

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN
INTERNET BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA PT BANK SINARMAS DI BATAM**

SKRIPSI



Oleh :

Selly Purnamasari

160610049

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN AKADEMIK 2019/2020**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN
INTERNET BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA PT BANK SINARMAS DI BATAM**

SKRIPSI



Oleh :

Selly Purnamasari

160610049

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN AKADEMIK 2019/2020**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya :

Nama : Selly Purnamasari

NPM : 160610049

Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat dengan judul :

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan *Internet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Sinarmas di Batam

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

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun.

Batam, 15 Februari 2020

Yang membuat pernyataan,

Selly Purnamasari

160610049

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN *INTERNET*
BANKING TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK
SINARMAS DI BATAM**

SKRIPSI
Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar sarjana

Oleh :
Selly Purnamasari
160610049

Telah disetujui oleh pembimbing
Pada tanggal seperti yang tertera dibawah ini

Batam, 15 Februari 2020

(Dr.Hendri Herman, S.E., M.Si.)
Pembimbing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan gambaran variabel kualitas pelayanan, fasilitas, internet banking dan kepuasan nasabah serta menganalisis secara persial dan simultan kualitas pelayanan, fasilitas dan internet banking terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam. Populasi yang diteliti dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank Sinarmas di Batam khususnya kantor kas rafflesia yang berjumlah 185 nasabah. Sampel pada penelitian ini berjumlah 126 nasabah dengan teknik *probability sampling*. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode analisis uji regresi linier berganda. Uji kualitas data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas yang menunjukkan bahwa indikator yang digunakan itu valid untuk mengukur variabel yang ada. Dari hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan yaitu kualitas pelayanan, fasilitas dan *internet banking* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam.

Kata kunci: *Kulaitas Pelayanan, Fasilitas, Internet Banking, Kepuasan Nasabah.*

ABSTRACT

This study aims to describe the variable quality of service, facilities, internet banking and customer satisfaction as well as analyze in a timely and simultaneous manner the quality of services, facilities and internet banking to customer satisfaction at the PT Bank Sinarmas in Batam. The population studied in this study were customers of PT Bank Sinarmas, the cash office of Raflessia Batam Centre, totaling 185 customers. The sample in this study amounted to 126 customers with probability sampling techniques.. This type of research is quantitative research. This study uses a multiple linear regression test analysis method. Test the quality of the data used in this study using the validity and reliability test which shows that the indicators used are valid for measuring existing variables. From the results of this study concluded that the quality of service. Facilities and internet banking have a positive and significant effect on customer satisfaction at PT Bank Sinarmas in Batam.

Keywords: Service Quality, Facilities, Internet Banking, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan kemudahan, karunia dan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi sastra satu (S1) pada Program Studi Manajemen Perbankan Universitas Putera Batam.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak sehingga memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Untuk ini dengan segenap kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr.Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Ibu Rizki Tri Anugrah Bakhti, S.H., M.H.
3. Ketua Program Studi Manajemen Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.
4. Dr.Hendri Herman, S.E., M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia memberikan masukan dan nasehat kepada penulis.
5. Dosen dan seluruh staff Universitas Putera Batam
6. Kepada kedua orang tua saya yaitu Ibu Lestari dan Bapak Mulyono serta keluarga tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, bantuan dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.
7. Terimakasih kepada Ibu Rukimah selaku Supervisor di PT Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian.

8. Spesial tanda terimakasih untuk Rizki Amalia Anggraini, Addis Revindha, Rahman Mustaqim, Nora, terimakasih atas dorongan semangat, canda tawa dan bantuan yang diberikan selama saya menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman sebimbing dan seangkatan selaku sahabat seperjuangan penulis yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
10. Para responden yang telah meluangkan segenap waktunya untuk mengisi dan memberikan pendapat pada kuesioner.
11. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu atas segala bantuan baik moril maupun materil.

Semoga segala bantuan dan kebaikan tersebut mendapat limpahan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan tambahan pengetahuan, wawasan yang semakin luas bagi pembaca.

Batam, 15 Februari 2020

Selly Purnamasari

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR RUMUS	x
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Batasan Masalah.....	9
1.4 Rumusan Masalah	9
1.5 Tujuan Penelitian	10
1.6 Manfaat Penelitian	10
1.6.1 Manfaat Teoritis	10
1.6.2 Manfaat Praktis	11
BAB II	12
TINJAUAN PUSTAKA	12
2.1 Kajian Teori	12
2.1.1 Kualitas Pelayanan	12
2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2.1.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan	14
2.1.1.3 Manfaat Kualitas Pelayanan	15
2.1.1.4 Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan	15
2.1.2 Fasilitas	16
2.1.2.1 Pengertian Fasilitas	16
2.1.2.2 Faktor-Faktor Dalam Merancang Fasilitas.....	17
2.1.2.3 Karakteristik Fasilitas.....	18
2.1.2.4 Indiktaor-Indikator Fasilitas	18
2.1.3 Internet Banking.....	18
2.1.3.1 Pengertian Internet Banking.....	18
2.1.3.2 Jenis Sistem Keamanan Internet Banking.....	21
2.1.3.3 Faktor Yang Mempengaruhi Internet Banking	22
2.1.3.4 Indikator-Indikator Internet Banking	22
2.1.4 Kepuasan Nasabah	23

2.1.4.1	Pengertian Kepuasan Nasabah	23
2.1.4.2	Ciri-Ciri Kepuasan Nasabah	24
2.1.4.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	25
2.1.4.4	Indikator-Indikator Kepuasan Nasabah.....	26
2.2	Penelitian Terdahulu	26
2.3	Kerangka Pemikiran.....	33
2.4	Hipotesis.....	35
BAB III.....		37
METODE PENELITIAN		37
3.1	Desain Penelitian.....	37
3.2	Operasional Variabel.....	37
3.2.1	Variabel Bebas (Independen).....	38
3.2.2	Variabel Terikat (Dependen).....	40
3.3.	Populasi dan Sampel	42
3.3.1	Populasi	42
3.3.2	Sampel.....	43
3.4	Teknik Dan Alat Pengumpulan Data	45
3.5	Metode Analisis Data.....	46
3.5.1	Analisis Deskriptif	47
3.5.2	Uji Kualitas Data.....	47
3.5.3	Uji Asumsi Klasik.....	49
3.5.4	Uji Pengaruh	51
3.6	Lokasi dan Jadwal Peneliti.....	54
3.6.1	Lokasi Penelitian.....	54
BAB IV.....		56
HASIL DAN PEMBAHASAN		56
4.1	Profil Responden.....	56
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	58
4.1.4	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	59
4.2	Hasil Penelitian	59
4.2.1	Analisis Deskriptif	60
4.2.1.1	Variabel Kualitas Pelayanan	60
4.2.1.2	Variabel Fasilitas.....	61
4.2.1.3	Variabel Internet Banking	62
4.2.1.4	Variabel Kepuasan Nasabah	63
4.2.2	Uji Kualitas Data.....	64
4.2.2.1	Hasil Uji Validitas.....	64
4.2.2.2	Hasil Uji Reliabilitas	67

4.2.3	Uji Asumsi Klasik	68
4.2.3.1	Hasil Uji Normalitas	68
4.2.3.2	Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
4.2.3.3	Hasil Uji Heterokedastisitas.....	72
4.2.4	Uji Pengaruh	73
4.2.4.1	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	73
4.2.4.2	Hasil Analisis Koefisien Determinasi	75
4.2.5	Uji Hipotesis	75
4.2.5.1	Hasil Uji T.....	75
4.2.5.2	Hasil Uji F.....	77
4.2.6	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam.....	78
4.2.7	Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam.....	79
4.2.8	Pengaruh Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam.....	80
4.2.9	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Internet Banking Secara Bersama-sama Berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam.....	81
BAB V.....		83
PENUTUP.....		83
5.1	Kesimpulan	83
5.2	Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA		85

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	30
Tabel 3.1	Operasional Variable Penelitian.....	41
Tabel 3.2	Jadwal Penelitian	55
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	58
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.5	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan	60
Tabel 4.6	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Fasilitas.....	61
Tabel 4.7	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Internet Banking	62
Tabel 4.8	Hasil Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan Nasabah.....	63
Tabel 4.9	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan	65
Tabel 4.10	Hasil Uji Validitas Variabel Fasilitas.....	65
Tabel 4.11	Hasil Uji Validitas Variabel Internet Banking.....	66
Tabel 4.12	Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah	67
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas.....	68
Tabel 4.14	Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	71
Tabel 4.15	Hasil Uji Multikolinearitas.....	72
Tabel 4.16	Hasil Analisis Linear Berganda	73
Tabel 4.17	Hasil Koefisien Determinasi	75
Tabel 4.18	Hasil Uji T.....	76
Tabel 4.19	Hasil Uji F.....	77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	35
Gambar 4.1 Histogram Regression Residual	69
Gambar 4.2 Diagram Normal P-P Plot Regression Standardized.....	70
Gambar 4.3 Grafik Scatterplot	73

DAFTAR RUMUS

Rumus 3.1 Slovin.....	44
Rumus 3.2 Corelation Product Moment	48
Rumus 3.3 Persamaan Regresi Linier Berganda.....	51
Rumus 3.4 Rumus Koefisien Determinasi.....	52

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Saat ini untuk mendapatkan hasil dan tujuan, perkembangan bisnis sudah di tuntut bagaimana memberikan kepuasan nasabah dalam sebuah perusahaan. Perusahaan juga harus mampu membangun kinerja yang lebih untuk mencapai kepuasan nasabah. Pada dasarnya tujuan suatu perusahaan yaitu bagaimana membuat nasabah merasa puas. Keberadaan sumber daya manusia merupakan peranan penting dalam sebuah perusahaan. Kemampuan setiap sumber daya manusia dalam suatu perusahaan harus dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya agar mampu menghasilkan *output* yang maksimal. Setiap perusahaan selalu berusaha untuk meningkatkan kinerja karyawannya, sehingga akan tercapai tujuan yang memberikan kepuasan para nasabah.

Penyataan ini didukung oleh Rahman (2019: 3) yang menyatakan bahwa kepuasan nasabah sangat diutamakan dalam suatu perusahaan agar nasabah tidak berpaling ke perusahaan lainnya. Tingkat kepuasan nasabah yang tinggi mampu mengangkat pandangan nasabah terhadap perusahaan tersebut, sehingga membuat tingkat usaha menjadi lebih baik. Keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya sumber daya manusia, karena pada dasarnya sumber

daya manusia ialah pelaku dari suatu perusahaan yang mampu memanfaatkan sumber daya manusia lainnya.

Dalam dunia bisnis terutama perbankan merupakan bisnis yang memerlukan suatu kepercayaan, sehingga masalah kualitas pelayanan merupakan faktor penting dalam menjalankan suatu bisnis. Kualitas pelayanan itu suatu bentuk penilaian, baik itu positif ataupun negatif dari nasabah atau konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima oleh nasabah. Tingkat kualitas pelayanan yang tinggi, akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi nasabah. Kualitas pelayanan memiliki prinsip kehati-hatian agar kesehatan perusahaan tetap terjaga dengan baik dan juga demi masyarakat yang menyimpan dananya percaya pada bank tersebut.

Perusahaan harus mampu menciptakan kualitas pelayanan yang baik agar nasabah atau konsumen bisa memberikan citra perusahaan yang baik. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik, maka akan menimbulkan perasaan puas yang semakin meningkat dan itu akan berdampak positif terhadap perusahaan. Pernyataan ini didukung oleh Puspita & Santoso (2018: 70) yang menyatakan bahwa saat kualitas pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut sudah maksimal, maka secara tidak langsung bank sudah membuat nasabah merasa puas.

Di dalam perusahaan yang bergerak di bidang jasa seperti bank, tidak hanya mementingkan pelayanannya saja, tetapi nasabah berhak mendapatkan nilai lebih seperti lingkungan dan fasilitas di bank tersebut. Perusahaan khususnya bank harus memfasilitasi kebutuhan-kebutuhan nasabah, seperti kursi yang cukup banyak agar

nasabah tidak ada yang mengantri secara berdiri. Jika fasilitas dalam suatu perusahaan khususnya pada bank kurang memadai, maka nasabah tidak puas dengan adanya fasilitas yang sudah diberikan oleh bank tersebut. Maka dari itu fasilitas yang pada umumnya berbentuk fisik sangat berperan penting dalam menjalankan bisnis.

Tercapainya tujuan suatu perusahaan bukan dari alat-alat yang modern, sarana dan prasarana yang lengkap, melainkan lebih bergantung pada manusia yang menjalankan pekerjaan tersebut. Fasilitas itu untuk menekankan dampak lingkungan fisik dimana suatu proses pelayanan berlangsung. Pernyataan ini didukung oleh Anggrainy *et al.*, (2018: 4) yang menyatakan bahwa dalam suatu pencapaian perusahaan, diperlukan yang namanya suatu alat yang diperlukan untuk melakukan berbagai aktivitas. Fasilitas itu sendiri memiliki manfaat dan jenis yang berbeda, tergantung dengan kebutuhan suatu perusahaan.

Perkembangan teknologi internet juga sudah banyak di pakai oleh dunia perbankan, banyaknya suatu perusahaan dan perbankan yang menjalankan dan mengembangkan pelayanan suatu perusahaan atau perbankan dengan menawarkan jasa *internet banking*. Dengan jasa layanan *internet banking*, nasabah tidak perlu lagi datang langsung ke bank untuk bertransaksi karena sudah dapat dilakukan dimana saja dengan menggunakan internet. Itu membuat nasabah memiliki rasa puas dengan adanya *internet banking* yang memudahkan. Pernyataan ini didukung oleh Malikh dan Junaidi (2019: 110) yang menyatakan bahwa *internet banking* yaitu suatu kegiatan untuk bertransaksi yang saling berkaitan dengan perbankan dan dapat

melakukan aktivitas transaksinya di kantor, rumah atau tempat-tempat lainnya dengan menggunakan jaringan internet.

PT Bank Sinarmas Tbk. Sudah berdiri pada tanggal 18 Agustus 1989 berdasarkan Akta No. 52 dari Buniarti Tjandra, S.H., Notaris yang berada di Jakarta, dengan nama PT Bank Shinta Indonesia. Bank ini mendapatkan status sebagai Bank Umum pada tahun 1995. Tahun 2005 Bank ini memasuki babak baru setelah PT Sinar Mas Multiartha Tbk, yang mengambil alih sebesar 21% saham pada PT Bank Shinta Indonesia. Pada Desember 2005 PT Bank Shinta Indonesia berganti nama menjadi PT Bank Sinarmas.

Salah satu kantor PT Bank Sinarmas yaitu berada di kota Batam tepatnya yang berada di Ruko Raflessia Blok F nomor 1 Batam Center. Kantor yang sudah berdiri sejak tahun 2013 ialah kantor kas pertama cabang Batam. Kantor kas yang berada di Raflessia Batam Center baru berdiri 7 tahun tentunya harus menumbuhkan kepuasan terhadap kualitas dan fasilitas yang tujuannya untuk menyaingi bank-bank lain yang sudah berdiri terlebih dahulu. Kepuasan nasabah merupakan tolak ukur untuk peningkatan kualitas pelayanan dan itu menjadi peran penting untuk menuju perubahan yang lebih baik. Persaingan antar bank di kota Batam sangatlah ketat, dimana pelayanan yang diberikan sangatlah penting untuk menarik perhatian dan keinginan para masyarakat untuk memilih bank dan tidak beralih ke bank yang sudah berpengalaman lebih lama dan juga meningkatnya kualitas pelayanan akan

membuat nasabah semakin puas terhadap pelayanan dan fasilitas yang diberikan oleh bank.

Beberapa permasalahan di Bank Sinarmas khususnya yang berada di kantor kas Raflessia Batam Centre dari segi kualitas, fasilitas dan *internet banking* nya yaitu akan di uraikan satu persatu.

Sumber daya manusia yang sangat minim membuat nasabah harus menunggu lama untuk bertransaksi ataupun yang berhubungan dengan *teller* maupun *customer service*, karena di Bank Sinarmas memiliki dua *teller* dan dua *customer service*.

Ketika nasabah ingin memasuki Bank Sinarmas, *security* dalam keadaan tidak siap untuk membukakan pintu ketika nasabah masuk, di karenakan *security* membantu *customer service* untuk memfotokopi persyaratan nasabahnya yang ingin membuka rekening. Secara umum tugas utama *security* dalam Bank adalah membukakan pintu untuk nasabah dan mengarahkan nasabah yang ingin bertransaksi. Contohnya ketika ada nasabah yang ingin mencetak buku rekening maka *security* langsung mengarahkan nasabah ke *teller*, dan jika nasabah ada keluhan dengan tabungan ataupun kartu ATM, maka *security* mengarahkan pada *customer service*.

Untuk penunjang dalam sebuah bank , penampilan *teller* dan *customer service* juga menjadi penilaian untuk nasabah. *Teller* dan *customer service* di Bank Sinarmas tidak memenuhi *Standar Operational Prosedur* (SOP) mereka masing-masing, contohnya tidak memakai *name tag* dan *pin smile* pada baju karyawan di karenakan

tertinggal dirumah, dan juga warna lipstik yang di cantumkan di SOP ialah warna merah, tetapi ada beberapa karyawan yang memakai lipstik warna pink. Ada juga beberapa yang tidak memakai *blush on* warna pink untuk di pipi yang membuat wajah terlihat *fresh*. Sehingga membuat beberapa karyawan terlihat tidak seragam dengan karyawan lainnya yang membuat penampilan terlihat tidak rapi di hadapan nasabahnya.

Selain kualitas pelayanan *security*, *teller* dan *customer service* yang sudah di uraikan, adanya fasilitas ruangan dalam Bank tersebut sangat kecil, bahkan tidak terdapatnya kamar kecil di dalam nya membuat nasabah tidak puas. Jauhnya kamar kecil yang berada di luar Bank Sinarmas, membuat nasabah berfikir takut melewati antriannya. Jika sudah di panggil nama nya tiga kali tetapi nasabah tersebut tidak datang juga, maka membuat mereka harus menunggu antrian kembali. Selain itu tidak terdapat nya pengharum ruangan.

Pada umumnya suatu perusahaan selalu menyediakan tempat parkir yang memadai untuk pelanggan memarkiran kendaraan nya, tetapi Bank Sinarmas memiliki lahan parkir yang cukup sempit bahkan mungkin area tersebut sudah di penuh dengan kendaraan karyawan-karyawan yang bekerja di Bank Sinarmas. Area parkir untuk roda dua sangat sempit membuat nasabah mencari lahan parkir di tempat lain dan itu membuat nasabah berjalan jauh, terlebih lagi untuk nasabah yang membawa kendaraan roda empat sangat susah mencari tempat untuk kendaraan nya

karena area tersebut sudah dipenuhi dengan roda dua sehingga juga menjadi masalah tersendiri bagi nasabah.

Banyak nya nasabah yang ingin membuka rekening sebagai tempat pencairan uang dari pegadaian BPKB motor ataupun mobil, nasabah harus mengantri secara berdiri dikarenakan kursi yang disediakan sudah penuh dengan nasabah yg terlebih dulu datang. Kurang nya sarana kursi untuk nasabah menjadi perhatian khusus bagi PT Bank Sinarmas khususnya kantor kas Raflessia Batam Centre.

Dan untuk nasabah yang ingin setor dalam jumlah yang cukup banyak, nasabah harus menunggu karena mesin penghitung uang di *teller* hanya satu dan di pakai oleh dua orang yang membuat kualitas pelayanan juga terlihat lambat.

Untuk *internet banking* di bank itu sendiri masih kurang *update* dibandingkan sekarang. Sekarang sudah ada aplikasi *handphone* yang lebih mudah untuk bertransaksi dibandingkan menggunakan *internet banking*. Terkadang jika *server down* membuat segala jenis transaksi lama. *Internet banking* Bank Sinarmas wajib mengganti *password* jika sudah tiga bulan dan tidak boleh mengganti dengan *password* yang sudah digunakan. Sistem ini aman, tapi besarnya resiko terhadap lupa *password* yang membuat nasabah tidak nyaman menggunakan *internet banking* Bank Sinarmas.

Terkadang di siang hari lantai terlihat kotor, apalagi di saat musim hujan lantai menjadi becek. Dikarenakan *office boy* juga membantu para *teller* ataupun *customer service*, terkadang *security* mengambil alih untuk membersihkan lantai nya.

Dinding ATM juga terlihat kotor dan kumuh membuat ruangan ATM tidak enak di pandang, dan juga kertas struk yang keluar dari ATM berantakan karena *office boy* sibuk dengan pekerjaan yang lain, sehingga tidak memperhatikan tempat sampah yang sudah penuh.

Untuk itu penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut dengan judul : “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan *Intrenet Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Sinarmas Di Batam”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari penjelasan yang terdapat di latar belakang penelitian, maka dapat mengidentifikasi permasalahan bahwa :

1. Kurangnya jumlah *teller* dan *customer service*.
2. *Security* dalam posisi yang tidak siap untuk melayani nasabah.
3. Terdapat beberapa karyawan yang tidak mentaati aturan yang sudah ditentukan oleh perusahaan.
4. Area kantor yang sangat sempit.
5. Lahan parkir yang kurang memadai.
6. Kurangnya sarana kursi yang dibutuhkan oleh nasabah.
7. Penunjang kerja tidak memadai seperti mesin *pin pad* dan mesin penghitung uang.

8. *Internet banking* yang kurang *update* dan masih manual dibandingkan aplikasi *mobile banking*.
9. Lantai kotor dan dinding ATM yang terlihat kecoklatan.

1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan dari identifikasi masalah yang sudah di jabarkan di atas, maka penelitian ini di batasi pada masalah kualitas pelayanan, fasilitas, *internet banking* dan kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam. Berkaitan dengan pengambilan populasi, peneliti membatasi hanya dilakukan kepada nasabah yang berada di PT Bank Sinarmas di Batam.

1.4 Rumusan Masalah

Adanya latar belakang yang telah di jabarkan di atas, maka penulis melakukan perumusan masalah, yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam ?
2. Apakah fasilitas berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam ?
3. Apakah *internet banking* berpengaruh secara persial terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam ?

4. Apakah kualitas pelayanan, fasilitas dan internet banking secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam?

1.5 Tujuan penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, peneliti mempunyai tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini. Adapun tujuan yang ingin dicapai diantaranya :

1. Untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan secara persial terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam.
2. Untuk membuktikan pengaruh fasilitas secara persial terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam.
3. Untuk membuktikan pengaruh *internet banking* secara persial terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam.
4. Untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan *internet banking* secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam.

1.6 Manfaat penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat baik secara teoritis dan secara praktis.

1.6.1 Manfaat secara teoritis

Dengan adanya penelitian ini, manfaat teoritis adalah bagi mahasiswa dan mahasiswi di masa mendatang.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan memebrikan manfaat untuk berbagai pihak, terutama bagi peneliti itu sendiri, bagi manajemen PT Bank Sinarmas, pihak akademis dan bagi pihak yang lainnya. Hal tersebut sebagaimana dapat dilihat sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Dengan adanya penelitian ini di harapkan dapat membantu perusahaan PT Bank Sinarmas di Batam khususnya lebih memperhatikan pada kualitas pelayanan, fasilitas dan *internet banking* untuk memberikan kepuasan nasabah PT Bank Sinarmas di Batam.

2. Bagi peneliti

Peneliti diharapkan dapat menjadi wawasan pengetahuan yang akan berguna nantinya di dalam dunia kerja.

3. Bagi masyarakat

Hasil peneliti ini diharapkan bisa menjadi sumber informasi bagi masyarakat khususnya pembaca yang mengenai kualitas pelayanan, fasilitas dan *internet banking* untuk meningkatkan kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teori

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Saleh (2019: 4) kualitas pelayanan adalah suatu tingkat kondisi baik dan buruk nya sajian yang telah diberikan perusahaan jasa dalam rangka untuk memuaskan nasabah ataupun konsumen dengan cara memberikan ataupun menyampaikan jasa yang sudah melebihi harapan konsumen. Jadi penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan ialah refleksi persepsi evaluatif terhadap pelayanan yang telah diterima pada waktu tertentu.

Menurut Erica & Rasyid (2018: 169) kualitas layanan adalah suatu bentuk penilaian nasabah terhadap suatu tingkat layanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected value*). Kualitas merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen dan juga ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan nasabah.

Menurut Suryanto (2019: 237) kualitas pelayanan adalah pikiran untuk mencapai suatu maksud dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan para nasabah dan juga ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan nasabah. Oleh karena itu, sistem pengelolaan wajib didasari prinsip kehati-hatian, agar kesehatan perusahaan tetap terjaga demi kepentingan masyarakat umum dan pada khususnya

nasabah yang menyimpan dananya. Pertumbuhan ekonomi terus berkembang menuntut eksistensi dari bank untuk melayani masyarakatnya.

Menurut Sholeha *et al.*, (2018: 16) kualitas pelayanan yaitu salah satu strategi pemasaran yang diutamakan terhadap pemenuhan suatu keinginan pelanggannya. Untuk menciptakan bentuk kualitas layanan yang tinggi, sebuah perusahaan harus menawarkan layanan yang bisa diterima dan dirasakan oleh pelanggan sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapan pelanggan. Semakin tingginya kualitas pelayanan yang dirasakan, pelanggan sudah tentu akan semakin puas. Kepuasan yang dirasakan pelanggan, itu akan berdampak positif bagi perusahaan, diantaranya akan mendorong loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan akan semakin positif bagi masyarakat, khususnya bagi para pelanggan.

Menurut Puspita & Santoso (2018: 70) kualitas pelayanan merupakan saat kualitas pelayanan yang sudah diberikan sesuai dengan harapan ataupun persepsi pelanggan, maka perusahaan dengan tidak langsung telah memberikan kepuasan terhadap pelanggannya. Hal ini tentu akan sangat baik bagi perusahaan, karena secara tidak langsung keuntungan perusahaan akan terus meningkat.

Menurut Satria (2019: 132) kualitas pelayanan adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memenuhinya kebutuhan serta keinginan nasabah agar sesuai dengan harapan mereka. Kualitas pelayanan juga sebagai sikap nasabah yang

berkaitan dengan hasil dari perbandingan antara harapan dari layanan dengan persepsinya terhadap kinerja aktual.

Menurut Herman (2018: 58) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan dan juga keinginan nasabah serta ketepatan dalam mengimbangi harapan nasabah, dan bukan hanya ditentukan oleh pihak yang melayaninya saja tetapi lebih banyak ditentukan oleh pihak yang dilayani, karena merekalah yang menikmati layanan sehingga dapat mengukur kualitas pelayanan berdasarkan harapan-harapan mereka dalam memenuhi kepuasannya.

Berdasarkan pengertian kualitas pelayanan diatas dapat ditarik kesimpulannya bahwa kualitas pelayanan adalah suatu bentuk penilaian, baik itu positif ataupun negatif dari nasabah atau konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima oleh nasabah. Oleh karena itu kualitas pelayanan bersifat kehati-hatian agar suatu perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah atas tingkat kualitas yang tinggi.

2.1.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Sigit & Soliha (2017: 159) ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, diantaranya :

1. *Expected service* (pengalaman yang diharapkan) jika jasa yang sudah diterima melebihi harapan nasabah, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas jasa yang diinginkan.

2. *Perceived service* (pelayanan yang diterima) sebaliknya, jika jasa yang sudah diterima lebih rendah dari yang diharapkan nasabah, maka kualitas jasa bergantung pada kemampuan penyedia jasa kepada nasabah secara berkelanjutan dan konsisten.

2.1.1.3 Manfaat Kualitas Pelayanan

Menurut Dharma (2017: 351) ada tiga manfaat kualitas pelayanan, diantaranya adalah :

1. Pelayanan yang istimewa.
2. Menciptakan loyalitas pelanggan.
3. Pelanggan yang terpuaskan.

2.1.1.4 Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator yang digunakan dalam kualitas pelayanan menurut Rianto (2018: 199), yaitu :

1. Kecepatan pelayanan
2. Ketepatan waktu
3. Penampilan karyawan
4. Kemudahan pelayanan
5. Kecapatan menyelesaikan masalah

2.1.2 Fasilitas

2.1.2.1 Pengertian Fasilitas

Menurut Anggrainy *et al.*, (2018: 4) fasilitas merupakan penyedia perlengkapan yang berbentuk fisik untuk memberikan kemudahan terhadap penggunaannya, sehingga kebutuhan-kebutuhan dari pengguna fasilitas tersebut dapat terpenuhi.

Menurut Soemitro & Suprayitno (2018: 2) fasilitas secara umum biasa diartikan dalam dua pengertian pokok berbeda. Pertama, fasilitas diartikan sebagai instalasi obyek fisik pada perusahaan dan merupakan bagian dari infrastruktur. Kedua, fasilitas diartikan sebagai hal-hal yang diperlukan untuk kehidupan yang bisa berupa obyek fisik maupun obyek non fisik seperti layanan publik.

Menurut Cahyadi (2018: 1025) fasilitas yaitu penyediaan perlengkapan-perengkapan berbentuk fisik untuk memberikan kemudahan kepada para nasabah dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya, sehingga kebutuhan para nasabah dapat terpenuhi selama berada di Bank.

Menurut Mananeke (2017: 3350) fasilitas merupakan segala sesuatu yang bersifat peralatan fisik dan juga disediakan oleh pihak perusahaan jasa untuk mendukung kenyamanan nasabah.

Menurut Azwar (2018: 2) fasilitas adalah seperangkat alat yang digunakan dalam proses kegiatan, baik alat tersebut merupakan peralatan

pembantu ataupun peralatan utama, yang keduanya itu berfungsi untuk menciptakan tujuan yang akan dicapai.

Menurut Meilinda dan Ratnasari (2017: 91) fasilitas ialah segala sesuatu yang memudahkan para konsumennya dalam usaha yang bergerak dalam bidang jasa, maka semua fasilitas yang ada diantaranya adalah kondisi fasilitas, kelengkapan, desain interior, dan eksterior dan kebersihan harus diperhatikan terutama yang berkaitan dengan apa yang dirasakan atau didapat oleh nasabah secara langsung.

Menurut Munawir (2018: 208) fasilitas ialah sumber daya fisik yang harus ada sebelum suatu jasa di promosikan kepada nasabah. Fasilitas juga bisa diartikan sebagai sesuatu yang memudahkan nasabahnya dalam menikmati kepuasan.

Dengan adanya pengertian fasilitas diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas adalah penyedia perlengkapan fisik untuk mempermudah suatu kegiatan atau aktivitas nasabah, sehingga membuat kebutuhan nasabah dalam perusahaan tersebut dapat terpenuhi.

2.1.2.2 Faktor-Faktor Dalam Merancang Fasilitas

Menurut Krisdayanto *et al.*, (2018: 6) ada beberapa faktor yang perlu diperhatikan dalam merancang dukungan fasilitas, diantaranya :

1. Desain fasilitas
2. Nilai fungsi
3. Estetika

4. Kondisi yang cukup mendukung
5. Peralatan yang penunjang

2.1.2.3 Karakteristik Fasilitas

Menurut Kurniasih (2018: 454) ada dua karakteristik fasilitas yang baik diantaranya:

1. Kelengkapan, menyangkut lingkup layanan dan juga ketersediaan sarana pendukung dan juga layanan pelengkap yang lainnya.
2. Kenyamanan memperoleh suatu layanan, berkaitan dengan adanya lokasi, ruangan, petunjuk, ketersediaan informasi, serta kebersihan.

2.1.2.4 Indikator-Indikator Fasilitas

Indikator yang digunakan dalam fasilitas untuk meningkatkan kepuasan nasabah menurut Ekasari *et al.*, (2018: 13), yaitu :

1. Kondisi fasilitas
2. Kelengkapan
3. Desain Interior dan juga eksterior

2.1.3 *Internet Banking*

2.1.3.1 Pengertian *Internet Banking*

Menurut Febriyanti *et al.*, (2019: 95) *internet banking* merupakan bentuk e-layanan di mana setiap nasabah bisa belajar langsung antara elektronik dengan layanan nasabah dan hal ini secara signifikan dipengaruhi oleh kinerja nasabah. Secara umum transaksi *internet banking* seperti pengecekan rekening, mengamati daftar transaksi yang menggunakan rekening, dan memindahkan dana dari suatu rekening ke rekening yang lain.

Menurut Liolewen dan Titawati (2019: 209) *internet banking* merupakan istilah yang lumayan sering disebut dengan *electronic banking* atau *E-Banking* yang merupakan sebagai suatu aktivitas transaksi yang berhubungan dengan perbankan, dimana aktivitas itu sendiri bisa dilakukan di kantor, rumah bahkan tempat-tempat lainnya dengan menggunakan jaringan internet.

Menurut Hamdani *et al.*, (2018: 67) *internet banking* dikenal dengan istilah *online banking* atau *E-Banking* ini merupakan melakukan transaksi, pembayaran, ataupun transaksi yang lainnya melalui jaringan internet dengan *website* milik Bank yang dilengkapi dengan sistem keamanan.

Menurut Kusumawati dan Rikumahu (2019: 218) *internet banking* adalah salah satu bentuk produk jasa yang sudah cukup banyak ditawarkan oleh bank-bank komersial yang ada di Indonesia. Saat ini penggunaan *internet banking* bagi nasabah mulai meluas dikarenakan memberikan manfaat yang cukup besar bagi kelancaran proses transaksi. Proses transaksi meliputi proses memindahkan dana, penarikan, dan

pembayaran transaksi yang dilakukan melalui *internet banking* akan lebih mempermudah dan mempercepat penyelesaian transaksi.

Menurut Putri & Fithrie (2019: 23) *internet banking* adalah bentuk pemanfaatan media internet oleh Bank yang berfungsi untuk mempromosikan sekaligus melakukan transaksi secara online, baik dari produk yang sifatnya konvensional ataupun yang baru.

Menurut Hartawan (2018: 152) *internet banking* merupakan fasilitas layanan transaksi perbankan dengan jaringan internet yang dapat diakses selama 24 jam menggunakan *personal computer*, laptop, *handphone*, *notebook* atau PDA. *Internet banking* juga akan memberikan kemudahan, kepraktisan, keamanan sekaligus kenyamanan para nasabah dalam melakukan transaksi secara online. Dengan adanya layanan *internet banking*, transaksi dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja.

Menurut Arifin *et al.*, (2018: 1751) *internet banking* adalah salah satu bagian dari *e-banking* yang dapat diakses oleh komputer desktop, *notebook* atau laptop, tablet ataupun *smartphone* melalui *web* dengan menggunakan jaringan internet. Dengan adanya *internet banking*, nasabah dapat melakukan berbagai transaksi secara elektronik dengan mudah, seperti membayar tagihan, mentransfer dana, atau hanya untuk mengecek jumlah saldo rekening bank yang ada.

Berdasarkan pengertian *internet banking* diatas dapat disimpulkan bahwa *internet banking* ialah bentuk pemanfaatan Bank untuk nasabah yang bertujuan

mempermudah dan mempercepat penyelesaian transaksi yang dapat dilakukan dimana saja baik di kantor maupun dirumah yang cukup memerlukan jaringan internet.

2.1.3.2 Jenis Sistem Keamanan *Internet Banking*

Menurut Dianta dan Zusrony (2019: 3) ada dua jenis sistem keamanan *internet banking*, diantaranya adalah :

1. Cryptography System

Dimana sistem ini menggunakan berbagai angka yang cukup sering disebut dengan *key*. Sistem ini juga memiliki fungsi untuk melakukan pengenalan terhadap seorang nasabah dan dapat melindungi semua informasi *finansial* nasabahnya.

2. Firewall System

Sistem ini yaitu berfungsi untuk melakukan pencegahan terhadap adanya pihak-pihak yang tidak mendapatkan izin dalam memasuki kawasan yang dilindungi ataupun dijaga dalam unit pusat kerja dalam perusahaan. *Firewall system* ini tidak dapat mencegah adanya virus dan ini asli kendala *internal* organisasi.

2.1.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi *Internet Banking*

Menurut Wardani *et al.*, (2018: 2) ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan di *internet banking*, di antaranya :

1. Keamanan
2. Waktu
3. Waktu respon
4. Transaksi bebas dari masalah teknis.

2.1.3.4 Indikator-Indikator *Internet Banking*

Indikator yang digunakan dalam *internet banking* untuk meningkatkan kepuasan nasabah menurut Wardhana *et al.*, (2015: 9) ,yaitu :

1. Kemudahan mengoperasikan layanan *internet banking*.
2. Kemudahan navigasi *internet banking*.
3. Kemudahan dalam menemukan menu-menu dalam layanan *internet banking*.
4. Kemudahan menggunakan *website*.
5. Tampilan *website* yang menarik.
6. Desain yang sesuai.

2.1.4 Kepuasan Nasabah

2.1.4.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Menurut Pradana (2018: 195) kepuasan nasabah ialah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan.

Menurut Sarahditya & Wijaya (2018: 11) kepuasan pelanggan adalah fungsi dari kedekatan antara harapan nasabah dan produk yang dirasakan. Ketika kepuasan dapat diberikan oleh Bank maka akan meningkatkan loyalitas nasabah kepada perusahaan namun ketika nasabah mengalami kekecewaan maka perusahaan dapat melakukan *service recovery* guna mengembalikan kepuasan nasabah.

Menurut Rahman (2019: 3) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kerja lainnya) dan kinerja aktual produk, sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau pun mengkonsumsi produk bersangkutan.

Menurut Nurdin & Putra (2019: 110) kepuasan pelanggan adalah evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau bahkan melebihi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.

Menurut Yuliana *et al.*, (2019: 40) kepuasan pelanggan merupakan langkah perbandingan pengalaman dengan hasil evaluasi, dapat menghasilkan sesuatu yang

nyaman secara rohani, bukan hanya nyaman karena dibayangkan atau diharapkan. Puas atau tidak puas bukan emosi melainkan suatu hasil evaluasi dari emosi.

Menurut Faurina & Khairunnisa (2019: 78) kepuasan nasabah adalah suatu perbandingan dari apa yang diharapkan dengan apa yang diterima oleh nasabahnya. Apabila yang diterima nasabah sudah melebihi harapannya, maka nasabah tersebut dapat meraih kepuasan. Begitu sebaliknya jika harapan nasabah lebih tinggi dari yang didapatkan, maka nasabah tersebut belum terpuaskan.

Menurut Sulaeman (2017: 44) kepuasan nasabah merupakan suatu respon nasabah terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan yang sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian. Untuk meningkatkan kepuasan, perlu ditambahkan nilai pada apa yang ditawarkan.

Berdasarkan pengertian kepuasan nasabah diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah merupakan suatu perasaan dari nasabah atas kualitas dan fasilitas yang membandingkan antara perusahaan satu dengan yang lain.

2.1.4.2 Ciri-Ciri Kepuasan Nasabah

Menurut Sirait (2018: 82) ciri-ciri konsumen atau nasabah merasa puas meliputi :

1. Menjadi lebih setia dan menjadi pelanggan yang cukup loyal
2. Menyempurnakan produk yang sudah ada
3. Memberikan komentar yang menguntungkan tentang produk dan perusahaan.

4. Memberikan gagasan-gagasan atau ide yang baik kepada perusahaan.

2.1.4.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Nurdin dan Putra (2019: 110) faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk, secara langsung maupun tidak langsung akan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen, bila hal ini berlangsung secara berkelanjutan, akan mengakibatkan konsumen yang selalu setia membeli ataupun menggunakan produk tersebut dan disebut loyalitas pelanggan.
2. Kualitas Pelayanan, selain kualitas produk ada juga hal lain yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan yaitu kualitas layanan.
3. Emosional, merupakan keyakinan dari penjual itu sendiri agar lebih maju dari usaha yang sebelumnya.
4. Harga, sudah pasti masyarakat mengharapkan barang yang berkualitas bagus dengan harga yang cukup murah, artinya sebagai akibat atau dengan kata lain harga yang tinggi merupakan akibat kualitas produk tersebut yang lebih bagus, atau harga yang lebih tinggi merupakan sebagai akibat dari kualitas pelayanan yang bagus.
5. Biaya, orang berpikiran bahwa perusahaan berani untuk mengeluarkan biaya yang banyak dalam sebuah promosi ataupun produk, pasti produk yang akan

dihasilkan akan lebih bagus dan berkualitas, sehingga pelanggan lebih loyal terhadap produk tersebut.

2.1.4.4 Indikator-Indikator Kepuasan Nasabah

Indikator yang digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan menurut Sahillah Nurdin (2018: 16) yaitu :

1. Terpenuhinya harapan para konsumen
2. Puas adanya pilihan banyak produk
3. Merasa puas terhadap fasilitas yang sudah disediakan
4. Memiliki perasaan puas secara menyeluruh

2.2 Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan pertimbangan, dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu di antaranya :

1. Peneliti Dawi *et al.*, (2018) mengenai pengaruh kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kemauan pelanggan dengan mengubah peran penggantian hambatan di pasar TV berbayar umumnya. Penelitian ini menguji hubungan secara empiris antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan niat perilaku dalam industri televisi berbayar (TV berbayar) dan memeriksa peran moderat dari membuka penghalang di dalam memprediksi perilaku pelanggan. Penelitian ini menggabungkan antara komponen baru yang merupakan

ikatan sosial memahami niat perilaku pelanggan. Data ini dikumpulkan dari 245 pelanggan TV berbayar melalui aplikasi survei. Data dianalisis menggunakan persamaan diagram struktural. Hasilnya menunjukkan bahwa ada yang positif hubungan antara kualitas layanan, pelanggan kepuasan, dan niat perilaku. Selanjutnya sosial ikatan memoderasi hubungan antara pelanggan kepuasan dan niat perilaku.

2. Penelitian Pratminingsih *et al.*, (2018) mengenai meningkatkan loyalitas pelanggan restoran etnis melalui pemasaran pengalaman dan kualitas layanan. Tujuan penelitian ini ialah untuk menguji pengaruh pemasaran pengalaman, kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen restoran etnis. Penelitian deskriptif akan dilakukan untuk memenuhi tujuan penelitian. Data akan diperoleh dengan mendistribusikan kuesioner kepada 250 konsumen restoran melalui survei yang dikelola sendiri. Sampel dipilih dengan metode *accidental sampling*. Hasilnya menunjukkan bahwa pemasaran pengalaman dan kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas konsumen restoran etnik. Penelitian ini memberikan wawasan kepada manajer restoran bahwa dalam upaya untuk memenangkan persaingan mengembangkan program pemasaran pengalaman dan menawarkan kualitas layanan yang sangat baik dapat memberikan solusi untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.
3. Penelitian Siswanto (2019) mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien. Model analisis data

dalam penelitian ini menggunakan uji instrument, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis menggunakan analisis regresi linier dengan bantuan *software* SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya kualitas pelayanan, fasilitas dan nilai pelanggan terhadap hasil kepuasan pasien rumah sakit PKU Muhammadiyah Gombong baik secara parsial serta simultan dengan kontribusi sebesar 61,2% dan sisanya 38,8% kepuasan pasien ini dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Penelitian Basri (2019) mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank pengguna *E-Banking*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan *e-banking* terhadap kepuasan nasabah, pengaruh kepuasan dalam penggunaan pelayanan *e-banking* terhadap loyalitas nasabah dan pengaruh dimensi kualitas pelayanan *e-banking* terhadap loyalitas nasabah. Populasi dalam penelitian ini ialah semua nasabah perbankan. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 200 nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari enam arah yang dihipotesiskan dalam penelitian ini semuanya signifikan.
5. Penelitian Suryanto (2019) mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT BCA *Finance Branch* Bukittinggi. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengetahui adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. BCA *Finance* Cabang Bukittinggi. Sampel yang diambil oleh peneliti ini sebanyak 50 responden yang merupakan pelanggan

PT. BCA *Finance* Cabang Bukittinggi, teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi.

6. Penelitian Oetama (2017) mengenai pengaruh fasilitas dan juga kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri (PERSERO) TBK di Sampit. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adanya suatu pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk di Sampit. Berdasarkan hasil analisis dapat ditarik kesimpulannya berdasarkan hasil uji-t, untuk variabel fasilitas (X1) thitung : $2,095 > t_{tabel} : 1,993$ dengan tingkat signifikan $0,040 < 0,05$, artinya terdapat pengaruh secara signifikan fasilitas terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan untuk hasil uji-t variabel kualitas pelayanan (X2) yaitu t hitung : $2,983 > t_{tabel} 1,993$ dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$.
7. Penelitian Octavia (2019) mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT Bank Index Lampung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah, kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, kepuasan nasabah terhadap loyalitas. Alat analisis yang digunakan untuk menguji hipotesis ini dengan menggunakan analisis dalam *Structural Equation Model*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, kualitas pelayanan tidak berpengaruh langsung

terhadap loyalitas nasabah, dan kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
Dawi <i>et al.</i> , (2018)	Pengaruh kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan kemauan pelanggan dengan mengubah peran penggantian hambatan di pasa TV berbayar umumnya	Kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, kemauan pelanggan.	1. Hasilnya menunjukkan bahwa ada yang positif hubungan antara kualitas layanan, pelanggan kepuasan, dan niat perilaku. Selanjutnya sosial ikatan memoderasi hubungan antara pelanggan kepuasan dan niat perilaku.
Pratminingsih <i>et al.</i> , (2018)	Meningkatkan loyalitas pelanggan restoran etnis melalui pemasaran pengalaman dan kualitas layanan.	Loyalitas pelanggan, pemasaran pengalaman, kualitas pelayanan	1. Hasilnya menunjukkan bahwa pemasaran pengalaman dan kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan dan loyalitas konsumen restoran etnik.
Siswanto (2019)	Analisis pengaruh kualiiitas pelayanan, fasilitas dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pasien	Kualitas pelayanan, fasilitas, nilai pelanggan, dan kepuasan pasien.	1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, fasilitas dan nilai pelanggan terhadap hasil kepuasan pasien rumah sakit PKU Muhammadiyah Gombong baik secara

			persial dan simultan dan bersama-sama dengan kontribusi sebesar 61,2% dan sisanya 38,8% kepuasan pasien ini dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini
Basri (2019)	Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank pengguna <i>E-Banking</i>	Kualitas layanan, kepuasan, loyalitas nasabah	1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dari enam arah yang dihipotesiskan dalam penelitian ini semuanya signifikan.
Suryanto (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT BCA <i>Finance Branch</i> Bukittinggi.	Kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. BCA <i>Finance</i> Cabang Bukittinggi. 2. Sampel yang diambil oleh peneliti ini sebanyak 150 responden yang merupakan pelanggan PT. BCA <i>Finance</i> 3. Cabang Bukittinggi, teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis Regresi.

Oetama dan Sari (2017)	Pengaruh fasilitas dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Mandiri (PERSERO) TBK di Sampit	Fasilitas, kualitas pelayanan, kepuasan nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil analisis dapat ditarik kesimpulannya berdasarkan hasil uji-t, untuk variabel fasilitas (X1) thitung : 2,095 > ttabel : 1,993 dengan tingkat signifikan 0,040 < 0,05, artinya terdapat pengaruh signifikan fasilitas terhadap kepuasan nasabah. 2. Untuk hasil uji-t variabel kualitas pelayanan (X2) yaitu t hitung : 2,983 > ttabel 1,993 dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05.
Octavia (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah PT Bank Index Lampung.	Kualitas pelayanan, kepuasan nasabah, dan loyalitas nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. 2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas nasabah. 3. Kepuasan nasabah berpengaruh terhadap loyalitas nasabah.

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah dasar pemikiran dari penelitian yang berisi fakta-fakta dari hasil pengamatan. Uraian dalam kerangka pemikiran menjelaskan keterkaitan antara variabel 1 dengan variabel yang lainnya dalam penelitian. Variabel-variabel tersebut lalu dijelaskan lagi secara rinci dan nyata sesuai dengan permasalahan yang sudah diteliti, sehingga dapat dijadikan dasar untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat digambarkan suatu kerangka berfikir yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan *Internet Banking* dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah PT Bank Sinarmas di Batam khususnya Kantor Kas Rafflesia Batam Centre. Oleh karena itu, kerangka pemikiran dari penelitian ini yaitu:

2.3.1 Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Burhanudin (2018: 78) apabila suatu layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, sebaliknya jika suatu layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan rendah.

Menurut Burhanudin (2018: 78) hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapatnya pengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

2.3.2 Fasilitas Terhadap Kepuasan Nasabah

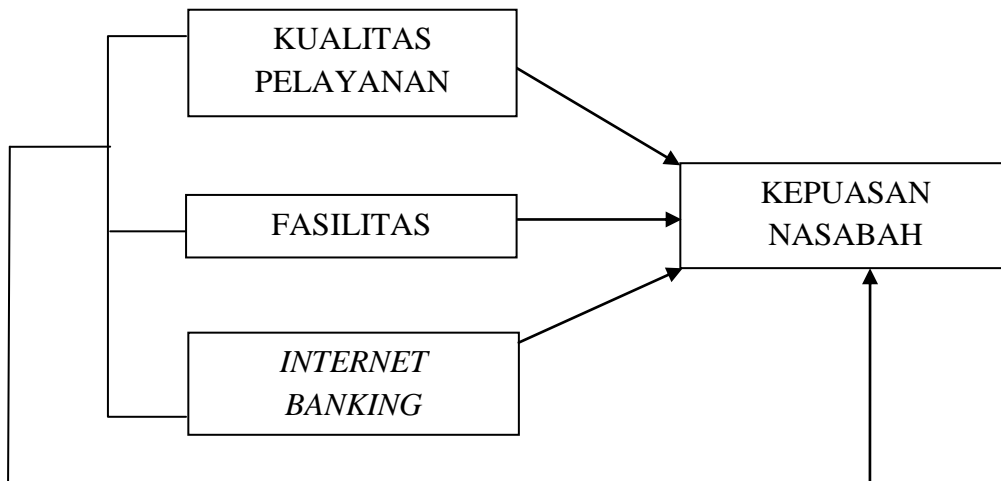
Menurut Siagian *et al.*, (2019: 4) sebagai usaha yang bergerak di bidang pelayanan barang atau jasa sangat mengutamakan kenyamanan maupun kepuasan pelanggan, karena dengan meningkatkan pelayanan serta fasilitas yang ada, hal itu tentunya akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Siagian *et al.*, (2019: 4) hasil penelitian menunjukkan bahwa fasilitas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2.3.3 Internet Banking Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Nugroho & Soliha (2018: 139) kebutuhan nasabah terhadap arus informasi yang cepat, tepat dan efisien sangat diperlukan dalam melakukan transaksi dan sosialisasi kebijakan perbankan terhadap para nasabah. Sistem informasi dan teknologi telah diterapkan pada perbankan dan menghasilkan tanggapan yang baik oleh pengguna layanan perbankan berbasis online, sehingga memenuhi kebutuhan nasabahnya.

Menurut Nugroho & Soliha (2018: 139) penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Anggraeni dan Yasa menunjukan *e-service quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dalam penggunaan *internet banking*.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara dikarenakan jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang bersangkutan dan belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan pada data atau kuesioner Sugiono (2017: 63).

Berdasarkan identifikasi masalah dan juga kerangka pemikiran diatas, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H1 : Kualitas pelayanan secara persial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam.

- H2 : Fasilitas secara persial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam.
- H3 : Internet banking secara persial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam.
- H4 : Kualitas pelayanan, fasilitas dan internet banking secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas di Batam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Menurut Echdar (2017: 171) desain penelitian merupakan sebuah rencana sistematis yang menjadi panduan dan juga penuntut bagi peneliti dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan penelitian secara valid, objektif, akurat, dan efisien serta tepat sasaran.

Metode yang digunakan pada penelitian ini merupakan metode survey, metode penelitian survey merupakan metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mendapatkan data yang terjadi pada masa lampau ataupun saat ini, tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku, hubungan variabel, dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologi, dan psikologis dari sampel yang diambil dari populasi tertentu, teknik pengumpulan data dengan pengamatan (wawancara atau kuesioner) yang tidak mendalam dan hasil penelitian ini cenderung untuk digeneralisasikan menurut Sugiyono (2017: 18).

3.2 Operasional Variabel

Variabel dalam penelitian ini terdiri dari empat variabel, yaitu tiga variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas disini diantaranya kualitas pelayanan (X1), fasilitas (X2) dan *internet banking* (X3) sedangkan variabel terikat yaitu

kepuasan nasabah (Y). Menurut Sugiyono (2017: 66) variabel penelitian pada dasarnya merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, sehingga dapat diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

3.2.1 Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi ataupun menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain, sehingga dapat dikatakan bahwa perubahan yang terjadi pada variabel ini diasumsikan akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada variabel yang lainnya. Dinamakan variabel bebas dikarenakan keberadaan variabel ini tidak bergantung pada adanya variabel yang lain atau juga bisa dikatakan bebas dari ada atau tidaknya variabel lain menurut Echdar (2017: 275). Variabel bebas dalam penelitian ini ada tiga variabel, yaitu: kualitas pelayanan sebagai variabel pertama (X_1), fasilitas sebagai variabel kedua (X_2) dan *internet banking* sebagai variabel ketiga (X_3).

3.2.1.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Erica dan Al Rasyid (2018: 169) kualitas layanan adalah suatu bentuk penilaian nasabah terhadap suatu tingkat layanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected value*). Kualitas merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan nasabah.

Indikator yang digunakan dalam kualitas pelayanan menurut Rianto (2018: 199) adalah :

1. Kecepatan pelayanan
2. Ketepatan waktu
3. Penampilan karyawan
4. Kemudahan pelayanan
5. Kecapatan menyelesaikan masalah

3.2.1.2 Fasilitas

Menurut Azwar (2018: 2) fasilitas adalah yang digunakan dalam proses kegiatan, baik alat tersebut merupakan peralatan pembantu maupun peralatan utama, yang keduanya itu berfungsi untuk menciptakan tujuan yang akan dicapai.

Indikator yang digunakan dalam fasilitas untuk meningkatkan kepuasan nasabah menurut Ekasari *et al.*, (2018: 13), yaitu :

1. Kondisi fasilitas
2. Kelengkapan
3. Desain Interior dan juga eksterior

3.2.1.3 Internet Banking

Menurut Putri dan Fhitrie (2019: 23) *internet banking* adalah bentuk pemanfaatan media internet oleh Bank yang berfungsi untuk mempromosikan sekaligus melakukan transaksi secara online, baik dari produk yang sifatnya konvensional maupun yang baru.

Indikator yang digunakan dalam *internet banking* untuk meningkatkan kepuasan nasabah menurut Wardhana (2015: 9) yaitu :

1. Kemudahan mengoperasikan layanan *internet banking*.
2. Kemudahan navigasi *internet banking*.
3. Kemudahan dalam menemukan menu-menu dalam layanan *internet banking*.
4. Kemudahan menggunakan *website*.
5. Tampilan *website* yang menarik.
6. Desain yang sesuai.

3.2.2 Variabel Terikat (Dependen)

Variabel terikat merupakan variabel yang keberadaannya dipengaruhi ataupun menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Dinamakan variabel terikat atau dependen karena kondisi atau variasinya terikat atau dipengaruhi oleh variasi variabel lain, yaitu dipengaruhi oleh variabel bebas menurut Echdar (2017: 275). Variabel terikat dalam penelitian ini ialah kepuasan nasabah (Y).

3.2.2.1 Kepuasan Nasabah

Menurut Faurina dan Khairunnisa (2019: 78) kepuasan nasabah adalah sebuah perbandingan antara apa yang diharapkan nasabah dengan apa yang diterima oleh nasabah. Apabila yang diterima oleh nasabah melebihi harapannya, maka nasabah tersebut dapat meraih kepuasan. Sebaliknya jika harapan nasabah lebih tinggi dari yang didapatkan, maka nasabah tersebut belum terpuaskan.

Indikator untuk mengukur kepuasan pelanggan menurut Sahillah Nurdin (2018: 16) yaitu :

1. Terpenuhinya suatu harapan para konsumen
2. Puas adanya pilihan produk
3. Merasa puas terhadap fasilitas yang sudah disediakan
4. Memiliki perasaan puas secara menyeluruh

Tabel 3.1 Operasional Variable Penelitian

Variabel	Definisi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian, baik itu positif ataupun negatif dari nasabah atau konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima oleh nasabah. Oleh karena itu kualitas pelayanan bersifat kehati-hatian agar suatu perusahaan dapat memberikan kepuasan kepada nasabah atas tingkat kualitas yang tinggi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan pelayanan 2. Ketepatan waktu 3. Penampilan karyawan 4. Kemudahan pelayanan 5. Kecapatan menyelesaikan masalah 	<i>Likert</i>
Fasilitas (X2)	Fasilitas merupakan penyedia perlengkapan fisik untuk mempermudah suatu kegiatan atau aktivitas nasabah, sehingga membuat kebutuhan nasabah dalam perusahaan tersebut dapat terpenuhi.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kondisi fasilitas 2. Kelengkapan 3. Desain Interior dan juga eksterior 	<i>Likert</i>

<p><i>Internet Banking</i> (X3)</p>	<p><i>Internet banking</i> adalah bentuk pemanfaatan bank untuk nasabah yang bertujuan mempermudah dan mempercepat penyelesaian transaksi yang dapat dilakukan dimana saja baik di kantor maupun dirumah yang cukup memerlukan jaringan internet.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan mengoperasikan layanan <i>internet banking</i>. 2. Kemudahan navigasi <i>internet banking</i>. 3. Kemudahan dalam menemukan menu-menu dalam layanan <i>internet banking</i>. 4. Kemudahan menggunakan <i>website</i>. 5. Tampilan <i>website</i> yang menarik. 6. Desain yang sesuai. 	<p><i>Likert</i></p>
<p>Kepuasan Nasabah (X4)</p>	<p>Kepuasan nasabah adalah suatu perasaan dari nasabah atas kualitas dan fasilitas yang membandingkan antara perusahaan satu dengan yang lain.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terpenuhinya suatu harapan konsumen 2. Puas adanya pilihan produk. 3. Merasa puas terhadap fasilitas yang sudah disediakan 4. Memiliki perasaan puas secara menyeluruh. 	<p><i>Likert</i></p>

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017: 136) populasi adalah keseluruhan elemen atau obyek yang akan dijadikan suatu wilayah generalisasi. Dalam hal ini populasi

merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek ataupun subyek yang mempunyai kuantitas dan juga karakteristik tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah di PT Bank Sinarmas di Batam khususnya kantor kas Raflessia Batam Center yang berjumlah 185 orang selama 2 bulan terakhir.

Bulan	Jumlah
Oktober	96
November	89

3.3.2 Sampel

Dalam penelitian kuantitatif, sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut menurut Sugiyono (2017: 137).

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik *probability sampling*. *Probability sampling* itu sendiri merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsurnya (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel menurut Sugiyono (2017: 137).

Untuk menentukan suatu sampel yang dapat menggambarkan populasi digunakan rumus Slovin dengan menggunakan taraf kesalahan sebesar 5% (0.05), sehingga sampel dapat dihitung dengan cara berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} \quad \text{Rumus 3.1 Slovin}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen taraf kesalahan 5% atau 0,05

Berdasarkan rumus Slovin, maka untuk total ukuran sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

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

$$n = \frac{185}{1 + 185 \times 0,05^2}$$

$$n = \frac{185}{1 + (185 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{185}{1,4625}$$

$$n = 126$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin, maka diperoleh sampel sebanyak 126 nasabah.

3.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017: 455) teknik pengumpulan data ialah langkah paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang sudah ditentukan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan teknik :

1. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-effort*, atau setidaknya pada pengetahuan.

2. Kuisisioner

Kuisisioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan ataupun pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner juga dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup dan juga terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung ataupun melalui perantara kepada para responden. Responden dalam penelitian ini ialah sebagian dari nasabah PT Bank Sinarmas di Batam

khususnya yang berada di kantor kas Raflessia Batam Centre yang berjumlah 126 orang.

Menurut Sugiyono (2017: 159) dalam penelitian ini untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi dengan skor, misalnya:

- | | |
|---|---|
| 1. Sangat setuju/ selalu/ sangat positif diberi skor | 5 |
| 2. Setuju/ sering/ positif diberi skor | 4 |
| 3. Ragu – ragu/ kadang – kadang/ netral diberi skor | 3 |
| 4. Tidak setuju/ hampir tidak pernah/ negatif diberi skor | 2 |
| 5. Sangat tidak setuju/ tidak pernah diberi skor | 1 |

3.5 Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono (2017: 483) analisis data pada penelitian kuantitatif dilakukan sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan, dan juga setelah selesai di lapangan. Dalam kenyataannya, analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data daripada setelah selesai pengumpulan data. Karena datanya kuantitatif, maka dari itu teknik analisis data dalam penelitian ini dengan menggunakan metode statistik yang sudah tersedia. Proses analisis data pada penelitian umumnya terdiri dari beberapa tahap yaitu: tahap persiapan, analisis deskriptif, pengujian kualitas data dan juga pengujian hipotesis.

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang dilakukan dengan memaparkan atau mendeskripsikan data. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan suatu informasi yang dapat digali dari data secara komprehensif dengan cara mendeskripsikan data melalui berbagai macam cara. Cara-cara tersebut antara lain penyajian data menggunakan tabel dan juga grafik, meringkas dan menjelaskan data terkait ukuran pemusatan (*central tendency*), dan variasi data ataupun bentuk distribusi data. Metode menganalisis data dalam penelitian ini menggunakan program *Statistical Package for the Social Science* (SPSS) versi 25 untuk memberikan suatu gambaran yang jelas mengenai pengaruh variabel kualitas pelayanan, fasilitas dan *internet banking* terhadap kepuasan nasabah.

3.5.2 Uji Kualitas Data

3.5.2.1 Uji Validitas

Menurut Priyatno (2016: 90) validitas merupakan ketepatan ataupun kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisisioner ataupun skala, apakah item-item pada kuisisioner tersebut sudah cukup tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Validitas item ditunjukkan dengan korelasi ataupun dukungan item lokal (skor total), perhitungan dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Dari hasil

perhitungan korelasi akan didapatkan suatu koefisien korelasi yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan juga untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak. Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikan koefisien korelasi pada taraf signifikan 0,05, artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total. Atau jika melakukan penilaian secara langsung terhadap koefisien korelasi, bisa digunakan batas nilai minimal korelasi 0,30. Besaran nilai koefisien korelasi dapat diperoleh dengan rumus seperti dibawah ini :

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

Rumus 3.2 Corelation Product
Moment

Keterangan :

r_{xy} : Koefisien korelasi

n : Jumlah responden

x : Skor butir

y : Skor total

3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan suatu tingkatan konsistensi dan juga stabilitas alat ukur atau instrumen penelitian dalam mengukur suatu konsep atau konstruk. Konsep reliabilitas sejalan dengan validitas konstruk atau kuantitatif. Konstruk valid sudah pasti reliabel, sebaliknya konstruk reliabel belum tentu valid (Abdillah, 2018: 132). Suatu konstruk atau variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* masing-masing variabel lebih dari 60% atau 0,6 maka penelitian ini dikatakan reliabel menurut Budiyono & Wahyuati (2017).

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksinya dengan cara menganalisis nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Multikolinearitas juga dapat dilihat dari nilai *tolerance* sama dengan nilai VIF tinggi karena $VIF = 1 / tolerance$. Nilai *cutoff* yang umumnya dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas merupakan nilai *tolerance* $< 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$ (Budiyono & Wahyuati, 2017).

3.5.3.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah regresi terdapat kesamaan varians dari residu dari satu pengamatan ke pengamatan yang

lainnya sama, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas (Budiyono & Wahyuati, 2017). Kriteria pengujian antara lain :

1. Apabila pola tertentu, seperti titik yang sudah ada berbentuk suatu pola tertentu yang juga teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Apabila ada pola yang jelas serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah 0 dan Y, maka tidak terjadinya heteroskedastisitas.

3.5.3.3 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Penelitian ini menggunakan plot probabilitas normal (*normal probability plot*) untuk menguji kenormalitasan jika penyebaran data (titik) disekitar sumbu diagonal dan juga mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Budiyono & Wahyuati, 2017).

Kriteria Pengujian

1. Ho bisa diterima apabila Sign Kolmogorov Smirnov $< 0,05$
2. Ho ditolak jika Sign Kolmogorov Smirnov $> 0,05$

3.5.4 Uji Pengaruh

3.5.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Model regresi linier berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linier antara dua ataupun lebih variabel independen dengan variabel dependennya. Didalam penggunaan analisis ini, beberapa hal yang bisa dibuktikan adalah bentuk dan juga arah hubungan yang terjadi antara variabel independen dan variabel dependen, serta dapat mengetahui nilai estimasi atau prediksi nilai dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya jika suatu kondisi terjadi.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Rumus 3.3 Persamaan Regresi Linier Berganda

Keterangan :

- Y : Kepuasan nasabah
- A : Konstanta (nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)
- B1 : Koefisien Kualitas Pelayanan
- B2 : Koefisien Fasilitas
- X1 : Kualitas Pelayanan
- X2 : Fasilitas
- e : *error*

3.5.4.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Rugian, Saerang, & Lengkong (2017) koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi merupakan diantara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan suatu variasi variabel dependen amat terbatas. Formula untuk menghitung koefisien determinasi diantaranya:

$$R^2 = (TSS - SSE)/TSS = SSR/TSS$$

Sumber: (Rugian *et al*, 2017)

Rumus 3.4 Koefisien Determinasi

Dimana:

SSR = *sum of square due to regression*

TSS = *total sum of squares*

SSE = *sum of square error*

3.5.5 Pengujian Hipotesis

3.5.5.1 Uji statistik t

Uji statistik t dapat digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen (Santoso & Sitohang, 2017).

Kriteria pengujian:

Rumusan Hipotesis

$H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel bebas bukanlah penjelas yang sangat signifikan terhadap variabel terikat.

$H_a : \beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas adalah penjelas yang sangat signifikan terhadap variabel terikat.

- 1) Jika probabilitas $< 0,05$ maka H_0 ditolak yang berarti secara parsial kualitas pelayanan, fasilitas dan juga *internet banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- 2) Jika probabilitas $> 0,05$ maka H_0 dapat diterima secara parsial kualitas pelayanan, fasilitas dan *internet banking* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

3.5.5.2 Uji statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan ke dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel terikat. Hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji ialah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol. Menurut Santoso & Sitohang (2017) kriteria pengujian sebagai berikut:

Rumusan Hipotesis

Ho : $\beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = 0$, berarti secara bersama-sama tidak adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Ha : $\beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq 0$, berarti secara bersama-sama adanya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

1. Jika $\text{sig} > (\alpha) 0,05$ maka model regresi yang sudah dihasilkan tidak baik ataupun tidak layak untuk digunakan pada analisis berikutnya.
2. Jika $\text{sig} < (\alpha) 0,05$ maka model regresi yang sudah dihasilkan baik atau layak dan dapat digunakan untuk analisis berikutnya.

3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Kota Batam tepatnya di sebuah perusahaan di Batam yaitu PT Bank Sinarmas yang beralamat di Ruko Raflessia Blok F No 1. Telp. 0778-468841

3.6.2 Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan September 2019 sampai dengan bulan Februari 2020. Peneliti mengumpulkan data tepatnya pada saat jam kerja yaitu pukul 08.00-17.00.

Table 3.2 Jadwal Penelitian

Kegiatan	Tahun, Bulan dan Pertemuan													
	2019										2020			
	Sep	Okt				Nov		Des		Jan			Feb	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Pengajuan Surat Penelitian	■	■	■											
Penyusunan Kuesioner				■	■	■								
Penyebaran Kuesioner							■	■						
Pengumpulan Data									■	■	■	■		
Pengolahan Data												■	■	
Pengumpulan Skripsi														■

Sumber : Data diperoleh dari hasil olahan sendiri, 2019