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi selama perbankan.

Menurut (Winarno *et al.*, 2018: 504) menyatakan bahwa fasilitas juga merupakan barang yang harus ada sebelum layanan ditawarkan kepada pelanggan. Fasilitas juga dapat diartikan sebagai sesuatu yang dapat memudahkan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan, karena bentuk layanan tidak dapat dilihat atau dicium atau disentuh, oleh karena itu bentuk fisik menjadi penting untuk ukuran layanan.

Berdasarkan pemahaman ahli tentang fasilitas, dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah sesuatu yang fisik dan disediakan oleh penyedia fasilitas dan ditawarkan kepada pelanggan untuk digunakan dan dinikmati oleh pelanggan dalam memfasilitasi kegiatan yang dilakukan oleh pelanggan.

#### **2.1.1.2. Faktor – Faktor Fasilitas**

Faktor-faktor fasilitas (Apriyadi, 2017: 73) adalah sebagai berikut:

1. Sifat dan tujuan organisasi

Sifat suatu layanan seringkali dapat menentukan berbagai persyaratan desain. Desain fasilitas yang benar mampu memberikan beberapa

manfaat, perusahaan seperti itu mudah dikenali dan desain interiornya mencirikan sifat layanan di dalamnya.

2. Ketersediaan tanah dan kebutuhan ruang

Semua perusahaan jasa memerlukan lokasi untuk membuat fasilitas layanan. Dalam menentukan lokasi, beberapa faktor perlu dipertimbangkan, yaitu kapasitas keuangan, peraturan pemerintah terkait kepemilikan tanah dan pembebasan lahan, dan lainnya.

3. Fleksibilitas

Fleksibilitas desain diperlukan jika permintaan berfluktuasi sering dan spesifikasi layanan berkembang, membuat risiko keuangan menjadi masalah utama. Kedua kondisi ini dapat menyebabkan fasilitas layanan dapat menyesuaikan kemungkinan pengembangan di masa depan.

4. Faktor estetis

Fasilitas layanan yang rapi dan menarik dapat meningkatkan sikap positif pelanggan terhadap layanan dan aspek karyawan terhadap pekerjaan dan motivasi kerja akan meningkat.

5. Masyarakat dan lingkungan sekitar

Masyarakat dan juga lingkungan di sekitar fasilitas layanan dapat memainkan peran penting dan memiliki pengaruh besar pada perusahaan. Dan jika perusahaan tidak mempertimbangkan faktor-faktor ini, maka kelangsungan hidup perusahaan dapat terancam.

#### 6. Biaya konstruksi dan operasi

Jenis biaya ini dapat mempengaruhi desain fasilitas. Biaya konstruksi dipengaruhi oleh jumlah dan jenis bangunan yang digunakan. Biaya operasi dipengaruhi oleh kekuatan ruangan, yang terkait dengan perubahan suhu ruangan.

#### **2.1.1.3. Unsur – unsur fasilitas**

Unsur yang perlu ditimbang dalam menentukan fasilitas menurut (Ekasari, Purnamasari, & Ali, 2018: 13) meliputi:

1. Keadaan fasilitas
2. Kelengkapan fasilitas
3. Desain interior dan eksterior fasilitas

#### **2.1.1.4. Tujuan Fasilitas**

Menurut (Toriq, 2018: 76) tujuan dari fasilitas adalah

1. Tercapainya tingkat kepuasan nasabah
2. Supaya nasabah membeli jasa yang disediakan oleh perusahaan.
3. Memberikan kesan baik terhadap nasabah supaya tetap berhubungan dengan perusahaan kapan pun Anda membutuhkan layanan atau barang yang disediakan oleh perusahaan.

### **2.1.1.5.Indikator - indikator Fasilitas**

Menurut (Smaradhana & Lutfie, 2017: 474), terdapat enam indikator fasilitas yaitu:

1.     Pertimbangan/perencanaan spasial  
Aspek seperti ukuran, bentuk, dan warna dipertimbangkan, dikombinasikan dan dimodifikasi untuk memancing opini intelektual serta perasaan pengguna atau orang yang melihatnya.
2.     Perencanaan ruang  
Aspek ini meliputi perencanaan interior dan arsitektur, seperti meletakkan furnitur dan peralatan di dalam ruangan, desain aliran, dan lainnya. Seperti ruang tunggu yang perlu diperhatikan selain kapasitas, juga perlu memperhatikan penempatan furnitur atau peralatan tambahan lainnya.
3.     Perlengkapan perabotan  
Peralatan atau furnitur berguna sebagai sarana memberikan kenyamanan bagi pengguna, dan juga bisa menjadi pajangan atau menjadi infrastruktur pendukung bagi pengguna barang bagi pelanggan.
4.     Tata cahaya dan warna  
Pencahayaannya yang dianggap sebagai jenis pengaturan warna dan pencahayaan sesuai dengan kegiatan yang dilakukan di ruangan dan suasana yang diinginkan. Warna juga dapat digunakan sebagai peningkatan efisiensi, dan menciptakan kesan santai, dan mengurangi tingkat kecelakaan.

5. Pesan yang disampaikan secara grafis.

Hal penting dan saling terkait dalam aspek ini adalah penampilan visual, penempatan, pemilihan bentuk fisik, pemilihan warna, pencahayaan, dan pemilihan bentuk simbol atau tanda yang digunakan untuk tujuan memiliki makna tertentu.

6. Unsur pendukung

Keberadaan fasilitas utama tidak lengkap dengan keberadaan fasilitas pendukung lainnya, seperti tempat ibadah, toilet, tempat parkir, tempat makan atau minum, dan mendengarkan musik atau menonton televisi, dengan area internet besar yang dikhawatirkan keamanan.

## **2.1.2 Kualitas Pelayanan**

### **2.1.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan bagi (Srivastav & Mittal, 2016: 2) ialah suatu perbedaan antara harapan pelanggan terhadap kinerja layanan sebelum pertemuan layanan, dan persepsi mereka terhadap layanan setelah diterima.

(Ekasari, Purnamasari, & Ali, 2018: 13), Kualitas pelayanan juga diartikan sebagai kegiatan yang melayani dan memberikan kepuasan atau keinginan kepada nasabah terhadap produk atau jasa yang berupa harga yang wajar, kecepatan melayani, lokasi yang terjangkau, kenyamanan, serta, penampilan menarik.

Menurut (Lubis & Andayani, 2018: 234), Kualitas layanan adalah kinerja yang ditawarkan oleh satu orang ke orang lain. Kinerja ini bisa dalam bentuk perawatan tidak berwujud dan tidak menghasilkan pemilik barang. Prioritasnya adalah bahwa layanan adalah tindakan yang dilakukan oleh penjual kepada

pelanggannya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.

(Toriq, 2018: 73), Kualitas layanan juga membentuk totalitas dari karakteristik barang atau jasa yang memiliki kebutuhan yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan, sedangkan perusahaan yang bergerak di sektor jasa, kualitas layanan adalah hal yang meningkatkan keinginan perusahaan untuk mencapai kesuksesan.

Kualitas pelayanan menurut (Janahi & Al Mubarak, 2017: 2) adalah salah satu proses organisasi yang digunakan perusahaan untuk beradaptasi menumbuhkan persaingan, mendorong kesempatan bisnis, meningkatkan keuntungan, membuat pasar ekonomi menjadi lebih baik dan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pemahaman para ahli diatas mengenai kualitas pelayanan dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu pekerjaan dalam bentuk totalitas perusahaan dalam melayani nasabah atau oranglain yang tidak berwujud seperti jasa yang diberikan oleh perusahaan untuk memuaskan kebutuhan atau harapan nasabah.

#### **2.1.2.2.Prinsip Kualitas Pelayanan**

Menurut (Imansyah & Irawan, 2017: 329), kualitas jasa memiliki 6 prinsip yaitu:

1. *Leadership* (Kepemimpinan)

Strategi kualitas perusahaan harus idealis dan memiliki komitmen dari

manajemen puncak, manajemen puncak juga harus dapat memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitas perusahaan. Tanpa kepemimpinan dari manajemen puncak dapat mengakibatkan upaya untuk meningkatkan kualitas berdampak kecil pada perusahaan.

2. *Education* (Pendidikan)

Semua karyawan perusahaan dari mengelola direktur hingga karyawan operasional harus memiliki pendidikan yang berkualitas.

3. *Planning* (Perencanaan)

Perencanaan strategis harus mencakup tujuan dan kualitas yang digunakan dalam mencapai perusahaan untuk mencapai pertemuan.

4. *Review* Proses

*review* adalah langkah terakhir menuju manajemen puncak yang paling efektif dalam mengubah tugas operasional. ini adalah transisi yang dapat menjamin perhatian penuh dan berkelanjutan untuk mencapai tujuan itu.

5. *Communication* (Komunikasi)

Strategi kualitas dalam organisasi dapat dilakukan oleh proses komunikasi di dalam perusahaan. Komunikasi ini harus dilakukan oleh perusahaan, pelanggan, dan pemegang saham perusahaan lain, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat.

6. *Total Human Reward* (Penghargaan dan Pengakuan)

Penghargaan dan pengukuran menjadi penting dalam menerapkan strategi kualitas layanan. Karyawan yang memiliki kebutuhan yang baik perlu mendapatkan penghargaan dan motivasi lainnya dan juga dari semua

orang di organisasi yang ingin memberikan hasil yang bagus bagi perusahaan dan yang menginginkannya.

### **2.1.2.3.Faktor - faktor Kualitas Pelayanan**

Dalam hal ini kualitas pelayanan memiliki 10 faktor yang menilai kualitas pelayanan (Subagja & Susanto, 2019: 71-72) yaitu:

1. Keandalan  
Kinerja yang konsisten yaitu bahwa perusahaan harus memberikan layanan yang tepat pada waktu yang tepat, dan juga perusahaan menepati janjinya.
2. Responsif  
Kesediaan dan kesiapan karyawan untuk memberikan layanan terbaik.
3. Kompetensi  
Memiliki keterampilan dan pengetahuan yang akan dibutuhkan untuk melayani pelanggan.
4. Aksesibilitas  
Kemudahan menghubungi dan rapat. Ini berarti bahwa lokasi fasilitas mudah diakses, waktu tunggu tidak lama, dan saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi.
5. Kesopanan  
Termasuk rasa hormat, sopan santun, dan keramahan karyawan perusahaan.



6. Komunikasi

Biarkan konsumen mendapatkan informasi yang mereka butuhkan dan ingin mendengarkan keluhan atau permintaan dari pelanggan.

7. Kredibilitas

Jujur dan dapat dipercaya, kredibilitas mencakup nama baik perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi, dan interaksi dengan pelanggan perusahaan.

8. Keamanan

Aman dari rasa bahaya, risiko, dan keraguan. Dalam aspek ini termasuk keamanan fisik, keuangan, dan kerahasiaan.

9. Empati

Berusaha keras untuk memahami kebutuhan dan keinginan yang diinginkan oleh para pelanggannya.

10. Fisik

Berupa dalam aspek fasilitas, *display*, dan alat yang digunakan oleh karyawan perusahaan untuk melayani nasabah.

#### **2.1.2.4. Indikator – indikator Kualitas Pelayanan**

Ada 5 indikator menurut (Lubis & Andayani, 2018: 234) adalah sebagai berikut:

1. Bukti fisik (*Tangible*)

Layanan yang dapat dilihat atau dicium dan disentuh, adalah aspek-aspeknya berwujud menjadi faktor penting untuk pengukuran layanan.

2. Keandalan (*Reliability*)

Sesuai dengan perusahaan yang dijanjikan oleh perusahaan tepat waktu. Indikator penting ini, apakah kepuasan yang diharapkan akan berkurang jika apa yang diberikan tidak sesuai dengan harapannya.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

Keterampilan perusahaan dilakukan langsung oleh karyawannya untuk dapat memberikan layanan yang cepat dan responsif. Responsif ini dapat menumbuhkan efek positif pada kualitas yang diberikan.

4. Jaminan (*Assurance*)

Pengetahuan dan kebutuhan karyawan untuk menciptakan kepercayaan dan kebutuhan di perusahaan yang ditawarkan oleh karyawan perusahaan.

5. Empati (*Empathy*)

Kebutuhan dilakukan langsung oleh perusahaan untuk memperhatikan individu, termasuk kepekaan terhadap kebutuhan keuangan.

### **2.1.3. Kepuasan Nasabah**

#### **2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Nasabah**

Bagi (Wihananto, 2019: 3), kepuasan pelanggan merupakan perasaan pelanggan baik puas atau tidak karena evaluasi antar produk atau pelayanan yang diharapkan dengan produk atau layanan yang mereka terima.

(Razak 2018: 2), kepuasan nasabah adalah kondisi dinamis memiliki hubungan dengan layanan, produk, orang, alam, dan lingkungan yang memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Layanan bagus cerminan perusahaan yang

baik dalam menjalankan operasinya. Nilai-nilai kualitas layanan akan menjadi standar layanan pelanggan, atau memenuhi langsung atau tidak, dalam keadaan dan kondisi yang tidak stabil, diharapkan dapat terus memberikan layanan yang baik.

(Subagja & Susanto, 2019: 73) mengatakan kalau Kepuasan pelanggan adalah suatu kondisi di mana kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan dapat dipenuhi dengan produk yang digunakan. Nasabah memiliki kebutuhan, kemauan dan harapan yang berbeda, maka itu perusahaan harus meningkatkan produk agar harapan nasabah tersebut terpenuhi dan dampak ke perusahaan dinilai memiliki kepuasan nasabah yang bagus.

Kepuasan Nasabah menurut (Effendy, 2019: 126) mendefinisikan bahwa kepuasan nasabah harus menjadi hal yang diutamakan setiap perusahaan, kepuasan yang dimaksud adalah perasaan seseorang yang merasa senang atau sedih yang muncul setelah membandingkan hasil dari suatu produk atau layanan yang dilakukan dengan hasil yang diharapkan.

Menurut (Realize, 2018: 170) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai kesenangan atau kekecewaan orang-orang yang menggunakan produk atau layanan yang muncul karena membuat perbandingan antara kinerja dalam pikiran dan harapan mereka. Jika kinerja gagal memenuhi harapan itu, maka pelanggan akan merasa tidak puas, dan jika kinerja tampaknya sesuai dengan harapan itu maka pelanggan akan merasa puas. Tetapi jika kinerja melebihi harapan pelanggan, pelanggan akan puas dan bahagia.

Berdasarkan pemahaman para ahli teori mengenai kepuasan nasabah disimpulkan kalau kepuasan nasabah adalah keadaan yang dirasakan oleh nasabah dengan baik maupun tidak baik yang layanannya diharapkan produk dan jasa yang diberikan pegawai melalui membandingkan kinerja diberikan dengan ekspektasi yang nasabah harapkan.

### **2.1.3.2.Faktor - faktor Kepuasan Nasabah**

Menurut (Atmaja, 2018: 51), yang mempengaruhi faktor kepuasan nasabah antara lain:

1. Kualitas produk

Nasabah akan puas jika hasil karyawan menunjukkan bahwa produk dan layanan yang digunakan pelanggan berkualitas tinggi.

2. Kualitas pelayanan atau jasa

Pelanggan bisa merasa puas jika pelanggan mendapatkan layanan yang baik dan sesuai dengan apa yang dia harapkan.

3. Emosi

Nasabah akan merasa bangga jika orang lain kagum dengan pelanggan ketika menggunakan produk yang disediakan oleh perusahaan yang memiliki merek tertentu dan cenderung memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4. Harga

Setiap produk memiliki kualitas yang sama tetapi memiliki harga murah yang akan memiliki nilai lebih tinggi kepada nasabah.

#### 5. Biaya

Nasabah tidak mengeluarkan biaya tambahan dan membuang waktu untuk mendapatkan produk atau layanan yang cenderung puas dengannya.

#### **2.1.3.3. Manfaat Kepuasan Nasabah**

Manfaat dari kepuasan yang diberikan oleh perusahaan terhadap nasabah (Atmaja, 2018: 51) adalah:

1. Relasi antara perusahaan dengan nasabah menjadi damai.
2. Membuktikan dasar yang baik bagi mereka yang melakukan pembelian berulang.
3. Mendorong ciptanya kesetiaan atau loyalitas pada nasabah.
4. Terjadinya saran dari mulut pelanggan ke mulut pelanggan lain (Word of Mouth) yang berdampak pada laba dan reputasi perusahaan.
5. Keuntungan perusahaan akan naik.

#### **2.1.3.4. Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Empat pengukuran kepuasan nasabah menurut (Atmaja, 2018: 52) yaitu:

##### 1. Sistem Keluh dan Saran

Perusahaan yang berorientasi pada kebutuhan (berorientasi pada pelanggan) perlu memberikan peluang untuk akses yang mudah dan nyaman bagi pelanggan yang memberikan saran atau kritik. Barang-barang yang digunakan biasanya berisi kotak saran yang ditempatkan di lokasi yang strategis, atau bisa berupa kartu komentar, atau saluran telepon bebas pulsa khusus oleh perusahaan, dan situs web pengaduan.

## 2. *Ghost Shopping (mystery shopping)*

Cara menerima pandangan sekilas tentang kepuasan pembeli dengan mengumpulkan pembeli hantu yang menerima dengan berpura-pura menjadi pembeli potensial produk potensial dan juga mendukung mereka. Pembantu hantu ini sedang mencoba berinteraksi dengan staf jaksa penuntut oleh perusahaan yang menggunakan produk atau layanan dari perusahaan-perusahaan ini.

## 3. Lost Customer Analysis

Perusahaan akan membeli produk yang telah dikeluarkan atau membeli produk atau layanan yang disediakan dan pindah ke produk atau layanan perusahaan sehingga dapat dipertanyakan, ini bisa terjadi dan menjadi tolok ukur untuk peningkatan dan peningkatan produk dan layanan yang akan datang.

## 4. Survei kepuasan konsumen

Penelitian kepuasan dapat dilakukan dengan metode survei, baik itu survei melalui telepon, email atau situs web, dapat juga melalui wawancara langsung, dengan hal-hal yang dilakukan perusahaan akan mendapat tanggapan dan tanggapan langsung dari mereka yang dapat memberikan tanggapan positif melalui perusahaan perhatian penuh. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan ukuran SERVQUAL (kualitas layanan) yang dibuat dengan mempertimbangkan dua faktor, yaitu memperkirakan pendapatan untuk layanan.

### **2.1.3.5. Indikator - indikator Kepuasan Nasabah**

(Razak, 2018: 5) menyatakan bahwa terdapat tiga indikator – indikator kepuasan nasabah sebagai berikut:

1. *Repurchase* (pembelian kembali)

Dalam dunia perusahaan perbankan diartikan sebagai minat oleh nasabah yang akan berkunjung kembali ke perusahaan tersebut.

2. Terciptanya *Word of Mouth* (mulut ke mulut)

Ketersediaan nasabah dalam merekomendasikan produk maupun jasa dengan menyebarkan berita baik tentang perusahaan bank yang berkait dengan masyarakat yang belum memakai produk dan jasa.

3. Kesesuaian Harapan

Dalam hal ini dimaksud kesamaan antar kerja karyawan dan harapan yang diharapkan oleh nasabah.

## **2.2. Penelitian Terdahulu**

Beberapa merupakan hasil dari penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dengan penelitian yang peneliti lakukan. Peneliti mempelajari penelitian bersangkutan dengan yang peneliti lakukan agar lebih mudah menyelesaikan penelitian ini.

**Tabel 2.1** Penelitian Terdahulu

No.	Nama ( tahun )	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1.	(Winarno <i>et al.</i> , 2018) ISSN 2303-1174 Google Scholarship	Analisis Pelayanan Konsumen dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen Kedai Kopi Maxx Coffe Cabang Hotel Aryaduta Manado	Regresi Liner Berganda	1. Layanan Pelanggan, Fasilitas memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi Aryaduta Manado. 2. Layanan Konsumen secara langsung memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di kedai kopi Aryaduta Manado Hotel.
2.	(Pantilu, 2018) ISSN 2303-1174 Google Scholarship	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warunk Bendito Kawasan Megamas Manado	Regresi Liner Berganda	Kualitas layanan, harga, dan fasilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan



Tabel 2.1 Lanjutan

3.	(Kurniawan, 2016) e-ISSN: 2528-2948 DOAJ	Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan Citra Terhadap Niat Konsumen untuk Word of Mouth dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi (Survei pada BPJS di Kabupaten Ponorogo)	Teknik Non probability Sampling	Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Gambar memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan
4.	(Munawir, 2018) ISSN: 2599-3348 SCOPUS	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Foto Copy Awy Comp Di Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Tegalsari Banyuwangi	Regresi Linear Berganda	Kualitas Layanan dan Fasilitas memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 2.1 Lanjutan

5.	(Atmaja, 2018) E-ISSN: 2549 – 8932 Google Scholarship	Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas pada Bank BJB	Teknik Non probability Sampling	Kualitas layanan akan berdampak pada loyalitas pelanggan di Bank BJB.
6.	(Smaradhana & Lutfie, 2017)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Fasilitas Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan Di The 101 Hotel Bandung Dago	Regresi Linear Berganda	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas layanan di The 101 Hotel Bandung Dago memiliki persentase 85,89% yang berarti bahwa kualitas layanan dinyatakan baik.</li> <li>2. Perusahaan menyediakan fasilitas di The 101 Hotel Bandung Dago memiliki persentase 85,95% yang berarti bahwa fasilitas fisik The 101 Hotel Bandung Dago dinyatakan sangat baik.</li> <li>3. Pengaruh kualitas layanan dan fasilitas fisik memiliki hasil positif pada kepuasan pelanggan.</li> </ol>

Tabel 2.1 Lanjutan

7.	(Batam, 2020) ISSN: 2337778X Google Scholarship	Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Holiday Hotel Di Kota Batam	Teknik Purposive Sampling	<p>1. Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Holiday Hotel di Batam.</p> <p>2. Kualitas Layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan terhadap Hotel Liburan di Batam.</p> <p>3. Fasilitas dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh signifikan untuk kepuasan pelanggan di Holiday Hotel di Batam.</p>
----	---	--	---------------------------	---

### **2.3. Hubungan antar variabel**

#### **2.3.1. Pengaruh Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh (Apriyadi, 2017) dengan judul Analisis Pengaruh Ketepatan Waktu, Fasilitas dan Harga Tiket Terhadap Kepuasan Penumpang Kereta Api di Stasiun Purwosari. Dengan hasil hipotesis menyatakan bahwa fasilitas tersebut berpengaruh positif terhadap kepuasan penumpang kereta api di Stasiun Purwosari terbukti. Begitu juga dengan Penelitian (Vonny, 2016) dengan judul Pengaruh Pelatihan, Fasilitas Kerja dan Kompensasi terhadap Kepuasan Kerja Karyawan di PT United Tractors Cabang Manado menyatakan bahwa hipotesis menemukan bahwa fasilitas kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan kerja (Y) di PT. United Tractors Cabang Manado. Selanjutnya penelitian (Batam, 2020) dengan judul Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan menuju Kepuasan Pelanggan di Holiday Hotel di Kota Batam. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis bahwa fasilitas mempengaruhi kepuasan pelanggan.

#### **2.3.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah**

Penelitian yang dilakukan oleh (Setiawan & Sayuti, 2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Kepercayaan pada Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. Penelitian ini dilakukan di Koperasi Rejo Agung Sukses yang berlokasi di Ngaliyan Semarang. Hipotesis yang diperoleh menyatakan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

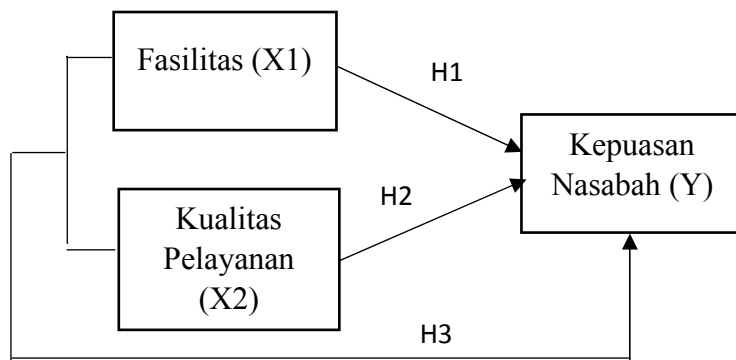
Begitu juga dengan Penelitian (Realize, 2018) yang melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Promosi Kepuasan Pelanggan di PT. Stainlessindo Anugrah Karya Di Kota Batam. Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal tersebut juga sama dengan Penelitian (Imansyah & Irawan, 2017) yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Kerta Style Literature Cabang Kandungan memiliki hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

### **2.3.3. Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah**

Penelitian (Putra & Afandi, 2018) berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Tata Letak Fasilitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Di Atria Hotel Malang, hasil hipotesis menyatakan bahwa variabel kualitas layanan dan fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sama halnya (Smaradhana & Lutfie, 2017) dengan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Fasilitas Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan Di The 101 Hotel Bandung Dago menyatakan hasil hipotesis bahwa kualitas dan fasilitas layanan memiliki efek stimulan pada kepuasan pelanggan. Penelitian selanjutnya sama halnya dengan sebelumnya. Penelitian (Saputra Adi Angga, 2018) yang berjudul Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Layanan untuk Kepuasan Pasien. Penelitian ini dilakukan di Klinik Rawat Inap Kartika Kediri, hasil hipotesis menunjukkan bahwa hubungan antara fasilitas dan kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien di Klinik Rawat Inap Kartika Kediri.

## 2.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran memberikan gambaran tentang hubungan antara variabel dependen (dependen) dengan variabel independen (bebas). Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah Kepuasan Pelanggan (Y), variabel independen adalah Fasilitas (X1) dan Kualitas Layanan (X2). Berikut ini adalah kerangka berpikir yang digunakan sebagai dasar untuk berpikir dalam penelitian ini.



**Gambar 2.1** Kerangka Pemikiran

## 2.5. Hipotesis

Menurut (Toriq, 2018: 81), tanggapan yang berciri temporer oleh penelitian yang tinggal di ujicoba .

Berdasarkan rumusan masalah, maka dalam penelitian ini memberikan hipotesis sebagai berikut:

1. H1: Terdapat pengaruh positif fasilitas (X1) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Negara Indonesia di kota Batam.

2. H2: Terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Negara Indonesia di kota Batam.
3. H3: Terdapat pengaruh positif fasilitas (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah (Y) pada PT. Bank Negara Indonesia di kota Batam.

## **BAB III**

### **Metode Penelitian**

#### **3.1. Desain Penelitian**

Desain penelitian adalah alat yang digunakan dalam penelitian di mana peneliti tergantung pada apakah hasil penelitian berhasil atau tidak dengan penelitian yang dilakukan. Desain penelitian ini dianggap sebagai alat penuntun bagi peneliti yang dalam proses penentuan instrumen pengumpulan data, penentuan sampel, pengumpulan data dan alat analisis. (Nikmatur, 2017: 63)

Metode yang digunakan dalam perancangan penelitian ini adalah metode asosiatif dan deskriptif, yaitu jenis penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh dua atau lebih variabel. (Pantilu, 2018: 3726) Metode ini dikatakan kuantitatif jika dalam bentuk data penelitian dalam bentuk angka. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dan penelitian dilakukan untuk mengetahuinya pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia KCU Batam.

Adapun langkah-langkah yang akan dilakukan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Latar belakang penelitian dan perumusan masalah
2. Studi pustaka
3. Metode Penelitian
4. Pembagian Kuisisioner
5. Penyerahan Kuisisioner



6. Pengolahan data
7. Analisis data
8. Kesimpulan

### **3.2. Operasional Variabel**

Menurut (Toriq, 2018: 83), Definisi operasional adalah hal melekat pada variabel dengan menentukan tindakan yang diperlukan untuk mengukur variabel dan makna operasional dari ini akan menjelaskan variabel, sehingga peneliti akan melakukan pengukuran dengan cara yang sama dan mengembangkan metode pengukuran yang lebih baik.

#### **3.2.1. Variabel Independen**

Menurut (Nikmatur, 2017: 66), variabel ini disebut variabel perangsang (*stimulus*) dan prediktor dan mendahului (*antecedent*). Dalam arti bahasa indonesia disebut variabel independen yang merupakan variabel yang memunculkan variabel dependen (terikat). Penelitian ini memiliki dua variabel independen, yaitu fasilitas dan kualitas layanan (X). Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen atau variabel yang menyebabkan variabel dependen berubah.

#### **3.2.2. Variabel Dependen**

Menurut (Nikmatur, 2017: 66), Variabel ini adalah variabel output atau variabel dependen karena variabel dependen berarti bahwa variabel tersebut terpengaruh atau memiliki pengaruh karena ada variabel independen. Dikatakan variabel dependen karena variabel ini dipengaruhi oleh variabel bebas / variabel bebas.

Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah kepuasan pelanggan (Y).

Secara keseluruhan variabel, pengertian variabel, indikator variabel dan skala pengukuran data akan dilampirkan pada tabel:

**Tabel 3.1** Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
<b>Fasilitas (X1)</b>	Penyediaan perlengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para nasabah dalam melaksanakan aktivitas atau kegiatan, sehingga kebutuhan nasabahnya dapat terpenuhi berada dibank.	Pertimbangan/perencanaan spasial Perencanaan ruang Perlengkapan/peralatan Tata cahaya dan warna Pesan-pesan yang disampaikan secara grafis. Unsur pendukung	Likert
<b>Kualitas Pelayanan (X2)</b>	Suatu kegiatan melayani yang diberikan kepada nasabah untuk memberikan rasa puas terhadap suatu produk atau jasa yang dapat berupa harga yang wajar, kecepatan melayani, lokasi yang terjangkau, kenyamanan, serta, penampilan menarik.	Bukti fisik ( <i>Tangible</i> ) Keandalan ( <i>Reliability</i> ) Ketanggapan ( <i>Responsiveness</i> ) Jaminan ( <i>Assurance</i> ) Empati ( <i>Empathy</i> )	Likert
<b>Kepuasan Pelanggan (Y)</b>	Suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan nasabah dapat terpenuhi melalui produk yang di konsumsi. Nasabah memiliki kebutuhan, keinginan dan harapan yang berbeda	<i>Re-purchase</i> 2. Menciptakan <i>Mouth to Mouth</i> Kesesuaian Harapan	Likert

Sumber: Peneliti, 2020

### **3.3. Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1. Populasi**

Populasi pada penelitian ini didasarkan dengan data yang telah diberikan dari HRD PT. Bank BNI adalah jumlah nasabah baru debitur/kreditur dan penyimpanan yang sering melakukan transaksi di bulan Desember melalui *Teller* Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Utama di Kota Batam sebanyak 249 nasabah.

#### **3.3.2. Sampel**

Pada penelitian ini, karena jumlah populasi nasabah di Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Utama Batam 249 nasabah. Peneliti menentukan jumlah sampel dengan teknik sampel jenuh dengan semua pelanggan yang dianggap cocok sebagai sumber data yang telah menggunakan produk atau layanan di perusahaan.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1. Teknik Pengumpulan Data**

Menurut (Febriansyah, 2017: 23), adalah bentuk pengumpulan data yang mempunyai tujuan penggambaran dan memberikan keadaan yang ada di dalam perusahaan.

##### **1. Data Primer**

Menurut (Febriansyah, 2017: 23) data primer adalah data yang diberikan dari pihak pertama kepada pengumpul data melalui wawancara. Teknik pengumpulan data ini juga dapat dilakukan dengan cara wawancara, kuesioner

dan observasi.

i. Kuesioner (angket)

Teknik pengumpulan data itu bisa dilakukan dengan memberikan beberapa pertanyaan yang diberikan oleh peneliti atau pernyataan untuk responden yang harus dijawab. Kuisisioner juga merupakan teknik yang sangat efisien ketika peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang diukur dan apa yang dapat diharapkan dari responden. Kuisisioner juga dapat digunakan jika jumlah responden besar dan tersebar di wilayah yang luas.

2. Data Sekunder

Menurut (Febriansyah, 2017: 24) merupakan salah satu cara membaca, pelajari dan memahami hanya dengan ketersediaanya dengan sumber sebelum.

### **3.4.2. Alat Pengumpulan Data**

Alat yang digunakan untuk pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner sebagai tanggapan dari responden dan akan didistribusikan kuesioner ke para nasabah baru yang sering melakukan transaksi melalui *teller* pada Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Utama di Kota Batam. Pengukuran skala yang diguna dalam penelitian ini adalah skala *likert*. Menurut (Pangarso, Fajar Firdaus, & K. Moeliono, 2016: 57), skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat seseorang, bisa juga persepsi seseorang atau fenomena sosial seseorang.

Menurut (Sulistyaningrum, 2018) untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban dapat diberi skor:

1. 5 = Sangat Setuju
2. 4 = Setuju
3. 3 = Rata-rata
4. 2 = Tidak Setuju
5. 1 = Sangat Tidak Setuju

### **3.5. Metode Analisis Data**

Menurut (Razak, 2018: 8) dalam penelitian dibutuhkan analisis data dan interpretasi yang memiliki tujuan dalam menjawab pertanyaan penelitian untuk mengekspresikan fenomena sosial tertentu. Uji asumsi adalah analisis tes sebelum menguji hipotesis. Penelitian statistik dalam uji analisis data adalah uji asumsi dasar dan uji asumsi yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearity, uji autokorelasi, dan uji heteroskedastisitas.

#### **3.5.1. Analisis Deskriptif**

Menurut (Smaradhana & Lutfie, 2017: 475), Analisis deskriptif dapat dilakukan dengan mengetahui dan dapat digunakan untuk menjelaskan karakteristik variabel yang akan diteliti. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memberikan para peneliti dengan sejarah dan untuk menggambarkan aspek yang relevan dengan peristiwa yang menjadi perhatian dari perspektif seseorang, organisasi, orientasi industri, atau lainnya.

### 3.5.2. Uji Kualitas Data

#### 3.5.2.1. Uji Validitas Data

Menurut (Smaradhana & Lutfie, 2017: 579), Pengujian validitas data juga digunakan untuk mengukur validitas kuesioner. Sebuah kuesioner akan dianggap valid jika pertanyaan pada kuesioner mengungkapkan sesuatu yang diukur dengan kuesioner. Dalam hal ini item pertanyaan yang diharapkan dapat secara tepat mengekspresikan variabel yang akan diukur.

Menurut (Yusup, 2018: 20) rumus untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi

*pearson product moment* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r = \frac{nS_{XF} - S_X S_F}{\sqrt{(n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)(n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2)}} \quad \text{Rumus 3.1 Rumus Validitas}$$

(*Pearson Product Moment*) Sumber: (Yusup, 2018)

Keterangan:

$r$  = koefisien korelasi.  $X$  = skor butir.

$Y$  = skor butir total.

$N$  = jumlah sampel (responden).

Nilai koefisien validitas berkisar dari +1,00 hingga -1,00. Nilai koefisien +1,00 menunjukkan bahwa individu pada instrumen tes dan kriteria tes, memiliki hasil yang relatif sama, sedangkan jika koefisien validitas adalah 0 menunjukkan bahwa tidak ada hubungan antara instrumen dengan kriteria. Semakin tinggi nilai koefisien validitas suatu instrumen, semakin baik.

### 3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Menurut (Moha & Loindong, 2016: 579), Alat yang digunakan sebagai kuesioner mengukur indikator variabel. Kuisisioner dapat dianggap andal atau andal jika jawaban responden terhadap pernyataan stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini, adalah dengan menggunakan fasilitas SPSS.

Menurut (Yusup, 2018: 22) Pengujian reliabilitas menggunakan uji Alfa Cronbach dilakukan Dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{11} = \left( \frac{n}{n-1} \right) \left( \frac{S^2 - \sum pq}{S^2} \right)$$

**Rumus 3.2** Uji Reliabilitas

Sumber: (Yusup, 2018)

Keterangan:

$r$  = koefisien *reliability instrument (cronbach's alfa)*.

$k$  = banyaknya butir

pertanyaan.  $\sum \sigma_b^2$  = total

varian butir.

$V_1^2$  = total varian

### **3.5.3. Uji Asumsi Klasik**

#### **3.5.3.1. Uji Normalitas**

Menurut (Moha & Loindong, 2016: 1077), menentukan apakah uji normalitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi, variabel independen dan variabel dependen keduanya memiliki distribusi data normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan grafik histogram dan grafik peluang (*probability p plot*).

Menurut (Moha & Loindong, 2016: 1079), untuk melihat normalitas adalah jika titik tersebut masih di sekitar garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa residu menyebar secara normal. Kurva histogram, model memenuhi asumsi normalitas jika bentuk kurva simetris tidak ke kiri atau kanan.

#### **3.5.3.2. Uji Multikolinearitas**

Menurut (Moha & Loindong, 2016: 1077), untuk menguji apakah model regresi menemukan korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Multikolinearitas dapat dilihat dari nilai toleransi dan variance inflation factor (VIF). Nilai cut-off yang biasa digunakan untuk menunjukkan multikolinieritas adalah nilai toleransi  $<0,10$  atau sama dengan nilai  $VIF > 10$ . Pengambilan keputusan dalam menentukan ada atau tidaknya multikolinieritas adalah dengan kriteria sebagai berikut:



1. Jika nilai VIF > 10 atau jika nilai toleransi < 1 maka ada multikolinearitas dalam model regresi.
2. Jika nilai VIF < 10 atau jika nilai toleransi > 1 maka tidak ada multikolinearitas dalam model regresi

### 3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Moha & Loindong, 2016: 1077), berpendapat bahwa uji heteroskedastisitas ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat variasi yang tidak sama dalam residu dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Model regresi yang baik bukanlah heteroskedastisitas. Cara untuk mendeteksi non-heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel dependen.

### 3.5.4. Uji Pengaruh

#### 3.5.4.1. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut (Moha & Loindong, 2016: 579), Analisis regresi linier berganda adalah metode statistik umum yang digunakan untuk menguji hubungan antara variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Formula untuk metode Analisis Regresi Berganda adalah sebagai berikut:

$$\boxed{Y' = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n} \quad \text{Rumus 3.3 rumus analisis regresi}$$

linear berganda. Keterangan:

Y = kepuasan konsumen

X1 dan X2 = Variabel Independen

b1-2= Koefisien parsial untuk masing-masing variabel X1, X2.

A = konstanta

#### 3.5.4.2. Analisis Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Menurut (Tanamal, 2017: 127), Determinasi *Coefficient Test* (R<sup>2</sup>) yang bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan suatu model untuk menjelaskan variasi dari variabel dependen. Koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas atau tidak memengaruhi, jika R<sup>2</sup> mendekati 1 maka variabel independen memengaruhi atau menyediakan hampir semua informasi yang dibutuhkan..

#### 3.5.5. Uji Hipotesis

Menurut (Mahendra, 2015: 75), Pengujian hipotesis adalah pengujian semua hipotesis yang diajukan, yaitu H1, H2, H3, H4, H5, H6, dan H7. Metode pengujian hipotesis dalam penelitian ini, sebagai berikut:

H0:  $\beta_i = 0$ , berarti bahwa variabel independen (X) tidak berarti variabel yang disepakati (Y).

Ha:  $\beta_i > 0$ , berarti bahwa variabel independen (X) memiliki efek positif pada variabel yang disepakati (Y).

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat hasil analisis koefisien regresi, yaitu:

1. Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka H0 ditolak dan Ha diterima.
2. Apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka H0 diterima dan Ha ditolak.

### 3.5.5.1. Uji T

Menurut (Putra & Afandi, 2018: 547), Statistik uji t pada dasarnya menunjukkan sejauh mana pengaruh satu variabel penjelas / independen secara individual dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Kriteria untuk pengambilan keputusan adalah jika  $t_{hitung} > T_{tabel}$  dan  $Sig. < 0,05$  ( $p < 0,05$ ) maka  $H_0$  ditolak dan rumus uji T adalah sebagai berikut:

Rumus t hitung adalah sebagai berikut

$$= \frac{\bar{R} \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-R^2}} \quad \text{Rumus 3.4 Uji T}$$

**sumber:** (Kusumawardani, Andanawarih, & Lansia, 2018)

Keterangan:

R = Koefisien korelasi

$R^2$  = Koefesien determinasi

n = Banyaknya sampel

Menurut (Kusumawardani et al., 2018) ketentuan uji T bila:

1. Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$  dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen mempengaruhi variabel dependen..
2. Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$  dengan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan ditolak, maka dapat dihilangkan karena variabel independen tidak diperlukan pada variabel dependen.

### 3.5.5.2. Uji F

Menurut (Kusumawardani *et al.*, 2018: 3) Untuk menguji analisis hipotesis secara simultan digunakan koefisien korelasi berganda (R) dan koefisien determinasi berganda (R<sup>2</sup>). Koefisien determinasi berganda digunakan untuk mengetahui kedekatan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan dengan melihat apakah nilai koefisien yang diperoleh berbeda signifikan atau tidak dengan menggunakan uji F antara Hitung F dengan tabel F pada tingkat kepercayaan 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Rumus uji f adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{(r_{y12})^2}{1-(r_{y12})^2} \cdot \frac{[n-k-1]}{k} \quad \text{Rumus 3.5 Uji F}$$

Sumber: (Kusumawardani *et al.*, 2018) Keterangan:

- R<sup>2</sup> = Koefisien Derteminasi  
 K = Banyaknya variabel bebas  
 n = banyaknya sampel

Menurut (Kusumawardani *et al.*, 2018) kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. Apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , dengan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , dengan nilai signifikan lebih dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

### 3.6. Lokasi Penelitian dan Jadwal Penelitian

#### 3.6.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di PT Bank Negara Indonesia (Persero)

Tbk Kantor Cabang Utama Batam.

#### 3.6.2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu Maret 2020 sampai bulan Agustus 2020 hingga berakhirnya tugas dalam penulisan skripsi ini.

**Tabel 3.2** Jadwal Penelitian

Kegiatan	Maret	April				Mei			Juni		
	28	4	11	18	25	2	23	30	13	20	27
Latar Belakang Penelitian											
Perumusan Masalah Penelitian											
Studi Pustaka											
Metodologi Penelitian											
Pembagian Kuesioner											
Penyerahan Kuesioner											
Pengolahan Data											
Analisis Hasil											
Kesimpulan											
Pengumpulan Softcover											

Sumber: Peneliti, 2020