PENGARUH TINGKAT SUKU BUNGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BPR MAJESTY GOLDEN RAYA DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Oleh:
Jenni
140910037

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018

PENGARUH TINGKAT SUKU BUNGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BPR MAJESTY GOLDEN RAYA DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Untuk Memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana

Oleh
Jenni
140910037

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2018

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:
Nama : Jenni
NPM/NIP : 140910037
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa **"Skripsi"** yang saya buat dengan judul:

PENGARUH TINGKAT SUKU BUNGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BPR MAJESTY GOLDEN RAYA DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.
Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik 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, 12 Maret 2018

Jenni
140910037

PENGARUH TINGKAT SUKU BUNGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BPR MAJESTY GOLDEN RAYA DI KOTA BATAM

SKRIPSI

Untuk Memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana

Oleh
Jenni
140910037

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini

Batam, 12 Maret 2018

Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M.
Pembimbing

ABSTRAK

BPR (Bank Perkreditan Rakyat) merupakan bank yang memiliki misi dan tujuan untuk memberikan kualitas pelayanan kepada para nasabahnya. Karena itu untuk menjelaskan persoalan tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan kepada BPR terhadap kepuasan nasabah maka penelitian ini melihat seberapa besar pengaruh tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah khususnya pada PT BPR Majesty Golden Raya di Kota Batam. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang berjudul "Pengaruh Tingkat Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Majesty Golden Raya di Kota Batam". Jumlah nasabah pada PT BPR Majesty Golden Raya sebanyak 128 orang dengan teknik pengambilan sampel yaitu sampel jenuh sehingga jumlah sampel yaitu 128 responden. Metode pengumpulan data yaitu dengan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji kualitas data, uji asumsi klasik, analisis regresi berganda, uji-t parsial dan uji-f simultan. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa tingkat suku bunga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah adalah signifikan dimana t hitung lebih besar dari t tabelnya, pengaruh kepercayaan juga signifikan, dan secara simultan memiliki nilai f hitung lebih besar dari f tabelnya.

Kata Kunci: Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

BPR (Bank Perkreditan Rakyat) is a bank that has a mission and goal to provide quality service to its customers. Therefore, to explain the issue of interest rates and quality of service to BPR to customer satisfaction, this research see how big influence of interest rate and quality of service to customer satisfaction especially at PT BPR Majesty Golden Raya in Batam City. The purpose of this study is to determine the effect of interest rates and quality of service to customer satisfaction. The study entitled "The Influence of Interest Rates and Quality of Service Against Customer Satisfaction At PT BPR Majesty Golden Raya in Batam City". Number of customers At PT BPR Majesty Golden Raya as many as 128 people with sampling technique that is saturated samples so that the number of samples is 128 respondents. Methods of data collection is by questionnaire. Data analysis techniques used are descriptive analysis, data quality test, classical assumption test, multiple regression analysis, partial t-test and simultaneous-f test. Based on the results of the analysis note that the interest rate has a negative and significant impact on customer satisfaction. Quality of service has a positive and significant impact on customer satisfaction. The influence of service quality on customer satisfaction is significant where t count is greater than t table, the influence of trust is also significant, and simultaneously has the value of f count is greater than f table.

***Keywords**: Interest Rate, Quality of Service and Customer Satisfaction*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis 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 proposal 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 Nur Elfi Husda, S.Kom., M.Si., selaku Rektor Universitas Putera Batam.
2. Bapak Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Putera Batam.
3. Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
4. Bapak Dr. Jontro Simanjuntak, S.Pt., S.E., M.M., selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Kedua orang tua dan keluarga penulis yang selalu mendoakan dan memberi semangat buat saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Kepada seluruh teman-teman mahasiswa/mahasiswi program studi Manajemen di kelas Nagoya atas kebersamaan dan kerjasamanya selama ini.
8. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungannya.

Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan memberikan motivasi khususnya bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya. Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas kebaikan dan selalu mencurahkan berkat-Nya, Amin.

Batam, 12 Maret 2018

Jenni

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN i
HALAMAN JUDUL ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS iii
HALAMAN PENGESAHAN iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
KATA PENGANTAR vii
DAFTAR ISI viii
DAFTAR GAMBAR xi
DAFTAR TABEL xii
DAFTAR RUMUS xiii
DAFTAR LAMPIRAN xiv

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1. Latar Belakang Penelitian 1
1.2. Identifikasi Masalah 9
1.3. Batasan Masalah 10
1.4. Rumusan Masalah 10
1.5. Tujuan Penelitian 11
1.6. Manfaat Penelitian 11
1.6.1. Manfaat Teoritis 11
1.6.2. Manfaat Praktis 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 13
2.1. Teori Dasar 13
2.1.1. Pengertian Manajemen Jasa 13
2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran Perbankan 13
2.1.3. Tingkat Suku Bunga 15
2.1.3.1. Pengertian Suku Bunga 15
2.1.3.2. Jenis Suku Bunga 16
2.1.3.3. Fungsi Suku Bunga 17
2.1.3.4. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Suku Bunga 18
2.1.4. Kualitas Pelayanan 21
2.1.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan 21
2.1.4.2. Ciri-Ciri Kualitas Pelayanan 22
2.1.4.3. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan 23
2.1.4.4. Penilaian Kualitas Pelayanan 26
2.1.4.5. Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan 27
2.1.5. Kepuasan Nasabah 27

2.1.5.1. Pengertian Kepuasan Nasabah....27
2.1.5.2. Jenis-Jenis Kepuasan Nasabah....29
2.1.5.3. Manfaat Kepuasan Nasabah....29
2.1.5.4. Strategi Kepuasan Nasabah....31
2.1.5.5. Dimensi Kepuasan Nasabah....32
2.1.5.6. Pengukuran Kepuasan Nasabah....33
2.2. Penelitian Terdahulu....34
2.3. Kerangka Pemikiran....38
2.4. Hipotesis Penelitian....40

BAB III METODE PENELITIAN....41
3.1. Desain Penelitian....41
3.2. Operasional Variabel....42
3.3. Populasi dan Sampel....43
3.3.1. Populasi....43
3.3.2. Sampel....43
3.4. Teknik Pengumpulan Data....43
3.4.1. Jenis dan Sumber Data....44
3.4.2. Alat Pengumpulan Data....44
3.5. Metode Analisis Data....45
3.5.1. Analisis Deskriptif....45
3.5.2. Uji Kualitas Data....46
3.5.2.1. Uji Validitas....46
3.5.2.2. Uji Reliabilitas....48
3.5.3. Uji Asumsi Klasik....50
3.5.3.1. Uji Normalitas....50
3.5.3.2. Uji Multikolonieritas....52
3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas....52
3.5.4. Uji Pengaruh....53
3.5.4.1. Uji Regresi Linier Berganda....53
3.5.4.2. Analisis Determinasi (R^2)....54
3.5.5. Uji Hipotesis....55
3.5.5.1. Uji Regresi Parsial (Uji–t)....55
3.5.5.2. Uji Regresi Simultan (Uji-F)....56
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian....57
3.6.1. Lokasi Penelitian....57
3.6.2. Jadwal Penelitian....58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....59
4.1. Profil Responden....59
4.2. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin....59
4.1.2. Profil Responden Berdasarkan Usia....61
4.1.3. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan....62
4.1.4. Profil Responden Berdasarkan Referral....63
4.1.5. Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah....64
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian....66

4.2.1.1. Statistik Jawaban Responden Variabel Tingkat Suku Bunga (X_1).....67
4.2.2. Statistik Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X_2) 68
4.2.3. Statistik Jawaban Responden Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....69
4.3. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 70
4.3.1. Hasil Uji Validitas.....70
4.3.2. Hasil Uji Reliabilitas.....74
4.4. Hasil Uji Asumsi Klasik 75
4.4.1. Hasil Uji Normalitas Data.....75
4.4.2. Hasil Uji Multikolinearitas 77
4.4.3. Hasil Uji Heterokedastisitas.....78
4.5. Hasil Uji Pengaruh.....79
4.5.1. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....79
4.5.2. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....80
4.6. Hasil Uji Hipotesis.....81
4.6.1. Hasil Uji T (Parsial).....81
4.6.2. Hasil Uji F (Simultan).....83
4.7. Pembahasan 84
4.7.1. Tingkat Suku Bunga Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah.....84
4.7.2. Kualitas Pelayanan Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Nasabah.....85
4.7.3. Pengaruh Secara Simultan Antara Tingkat Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah 86

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....87
5.1. Kesimpulan.....87
5.2. Saran 87

DAFTAR PUSTAKA.....89

LAMPIRAN
Lampiran 1. Pendukung Penelitian
Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran 39
Gambar 3.1 *Bell Shaped Curve* 50
Gambar 3.2 *Bell Shaped Curve* 51
Gambar 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 60
Gambar 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia 61
Gambar 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan 62
Gambar 4.4 Profil Responden Berdasarkan Referral 64
Gambar 4.5 Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah 65
Gambar 4.6 Diagram *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* 75
Gambar 4.7 Diagram Histogram Normalitas 76
Gambar 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas 78

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Tingkat Suku Bunga Lembaga Penjamin Simpanan di BPR 5
Tabel 1.2 Tingkat Suku Bunga Tabungan PT BPR Majesty Golden Raya 5
Tabel 1.3 Tingkat Suku Bunga Dasar Kredit (%) 6
Tabel 2.1 *Transaction Marketing versus Relationship Marketing* 31
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 37
Tabel 3.1 Variabel Operasional 42
Tabel 3.2 Skala Likert 45
Tabel 3.3 *Range* Validitas 47
Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas 50
Tabel 3.5 Jadwal Kegiatan Penelitian 58
Tabel 4.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 60
Tabel 4.2 Profil Responden Berdasarkan Usia 61
Tabel 4.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan 62
Tabel 4.4 Profil Responden Berdasarkan Referral 63
Tabel 4.5 Profil Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah 65
Tabel 4.6 Tabel Rentang Nilai 67
Tabel 4.7 Respon Terhadap Tingkat Suku Bunga 67
Tabel 4.8 Respon Terhadap Kualitas Pelayanan 68
Tabel 4.9 Respon Terhadap Kepuasan Nasabah 70
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Tingkat Suku Bunga (X_1) 71
Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_2) 72
Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y) 73
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas 74
Tabel 4.14 Hasil Uji *Kolmogrov-Smirnov* 76
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolonieritas 77
Tabel 4.16 Hasil Analisis Regresi 79
Tabel 4.17 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2) 81
Tabel 4.18 Hasil Uji-t (Parsial) 82
Tabel 4.19 Hasil Uji-f (Simultan) 83

DAFTAR RUMUS

Halaman

Rumus 3.1 Uji Validitas 47
Rumus 3.2 Uji Reliabilitas 49
Rumus 3.3 Regresi Linear Berganda 54
Rumus 3.4 Determinasi (R2) 55
Rumus 3.5 Uji-t 55
Rumus 3.6 Uji-F 56

DAFTAR LAMPIRAN

Halaman

Kuesioner L-1
Tabulasi Hasil Input Kuesioner.....L-2
Hasil Uji SPSS L-3
Tabel-r.....L-4
Tabel-t L-5
Tabel-f.....L-6

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Dunia perbankan saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat pesat. Perkembangan perbankan sebagai salah satu bisnis jasa di Indonesia, dapat dilihat dari banyaknya bank. Banyak hal yang harus diperhatikan untuk mengelola bisnis perbankan agar dapat dicapai hasil yang maksimal. Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut kepada masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya. Bank berfungsi sebagai perantara keuangan, maka dalam hal ini faktor tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sangat berpengaruh mejalankan bisnis perbankan.

Semakin banyak jumlah bank maka semakin ketat persaingannya. Bank sendiri berfungsi sebagai tempat yang mempunyai kemandirian serta mampu memberikan pelayanan secara prima kepada nasabah. Hal utama yang harus diprioritaskan oleh suatu perusahaan yaitu dengan memaksimalkan kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan yang baik, dan tingkat suku bunga yang sesuai dengan kondisi pasar. Nasabah lebih cenderung memilih bank yang memberikan pelayanan yang nyaman sehingga timbul kepuasan nasabah untuk bertransaksi. Nasabah yang puas atas pelayanan yang ia terima terhadap bank tersebut maka akan disampaikan kepada nasabah lainnya melalui cerita.

Tingkat suku bunga adalah harga dari penggunaan uang atau juga dipandang sebagai atas penggunaan uang untuk jangka waktu tertentu. Bunga dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga bagi bank juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dengan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank (nasabah memperoleh pinjaman) (Kasmir, 2014: 154).

Dalam perbankan, terutama bank yang berdasarkan prinsip konvensional, bunga terdapat 3 macam, yaitu harga beli, harga jual dan biaya yang dibebankan ke nasabahnya. Suku bunga bank dapat diartikan sebagai balas jasa oleh bank yang berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) yang harus di bayar nasabah kepada bank (nasabah yang memperoleh pinjaman). Pembebanan besarnya suku bunga kredit dibedakan pada jenis kreditnya. Penggunaan metode perhitungan yang akan digunakan, sangat mempengaruhi jumlah bunga yang akan dibayar. Jumlah bunga yang dibayar akan mempengaruhi jumlah anggsuran per bulan, dimana jumlah angsuran terdiri dari utang/pinjaman pokok dan bunga (Tumangkeng, 2013: 80).

Selain faktor tingkat suku bunga, faktor lain yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan. Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Perilaku tersebut dapat terjadi pada saat, sebelum dan sesudah terjadinya transaksi. Perusahaan tentunya

berupaya untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggannya. Hal ini merupakan upaya perusahaan untuk dapat tampil bedanya perusahaan tersebut dengan para pesaingnya. Terciptanya kualitas layanan tentunya akan menciptakan kepuasan terhadap pengguna layanan, yang pada akhirnya dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya terjalin hubungan yang harmonis antara penyedia jasa dengan pelanggan, memberikan dasar yang baik bagi nasabah dan terciptanya loyalitas nasabah, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut, untuk menghindari terjadinya ketidakpuasan layanan, maka upaya yang telah dilakukan oleh pegawai perusahaan adalah memberikan layanan yang baik kepada nasabahnya. Praktek nyata pemberian pelayanan yang baik kepada pelanggan bukanlah merupakan suatu hal mudah untuk dilakukan (Rohana & Wahyuni, 2017: 3).

Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Pada gilirannya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Sudarso, 2016: 57).

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis saat ini, maka semakin sulit bagi perusahaan untuk dapat menjaga kepuasan nasabah agar tidak

berpindah ke perusahaan lain. Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang telah dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang berbeda. Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat (Rohana & Wahyuni, 2017: 5).

Seperti yang telah dikemukakan diatas kepuasan nasabah terkait dengan tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah. Dalam memenangkan persaingan tentunya bank harus meningkatkan kualitas pelayanan yang tinggi dan memberikan tingkat suku bunga yang menarik kepada nasabahnya, karena dengan suku bunga yang sesuai akan meningkatkan kepuasan nasabah.

PT BPR Majesty Golden Raya merupakan lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR. PT BPR Majesty Golden Raya merupakan salah satu anak perusahaan ongbros *group*

yang bergerak dalam bidang jasa perbankan. PT BPR Majesty Golden Raya telah beroperasional sejak 12 Juni 2010 di kota batam.

Tabel 1.1 Tingkat Suku Bunga Lembaga Penjamin Simpanan di BPR

Periode	Tingkat Suku Bunga
08 Oct 2015 – 14 May 2016	10.00%
24 Jun 2016 – 14 Sep 2016	9.25%
15 Sep 2016 – 14 Sep 2017	8.75%
15 Sep 2017 – 15 Jan 2018	8.50%

Sumber: List perubahan tingkat bunga penjaminan

Setiap perusahaan pasti memiliki masalah ataupun kendala, baik di internal maupun eksternal. Berdasarkan data dari tabel 1.1 terlihat bahwa terdapat penurunan list perubahan tingkat suku bunga penjaminan berdasarkan lembaga simpanan di BPR. Persentase tingkat suku bunga deposito LPS pada masa periode 08 Oct 2015 - 14 May 2016 yang masih 10.00% terjadi penurunan pada masa periode 15 Sep 2017 – 15 Jan 2018 menjadi 8.50%. Dalam hal ini, tingkat suku bunga yang relatif rendah akan membuat nasabah yang ada di bank menjadi lari ke bank lain.

Tabel 1.2 Tingkat Suku Bunga Tabungan PT BPR Majesty Golden Raya

Mata Uang	Suku Bunga
IDR < 1.000.000	0%
IDR 1.000.000 - 25.000.000	2%
IDR 25.000.000 - 200.000.000	3%
IDR > 200.000.000	4%

Sumber: Data PT BPR Majesty Golden Raya Periode Tahun 2017-2018

Berdasarkan data dari tabel 1.2 persentase tingkat suku bunga tabungan dengan nominal sebesar dibawah 1 juta suku bunga 0%, tabungan 1 juta – 25 juta suku bunga 2%, tabungan 25 juta – 200 juta suku bunga 3%, tabungan sebesar

diatas 200 juta suku bunga 4%. Dalam hal ini, jika nasabah menabung nominal yang lebih tinggi maka akan mendapatkan suku bunga yang lebih tinggi.

Tabel 1.3 Tingkat Suku Bunga Dasar Kredit (%)

Suku Bunga Dasar Kredit (%)				
Kredit Korporasi	Kredit Investasi	Kredit KMK	Kredit Konsumsi	
			KPR	Non KPR
10,75	12,00	18,30	9,75	11,50

Sumber: Data PT BPR Majesty Golden Raya Posisi Akhir Januari 2018

Suku bunga akan mempengaruhi kepuasan nasabah, dikarenakan jika tingkat suku bunga simpanan bank terjadi perubahan atau penurunan akan mengurangi minat nasabah untuk menabung atau deposito di bank, begitu juga sebaliknya dengan tingkat suku bunga kredit atau pinjaman, jika ada terjadi perubahan atau kenaikan akan juga mengurangi minat nasabah untuk meminjam atau kredit di bank. Oleh sebab itu, bank harus menawarkan nasabah yang ada di bank dengan bunga yang spesial untuk menahan nasabah. Penawaran yang seperti memberikan suku bunga yang spesial atau memberikan diskon di biaya-biaya kredit, maka nasabah akan merasa puas karena bank memberikan layanan yang spesial kepadanya.

Dalam hal ini mengharuskan PT BPR Majesty Golden Raya untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan demi mencapai kepuasan nasabah yang lebih baik dimasa yang akan datang. Untuk memenuhi harapan tersebut PT BPR Majesty Golden Raya harus mampu menghadapi tantangan untuk memenuhi kebutuhan nasabah yang semakin modern dan kemajuan teknologi yang telah membawa dampak pada perubahan perilaku nasabah terhadap dunia perbankan nasional, terutama pada *value* (nilai) yang diinginkan nasabah bank. Keinginan

nasabah ini akan memaksa bank untuk dapat menawarkan tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan yang lebih baik bagi nasabah yaitu dengan meminimalisir ketidaksesuaian kinerja pelayanan terhadap harapan nasabah atas balas jasa bagi nasabah yang menabung uangnya di bank.

Bagi industri jasa, nasabah merupakan hal yang paling penting. Dengan kata lain, nasabah harus dapat dipertahankan karena termasuk aset yang paling penting bagi industri jasa perbankan karena itu, perlu sekali untuk selalu meningkatkan pelayanan dan kenyamanan agar nasabah menjadi nyaman dan tidak pindah ke bank-bank yang lain. Pada dasarnya nasabah sulit untuk dipuaskan, penting sekali bagi perusahaan untuk mengetahui keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Dengan mengetahui dan memahami kebutuhan mereka maka perusahaan akan dapat menjadikan nasabah menjadi pelanggan yang setia.

PT BPR Majesty Golden Raya selalu melakukan tingkat suku bunga yang tinggi dan peningkatan pelayanan secara berkesinambungan untuk mencapai kesejahteraan rakyat indonesia, membantu *financial* indonesia, dan memperbaki ekonomi masyarakat indonesia. Dikarenakan pelayanan yang diberikan perusahaan ke nasabah masih kurang dari Standard Pelayanan Minimal (SPM). Berdasarkan fenomena yang terjadi pada BPR Majesty Golden Raya di Kota Batam, bahwa pelayanan yang diberikan bank kepada nasabah dianggap masih kurang, seperti karyawan tidak ramah dengan nasabah atau karyawan tidak melayani dengan ramah. Hal ini akan mempengaruhi kepuasan nasabah. *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. Definisi mutu jasa berpusat pada

pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan (Mustaqim, 2017: 166).

Upaya peningkatan kualitas pelayanan oleh PT BPR Majesty Golden Raya selalu berusaha untuk menemukan cara-cara yang berorientasi pada kepuasan nasabah. Tingkat suku bunga kredit merupakan sumber keuntungan utama bagi bank artinya bank mencari keuntungan paling besar itu dari tingkat suku bunga kredit yang diberikan kepada nasabah / debitur. Dalam penelitian yang dikemukakan oleh (Tumangkeng, 2013: 84), bahwa pengaruh tingkat suku bunga kredit dan kualitas pelayanan yang menyatakan bahwa tingkat suku bunga kredit / simpanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bunga simpanan merupakan biaya dana yang harus dikeluarkan kepada nasabah. Ketika suku bunga kredit tinggi secara otomatis nasabah akan memilih ke bpr lain yang menawarkan suku bunga kredit rendah dan sebaliknya untuk simpanan deposito secara otomatis masyarakat akan lebih suka menyimpan uang mereka di bank, karena nasabah akan mendapat bunga yang tinggi. Dalam hal ini ternyata tingkat suku bunga sangat mempunyai pengaruh penting terhadap kepuasan nasabah.

Kompleksitas persaingan pada jasa layanan perbankan menyebabkan setiap perusahaan harus berusaha meningkatkan kualitas pelayanannya, dan bunga tabungan yang sesuai dengan kondisi pasar agar kepuasan nasabah dapat terwujud. Untuk dapat menghadapi persaingan dalam menarik dan mempertahankan nasabah PT BPR Majesty Golden Raya tidak hanya meningkatkan kualitas pelayanan tetapi juga meningkatkan bunga tabungan. Bagi

PT BPR Majesty Golden Raya kepuasan nasabah yang ingin dipenuhi harus dilihat dari sudut pandang nasabah, karena nasabah bank merupakan penilaian utama dari kualitas pelayanan sehingga prioritas utama dalam jaminan kepuasan adalah penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan jasa perbankan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Mega Della Prisanti, Imam Suyadi, Zainul Arifin (2017), dengan judul "Pengaruh *E-Service* dan *E-Trust* Terhadap *E-Customer Satisfaction* Serta Implikasinya Terhadap *E-Customer Loyalty*" (Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan). Hasil pengujian dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas Pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa *eService Quality eBanking* BRI berpengaruh secara signifikan pada *eCustomer Satisfaction*. Terdapat pengaruh signifikan antara *eTrust* dan *eCustomer Satisfaction.*

Berdasarkan uraian tersebut diatas, sehingga penulis sebagai peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di bank terkait dengan judul: **"Pengaruh Tingkat Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BPR MAJESTY GOLDEN RAYA"**

1.2. Identifikasi Masalah

Dengan memperhatikan latar belakang masalah tersebut di atas, berikut hasil identifikasi masalah dari penelitian ini:

1. Permintaan suku bunga yang tinggi disertai dengan tingkat persaingan pada BPR lainnya.

2. Tingkat suku bunga yang diberikan tidak sesuai dengan suku bunga LPS.
3. Bentuk penawaran suku bunga deposito berjangka yang ditetapkan PT BPR Majesty Golden Raya terhadap nasabah masih rendah.
4. Persoalan tentang tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT BPR Majesty Golden Raya kepada nasabahnya perlu menjadi perhatian.
5. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan ke nasabah masih kurang dari Standard Pelayanan Minimal (SPM).

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Penelitian ini difokuskan pada pembahasan tentang tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan serta pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah di PT BPR Majesty Golden Raya.
2. Tempat penelitian dilakukan pada PT BPR Majesty Golden Raya di Kota Batam.
3. Responden dari penelitian ini hanya nasabah yang sudah mempunyai rekening pada PT BPR Majesty Golden Raya di Kota Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah tingkat suku bunga pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Majesty Golden Raya?

2. Apakah kualitas pelayanan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Majesty Golden Raya?
3. Apakah tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan secara simultan pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Majesty Golden Raya?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah tingkat suku bunga pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Majesty Golden Raya?
2. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan pengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Majesty Golden Raya?
3. Untuk mengetahui apakah tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan secara simultan pengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Majesty Golden Raya?

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagai bahan referensi kepada pembaca atau peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sama di masa mendatang.
2. Sebagai tambahan ilmu pengetahuan bagi pembaca, menambah wawasan secara ilmiah dalam bidang ilmu manajemen dan mengimplentasikan

teori yang sudah diterima ke dalam dunia bisnis yang nyata serta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana.

1.6.2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi PT BPR Majesty Golden Raya

   Memberikan masukan-masukan pada perusahaan bahwa pentingnya tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan yang diberikan dari perusahaan kepada nasabah demi memberikan tingkat suku bunga yang baik, kualitas pelayanan yang ramah akan membantu perusahaan dalam menjalani tugas yang telah diberikan untuk kemajuan perusahaan tersebut. Serta mengetahui sampai sejauh mana kualitas dalam mengimplentasikan teori yang ditelitinya ke dalam dunia bisnis yang sebenarnya.

2. Bagi Universitas Putera Batam

   Sebagai bahan masukan bagi Universitas Putera Batam untuk memperbaiki praktik-praktik pembelajaran agar Universitas Putera Batam menjadi lebih kreatif, efektif dan efisien sehingga kualitas pembelajaran dan hasil belajar mahasiswa meningkat.

3. Bagi Peneliti

   Penelitian ini dapat memberikan gambaran pemikiran sebagai salah satu bahan perbandingan mengenai pengaruh tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar

2.1.1. Pengertian Manajemen Jasa

Jasa adalah sesuatu yang diproduksi dan dikonsumsi secara simultan. Jadi, jasa tidak pernah ada dan hasilnya dapat dilihat setelah terjadi. Misal bila anda potong rambut, jasa dikonsumsi ketika diproduksi, tetapi hasil jasa tampak dan akan berakhir beberapa waktu. Keserentakan produksi dan konsumsi merupakan perbedaan yang penting. Jasa tidak dapat diproduksi di satu tempat dan dikirim ketempat lain seperti barang, juga tidak dapat disimpan. Semua karakteristik ini dapat dihubungkan dengan keserentakan produksi dan konsumsi.

Jasa terdiri dari tindakan dan interaksi yang merupakan kontak sosial. Jasa lebih dari sekadar hasil sesuatu yang tak terhalang, dan jasa merupakan interaksi sosial antara produsen dan konsumen (Prasetya & Lukiastuti, 2009: 72).

2.1.2. Pengertian Manajemen Pemasaran Perbankan

Menurut *American Marketing Association*, pemasaran diartikan sebagai hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang langsung berkaitan dengan mengalirnya barang atau jasa dari produsen ke konsumen. Pengertian ini hampir sama dengan kegiatan distribusi, sehingga gagal menunjukkan asas-asas pemasaran, terutama dalam menentukan barang atau jasa apa yang akan dihasilkan. Hal ini terutama

disebabkan karena pengertian pemasaran di atas tidak menunjukkan kegiatan usaha yang khusus terdapat dalam pemasaran (Assauri, 2010: 4).

Pengertian lain adalah yang menyatakan pemasaran sebagai usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa yang tepat kepada orang-orang yang tepat pada tempat dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat. Pengertian atau definisi ini memberikan suatu gagasan kegiatan tertentu yang dilakukan oleh para tenaga pemasaran. Pengertian yang lebih luas tentang pemasaran, yaitu sebagai usaha untuk menciptakan dan menyerahkan suatu standar kehidupan. Berdasarkan pengertian ini, pembahasan tentang pemasaran dapat lebih jelas dan terbatas dalam pembatasan yang tegas, terkait dengan kegiatan pemasaran yang berlaku universal (Assauri, 2010: 5).

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara, keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang. Secara singkat dapat dinyatakan bahwa manajemen pemasaran mencakup seluruh falsafat, konsep, tugas, dan proses manajemen (Assauri, 2010: 12).

Pemasaran bank adalah suatu proses untuk menciptakan dan mempertukarkan produk atau jasa bank yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah dengan cara memberikan kepuasan (Kasmir, 2008: 54). Bank merupakan lembaga perantara keuangan antara masyarakat yang kelebihan dana dengan masyarakat yang kekurangan dana. Masyarakat kelebihan dana maksudnya adalah masyarakat yang memiliki dana yang disimpan di bank

atau masyarakat yang memiliki dana dan akan digunakan untuk investasi di bank. Dana yang disimpan di bank aman karena terhindar dari kehilangan atau kerusakan. Penyimpan uang di bank di samping aman juga menghasilkan bunga dari uang yang disimpannya. Oleh bank dana simpanan masyarakat ini disalurkan kembali kepada masyarakat yang kekurangan dana (Kasmir, 2014: 5).

2.1.3. Tingkat Suku Bunga

2.1.3.1. Pengertian Suku Bunga

Suku bunga merupakan salah satu variabel yang paling banyak diamati dalam perekonomian. Hampir setiap hari pergerakannya dilaporkan di surat kabar. Hal ini disebabkan oleh suku bunga langsung yang memengaruhi kehidupan kita dan mempunyai konsekuensi penting bagi kesehatan perekonomian. Suku bunga memengaruhi keputusan pribadi, seperti memutuskan untuk dikonsumsi atau ditabung, akan membeli rumah atau tidak, atau memutuskan membeli obligasi atau menaruh dana dalam tabungan. Suku bunga juga memengaruhi keputusan ekonomi usaha (bisnis) dan rumah tangga, seperti memutuskan menggunakan dananya untuk berinvestasi dalam bentuk peralatan baru untuk pabrik atau untuk disimpan di bank (S. Mishkin, 2008: 89).

Pengertian suku bunga adalah harga dari pinjaman. Suku bunga dinyatakan sebagai persentase uang pokok per unit waktu. Bunga merupakan suatu ukuran harga sumber daya yang digunakan oleh debitur yang harus dibayarkan kepada kreditur (Faizatin, 2012: 36).

Tingkat suku bunga adalah harga dari penggunaan uang atau juga dipandang sebagai atas penggunaan uang untuk jangka waktu tertentu. Bunga dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya. Bunga bagi bank juga dapat diartikan sebagai harga yang harus dibayar kepada nasabah (yang memiliki simpanan) dengan harga yang harus dibayar oleh nasabah kepada bank (nasabah memperoleh pinjaman) (Kasmir, 2014: 154).

2.1.3.2. Jenis Suku Bunga

Menurut (Kasmir, 2014: 154), menjelaskan bahwa dalam kegiatan perbankan konvensional sehari-hari, ada dua macam bunga yang diberikan bank kepada nasabahnya, yaitu:

1. Bunga Simpanan

   Merupakan harga beli yang harus dibayar bank kepada nasabah pemilik simpanan. Bunga ini diberikan sebagai rangsangan atau balas jasa, kepada nasabah yang menyimpan uangnya di bank. Sebagai contoh jasa giro, bunga tabungan dan bunga deposito.

2. Bunga Pinjaman

   Merupakan bunga yang dibebankan kepada para peminjam (debitur) atau harga jual yang harus dibayar oleh nasabah peminjam kepada bank. Bagi bank juga pinjaman merupakan harga jual dan contoh harga jual adalah bunga kredit.

Kedua macam bunga ini merupakan komponen utama faktor biaya dan pendapatan bagi bank. Bunga simpanan merupakan biaya dana yang harus dikeluarkan oleh bank kepada nasabah sedangkan bunga pinjaman merupakan pendapatan yang diterima dari nasabah. Baik bunga simpanan maupun bunga pinjaman masing-masing saling memengaruhi satu sama lainnya. Sebagai contoh seandainya bunga simpanan tinggi, maka secara otomatis bunga pinjaman juga terpengaruh ikut naik dan demikian pula sebaliknya.

2.1.3.3. Fungsi Suku Bunga

Menurut (Faizatin, 2012: 36), terdapat tiga macam fungsi suku bunga, yaitu:

1. Sebagai daya tarik bagi para penabung yang mempunyai dana lebih untuk diinvestasikan.
2. Suku bunga dapat digunakan sebagai alat moneter dalam rangka mengendalikan penawaran dan permintaan uang yang beredar dalam suatu perekonomian. Misalnya, pemerintah mendukung pertumbuhan suatu sektor industri tertentu apabila perusahaan-perusahaan dari industri akan meminjam dana. Maka pemerintah memberi tingkat bunga yang lebih rendah dibandingkan sektor lain.
3. Pemerintah dapat memanfaatkan suku bunga untuk mengontrol jumlah uang yang beredar. Ini berarti, pemerintah dapat mengatur sirkulasi uang dalam suatu perekonomian.

Suku bunga itu sendiri ditentukan oleh dua kekuatan, yaitu penawaran tabungan dan permintaan investasi modal (terutama dari sektor bisnis). Tabungan adalah selisih antara pendapatan dan konsumsi. Bunga pada dasarnya berperan sebagai pendorong utama agar masyarakat bersedia menabung. Jumlah tabungan akan ditentukan oleh tinggi rendahnya tingkat bunga. Semakin tinggi suku bunga, akan semakin tinggi pula minat masyarakat untuk menabung, dan sebaliknya (Faizatin, 2012: 37).

2.1.3.4. Faktor-Faktor yang Memengaruhi Suku Bunga

Besar kecilnya suku bunga simpanan dan pinjaman sangat dipengaruhi oleh keduanya, artinya baik bunga simpanan maupun pinjaman saling memengaruhi, disamping pengaruh faktor-faktor lainnya, seperti jaminan, jangka waktu, kebijakan pemerintah, dan target laba.

Faktor-faktor utama yang memengaruhi besar kecilnya penetapan suku buga secara garis besar (Kasmir, 2014: 155-157) adalah:

1. Kebutuhan dana

   Apabila bank kekurangan dana (simpanan sedikit), sementara permohonan pinjaman meningkat, maka yang dilakukan oleh bank agar dana tersebut cepat terpengaruhi dengan meningkatkan suku bunga simpanan. Dengan meningkatnya suku bunga, simpanan akan menarik nasabah untuk menyimpan uang di bank. Dengan demikian, kebutuhan dana dapat dipenuhi. Sebaliknya jika bank kelebihan dana, dimana simpanan banyak akan tetapi permohonan kredit sedikit, maka bank akan menurunkan bunga

simpanan, sehingga mengurangi minat nasabah untuk menyimpan. Atau dengan cara menurunkan juga bunga kredit, sehingga permohonan kredit meningkat.

2. Persaingan

   Dalam memperebutkan dana simpanan, maka disamping faktor promosi, yang paling utama pihak perbankan harus memerhatikan pesaing. Dalam arti jika untuk bunga simpanan rata-rata 16% per tahun, maka jika hendak membutuhkan dana cepat sebaiknya bunga simpanan kita naikkan di atas bunga pesaing misalnya 17% per tahun. Namun sebaliknya, untuk bunga pinjaman kita harus berada di bawah bunga pesaing.

3. Kebijakan pemerintah

   Dalam kondisi tertentu pemerintah dapat menentukan batas maksimal atau minimal suku bunga, baik bunga simpanan maupun bunga pinjaman.

   Dengan ketentuan batas minimal atau maksimal bunga simpanan maupun bunga pinjaman bank tidak boleh melebihi batas yang sudah ditetapkan oleh pemerintah.

4. Target laba yang diinginkan

   Target laba yang diinginkan, merupakan besarnya keuntungan yang dinginkan oleh bank. Jika laba yang diinginkan besar, maka bunga pinjaman ikut besar dan demikian pula sebaliknya. Oleh karena itu, pihak bank harus hati-hati dalam menentukan persentase laba atau keuntungan yang dinginkan.

5. Jangka waktu

   Semakin panjang jangka waktu pinjaman maka akan semakin tinggi bunganya, hal ini disebabkan besarnya kemungkinan risiko dimasa mendatang. Demikian pula, sebaliknya jika pinjaman berjangka pendek, maka bunga relatif lebih rendah.

6. Kualitas jaminan

   Semakin likuid jaminan yang diberikan, maka semakin rendah bunga kredit yang dibebankan dan sebaliknya. Sebagai contoh dengan jaminan sertifikat deposito bunga pinjaman akan lebih rendah jika dibandingkan dengan jaminan sertifikat tanah. Alasan utama perbedaan ini adalah dalam hal pencairan jaminan apabila kredit yang diberikan bermasalah. Bagi jaminan yang likuid seperti sertifikat deposito atau rekening giro yang dibekukan akan lebih mudah untuk dicairkan jika dibandingkan dengan jaminan tanah.

7. Reputasi perusahaan

   Bonafiditas suatu perusahaan akan memperoleh kredit juga sangat menentukan tingkat suku bunga yang akan diberikan nantinya, karena biasanya perusahaan yang bonafid kemungkinan risiko kredit macet di masa mendatang relatif kecil dan sebaliknya.

8. Produk yang kompetitif

   Maksudnya adalah produk yang dibiayai kredit tersebut laku di pasaran. Untuk produk yang kompetitif, bunga kredit yang diberikan relatif rendah jika dibandingkan dengan produk yang kurang kompetitif. Hal ini

disebabkan tingkat pengembalian kredit terjamin, karena produk yang dibiayai laku di pasaran.

9. Hubungan baik

   Biasanya pihak bank menggolongkan nasabahnya menjadi dua, yaitu nasabah utama (primer) dan nasabah biasa (sekunder). Penggolongan ini didasarkan kepada keaktifan serta loyalitas nasabah yang bersangkutan terhadap bank. Nasabah utama biasanya mempunyai hubungan baik dengan pihak bank, sehingga dalam penentuan suku bunganya pun berbeda dengan nasabah biasa.

10. Jaminan pihak ketiga

    Dalam hal ini pihak yang memberikan jaminan kepada bank untuk menanggung segala risiko yang dibebankan kepada penerima kredit. Biasanya pihak yang memberikan jaminan bonafid, baik dari segi kemampuan membayar, nama baik maupun loyalitasnya terhadap bank, sehingga bunga yang dibebabkan pun berbeda. Demikian pula sebaliknya, jika penjamin pihak ketiganya kurang bonafid atau tidak dapat dipercaya, maka mungki tidak dapat digunakan sebagai jaminan pihak ketiga oleh pihak perbankan.

2.1.4. Kualitas Pelayanan

2.1.4.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. Kualitas

pelayanan merupakan penilaian atau sikap global berkenaan dengan superioritas suatu pelayanan. Definisi ini didasarkan pada tiga landasan konseptual utama yaitu, kualitas pelayanan lebih sulit dievaluasi pelanggan dibandingkan dengan kualitas barang, persepsi terhadap kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan, dan evaluasi kualitas pelayanan tidak hanya dilakukan atas hasil pelayanan, namun juga mencakup evaluasi terhadap proses penyampaian pelayanan (Sudarso, 2016: 57).

Kualitas pelayanan adalah pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan standar pelayanan yang telah dibakukan sebagai pedoman dalam memberikan layanan. Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Juga diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan/kebutuhan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan (Hardiyansyah, 2011: 35).

2.1.4.2. Ciri-Ciri Kualitas Pelayanan

Menurut (Hardiyansyah, 2011: 40), mengemukakan ciri-ciri atau atribut-atribut kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

1. Ketepatan waktu pelayanan, yang meliputi waktu tunggu dan waktu proses.
2. Akurasi pelayanan, yang meliputi bebas dari kesalahan.
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan.
4. Kemudahan mendapatkan pelayanan, misalnya banyaknya petugas yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung seperti komputer.
5. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, tempat parkir, ketersediaan informasi dan lain-lain.
6. Atribut pendukung pelayanan lainnya seperti ruang tunggu ber-AC, kebersihan dan lain-lain.

2.1.4.3. Dimensi dan Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Hardiyansyah, 2011: 46), kualitas pelayanan dapat diukur dari 5 dimensi, yaitu: *tangibel* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiviness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

Masing-masing dimensi memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

1. *Tangibel* (Berwujud), terdiri atas indikator:
   a. Penampilan petugas/aparatur dalam melayani pelanggan
   b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
   c. Kemudahan dalam proses pelayanan
   d. Kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan
   e. Kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan

f. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan

2. *Reliability* (Kehandalan), terdiri atas indikator:
   a. Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan
   b. Memiliki standar pelayanan yang jelas
   c. Kemampuan petugas/aparatur dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
   d. Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
3. *Responsiviness* (Respon/ketanggapan), terdiri atas indikator:
   a. Merespon setiap pelanggan/pemohon yang ingin mendapatkan pelayanan
   b. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cepat
   c. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan tepat
   d. Petugas/aparatur melakukan pelayanan dengan cermat
   e. Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas
4. *Assurance* (Jaminan), terdiri atas indikator:
   a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
   b. Petugas memberikan jaminan biaya dalam pelayanan
   c. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
   d. Petugas memberikan jaminan kepastian biaya dalam pelayanan
5. *Empathy* (Empati), terdiri atas indikator:
   a. Mendahulukan kepentingan pemohon/pelanggan
   b. Petugas melayani dengan sikap ramah
   c. Petugas melayani dengan sikap sopan santun
   d. Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan)

e. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan

Lima dimensi kualitas pelayanan tersebut diatas, menurut (Hardiyansyah, 2011: 47), dapat dikembangkan menjadi sepuluh dimensi sebagai berikut:

1. *Tangible,* terdiri atas fasilitas fisik, peralatan, personil dan komunikasi.
2. *Reliable,* terdiri dari kemampuan unit pelayanan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat.
3. *Responsiveness,* kemauan untuk membantu konsumen bertanggungjawab terhadap mutu layanan yang diberikan.
4. *Competence,* tuntutan yang dimilikinya, pengetahuan dan keterampilan yang baik oleh aparatur dalam memberikan layanan.
5. *Courtesy,* sikap atau perilaku ramah, bersahabat, tanggap terhadap keinginan konsumen serta mau melakukan kontak atau hubungan pribadi.
6. *Credibility,* sikap jujur dalam setiap upaya untuk menarik kepercayaan masyarakat.
7. *Security,* jasa pelayanan yang diberikan harus dijamin bebas dari berbagai bahaya dan resiko.
8. *Access,* terdapat kemudahan untuk mengadakan kontak dan pendekatan.
9. *Communication,* kemauan memberi layanan untuk mendengarkan suara, keinginan atau aspirasi pelanggan, sekaligus kesediaan untuk selalu menyampaikan informasi baru kepada masyarakat.
10. *Understanding the consumer,* melakukan segala usaha untuk mengetahui kebutuhan pelanggan.

Pendapat lain mengenai dimensi atau ukuran kualitas pelayanan dikemukakan oleh Fandy Tjiptono dalam (Hardiyansyah, 2011: 53), yaitu:

1. Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segara, akurat, dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (a*ssurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan dapat dipercaya yang dimiliki para staf (bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan).
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2.1.4.4. Penilaian Kualitas Pelayanan

Menurut (Hardiyansyah, 2011: 92)**,** jenis kualitas yang digunakan untuk menilai kualitas jasa adalah sebagai berikut:

1. Kualitas teknik (*outcome*), yaitu kualitas hasil kerja penyampaian jasa itu sendiri
2. Kualitas pelayanan (proses), yaitu kualitas cara penyampaian jasa tersebut. Karena jasa tidak kasat mata (*intangible*) serta kualitas teknik jasa tidak selalu dapat dievaluasi secara akurat, pemakai jasa berusaha menilai kualitas

jasa berdasarkan apa yang dirasakannya, yaitu atribut-atribut yang mewakili kualitas proses dan kualitas pelayanan.

2.1.4.5. Unsur-Unsur Kualitas Pelayanan

Menurut (Hardiyansyah, 2011: 151), kualitas pelayanan harus mengandung unsur-unsur dasar sebagai berikut:

1. Hak dan kewajiban bagi pemberi maupun pelayanan umum harus jelas dan diketahui secara pasti oleh masing-masing pihak.
2. Pengaturan setiap bentuk pelayanan umum harus disesuaikan dengan kondii kebutuhan dan kemampuan masyarakat untuk membayar berdasarkan ketentuan perundang-undangan yang berlaku dengan tetap berpegang teguh pada efisiensi dan efektivitas.
3. Kualitas, proses dan hasil pelayanan umum harus diupayakan agar dapat memberi keamanan, kenyamanan, kepastian, hukum yang dapat dipertanggungjawabkan.
4. Apabila pelayanan umum yang diselenggarakan oleh pemerintah terpaksa harus mahal, maka instansi pemerintah yang bersangkutan berkewajiban memberi peluang kepada masyarakat untuk ikut menyelenggarakannya

2.1.5. Kepuasan Nasabah

2.1.5.1. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelangan merupakan suatu konsep yang telah lama dikenal dalam ilmu pemasaran. Kepuasan/ketidakpuasan pelanggan sebagai respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan sebelum

pembelian dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya (Hasan, 2008: 56). Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara produk yang dirasakan dengan yang diprediksi sebelum produk dibeli/dikonsumsi. Jika yang dirasakan konsumen melebihi dugaannya, konsumen akan merasa puas, sebaliknya jika yang dirasakan lebih rendah dari harapannya, konsumen akan merasa tidak puas (Hasan, 2008: 57).

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Kepuasan adalah tanggapan pelanggan atas terpenuhinya kebutuhan (S. Kaihatu, Daengs, & Tinus Lis Indrianto, 2015: 6).

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, di antaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. Pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan (Tjiptono, 2008: 24).

2.1.5.2. Jenis-Jenis Kepuasan Nasabah

Menurut (S. Kaihatu et al., 2015: 7), secara umum, kepuasan pelanggan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

1. Kepuasan Fungsional

   Kepuasan fungsional didapatkan dari suatu produk karena produk tersebut sesuai dengan fungsi yang diharapkan. Misalnya seorang pelanggan terpengaruh iklan yang ditayangkan melalui TV. Setelah ia membeli dan mencoba TV tersebut, ternyata apa yang diiklankan tersebut terbukti. Maka pembeli itu bisa dikatakan telah merasakan kepuasan fungsional.

2. Kepuasan Psikologikal

   Kepuasan secara psikologikal diperoleh dari suatu atrubut yang bersifat *intanngibel* alias tidak berwujud. Misalnya seorang pelanggan spa memperoleh layanan yang membuatnya sangat puas dan secara psikologi ia merasa tubuhnya menjadi sangat segar setelah melakukan spa di tempat tersebut. Perasaan pelanggan itu merupakan kepuasan psikologikal.

2.1.5.3. Manfaat Kepuasan Nasabah

Menurut (Hasan, 2008: 67), perencanaan, implementasi, dan pengendalian program kepuasan pelanggan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah

   Persaingan dengan “perang harga” pemotongan harga dianggap oleh banyak perusahaan menjadi senjata ampuh untuk meraih pangsa pasar (sekalipun sebenarnya sangat rapuh).

2. Manfaat ekonomis

   Berbagai studi menunjukkan bahwa mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih murah dibandingkan terus-menerus berupaya menarik atau memprospek pelanggan baru.

3. Reduksi sensitivitas harga

   Pelanggan yang puas terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawar harga untuk setiap pembelian individualnya. Dalam banyak kasus, kepuasan pelanggan mengalihkan fokus pada harga pelayanan dan kualitas.

4. *Key* sukses bisnis masa depan

   a. Kepuasan pelanggan merupakan strategi bisnis jangka panjang, membangun dan memperoleh reputasi produk perusahaan dibutuhkan waktu yang cukup lama, diperlukan investasi besar pada serangkaian aktivitas bisnis untuk membahagiakan pelanggan.
   b. Kepuasan pelanggan merupakan indikator kesuksesan bisnis di masa depan yang mengukur kecenderungan reaksi pelanggan terhadap perusahaan di masa yang akan datang.
   c. Program kepuasan pelanggan relatif mahal dan hanya mendatangkan laba jangka panjang yang bertahan lama.
   d. Ukuran kepuasan pelanggan lebih prediktif untuk kinerja masa depan sekalipun tidak mengabaikan data akuntansi sekarang.

5. *Word-of-mouth relationship*, menurut Schnaars pelanggan yang puas dapat:

   a. Hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis.
   b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya

loyalitas pelanggan.

c. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

2.1.5.4. Strategi Kepuasan Nasabah

Strategi kepuasan pelanggan menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya yang tinggi dalam usahanya merebut pelanggan suatu perusahaan. Menurut (Tjiptono, 2008: 40), terdapat beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan:

1. Strategi pemasaran (*Relationship Marketing*)

   Strategi di mana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai (lihat tabel 2.1). Dengan kata lain, dijalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus-menerus, yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga terjadi bisnis ulangan (*repeat business*).

Tabel 2.1 *Transaction Marketing versus Relationship Marketing*

Transaction Marketing	***Relationship Marketing***
Berfokus pada penjualan tunggal.	Berfokus pada *customer retention.*
Orientasi pada karakteristik produk.	Orientasi pada manfaat produk.
jangka waktu pendek.	Jangka waktu panjang.
Hanya sedikit perhatian dan penekanan pada aspek layanan pelanggan.	Layanan pelanggan sangat diperhatikan dan ditekankan.
Komitmen terhadap pelanggan relatif terbatas.	Komitmen terhadap pelanggan sangat tinggi.
Kontak dengan pelanggannya moderat.	Kontak dengan pelanggan sangat tinggi.
Kualitas terutama merupakan perhatian dan tugas bagian produksi.	Kualitas merupakan perhatian semua orang.

Sumber: Payne, A., *The Essence of Services Marketing*

2. Strategi *superior customer service*

   Menawarkan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia, dan usaha gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan yang superior.

3. Strategi *unconditional guarantees/extraordinary guarantees*

   Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan.

4. Strategi penganganan keluhan yang efisien

   Penganganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan produk perusahaan yang puas (atau bahkan menjadi pelanggan abadi).

2.1.5.5. Dimensi Kepuasan Nasabah

Menurut (Hasan, 2008: 68), berbagai penelitian memilih kepuasan pelanggan ke dalam komponen-komponennya. Umumnya proses semacam itu terdiri atas empat langkah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan.
2. Meminta pelanggan menilai produk dan jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik, seperti kecepatan layanan atau keramahan staf layanan pelanggan.
3. Meminta pelanggan menilai produk dan atau jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama.

4. Meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka paling penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.

2.1.5.6. Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut (Tjiptono, 2008: 34), mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran

   Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelangganya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.

2. *Ghost Shopping*

   Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shoppers*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

3. *Lost Customer Analysis*

   Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

   Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan penelitian survei, baik survei melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Melaui survei perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*fedback*) secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda (s*ignal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya.

2.2. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini dipaparkan untuk menjadi sebuah referensi dan perbandingan untuk penelitian ini. Tujuannya adalah untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, sekaligus sebagai perbandingan dan gambaran yang dapat mendukung kegiatan penelitian berikutnya yang sejenis. Kajian yang digunakan yaitu mengenai tingkat suku bunga, kualitas pelayanan yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Berikut adalah beberapa hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan penelitian ini sebagai berikut:

1. Menurut Gerardo Andrew Tumangkeng (2013), dengan judul "Kualitas Produk, Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado", memberikan kesimpulan berdasarkan hasil pengujian dari penelitian ini menggunakan survey, dengan metode penelitian asosiatif. Tekhnik analisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara simultan kualitas produk, suku bunga, dan kualitas layanan, berpengaruh terhadap

kepuasan pelanggan, Secara parsial suku bunga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian hipotesis ditolak. Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasaan pelanggan KPR pada Bank BTN Cabang Manado.

2. Menurut Ronal Aprianto (2016), dengan judul "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kantor PT Bank BCA Cabang Lubuklinggau", memberikan kesimpulan berdasarkan hasil pengujian dari penelitian ini dengan perhitungan koefisien korelasi mengetahui nilai B sebesar 0,718. Hasil uji t menunjukkan Ho ditolak dan Ha diterima, rata-rata layanan variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada PT bank BCA kantor cabang lubuklinggau.
3. Menurut Siti Rohana dan Dewi Urip Wahyuni (2017), dengan judul "Pelayanan Karyawan, Suku Bunga, dan Kecepatan Pencairan Kredit Pensiunan Terhadap Kepuasan Nasabah", memberikan kesimpulan berdasarkan hasil pengujian dari penelitian ini dengan menggunakan uji t menunjukkan, bahwa seluruh variabel bebas yang terditi dari pelayanan karyawan, presepsi suku bunga, dan kecepatan pencairan kredit pensiunan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah, sedangkan dengan menggunakan uji kelayakan model menunjukkan hasil model layak digunakan dalam pengujian lebih lanjut, dan variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah adalah persepsi suku bunga.
4. Menurut Mandang Cristo, David P. E Saerang, Frederik G. Worang (2017), dengan judul "*The Influence Of Price, Service Quality, And Physical*

Environment On Customer Satisfaction (*Case Study* Markobar *Cafe* Manado)" (Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lingkungan Fisik Terhadap Pelanggan Studi Kasus Kafe Markobar Manado), memberikan kesimpulan berdasarkan hasil pengujian dari penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas layanan dan lingkungan fisik terhadap kepuasan pelanggan di Markobar Cafe Manado. Jenis penelitian ini adalah analisis Regresi Berganda dan data dikumpulkan dari 60 responden Markobar *Cafe* Manado. Penelitian ini menunjukkan bahwa harga simultan, kualitas layanan dan lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sebagian kualitas layanan dan lingkungan fisik berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan variabel harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Menurut Mega Della Prisanti, Imam Suyadi, Zainul Arifin (2017), dengan judul "Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trus* Terhadap *E-Customer Sarisfaction* Serta Implikasinya Terhadap *ECustomer Loyalty*", memberikan kesimpulan berdasarkan hasil pengujian dari metode analisis data yang digunakan yaitu *Generalized Structured Component Analysis* (GSCA). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *eService Quality eBanking* BRI berpengaruh secara signifikan pada *eCustomer Satisfaction*. Terdapat pengaruh signifikan antara *eTrust* dan *eCustomer Satisfaction*. *eService Quality* secara langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap *eCustomer Loyalty* nasabah pengguna *eBanking* BRI di BRI KCP Lawang. *eTrust* berpengaruh signifikan terhadap *eCustomer Loyalty*. Terdapat pengaruh

langsung antara *eCustomer Satisfaction* terhadap *eCustomer Loyalty*.

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Alat Analisis	Hasil Penelitian
1	Gerardo Andrew Tumangkeng (2013)	Kualitas Produk, Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado	Regresi Linier Berganda	Secara simultan kualitas produk, suku bunga, dan kualitas layanan, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, Secara parsial suku bunga berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan, dengan demikian hipotesis ditolak.
2	Ronal Aprianto (2016)	Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Kantor PT Bank BCA Cabang Lubuklinggau	Regresi Linier Berganda	Rata-rata layanan variabel berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pada PT bank BCA kantor cabang lubuklinggau.
3	Siti Rohana dan Dewi Urip Wahyuni (2017)	Pelayanan Karyawan, Suku Bunga, dan Kecepatan Pencairan Kredit Pensiunan Terhadap Kepuasan Nasabah	Regresi Linier Berganda	Seluruh variabel bebas yang terditi dari pelayanan karyawan, presepsi suku bunga, dan kecepatan pencairan kredit pensiunan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah.
4	Mandang Cristo, David P. E Saerang, Frederik G. Worang (2017)	*The Influence Of Price, Service Quality, And Physical Environment On Customer Satisfaction (Case Study Markobar Cafe Manado)*	Regresi Linier Berganda	Harga simultan, kualitas layanan dan lingkungan fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.pegawai pada Sekda Kabupaten
5	Mega Della Prisanti, Imam Suyadi, Zainul Arifin (2017)	Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trus* Terhadap *E-Customer Sarisfaction* Serta Implikasinya Terhadap *ECustomer Loyalty*	Regresi Linier Berganda	*eService Quality eBanking* BRI berpengaruh secara signifikan pada *eCustomer Satisfaction*. Terdapat pengaruh signifikan antara eTrust dan *eCustomer Satisfaction*. *eService Quality* secara langsung berpengaruh tidak signifikan terhadap *eCustomer Loyalty*

				nasabah pengguna eBanking BRI di BRI KCP Lawang. eTrust berpengaruh signifikan terhadap *eCustomer Loyalty.* Terdapat pengaruh langsung antara *eCustomer Satisfaction* terhadap *eCustomer Loyalty*.

Sumber: (Tumangkeng, 2013)**,** (Aprianto, 2016)**,** (Rohana & Wahyuni, 2017)**,** (Cristo, P.E Saerang, & G. Worang, 2017)**,** (Della Prisanti, Suyadi, & Arifin, 2017)

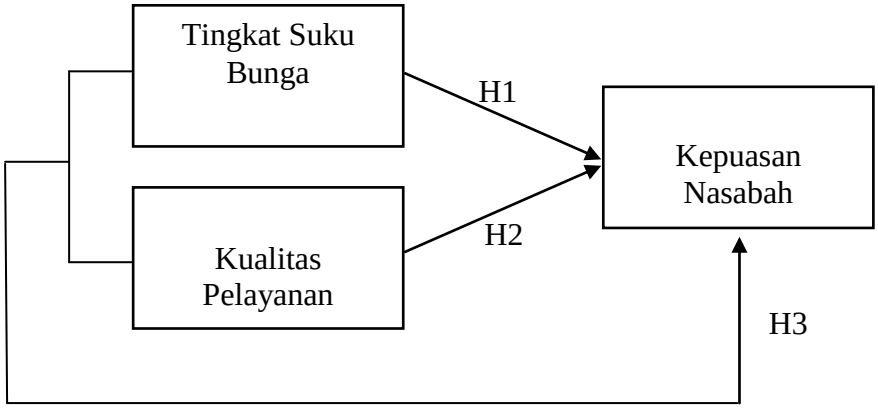
2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran bertujuan untuk mempermudah suatu proses penelitian. Dalam kerangka pemikiran dapat diketahui variabel apa saja yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap perusahaan. Oleh karena itu, kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat dijabarkan dalam suatu model dimana variabel tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan merupakan variabel bebas (X) dan kepuasan nasabah merupakan variabel terikat (Y).

1. Menurut penelitian Gerardo Andrew Tumangkeng (2013), menuliskan terjadinya pengaruh tingkat suku bunga terhadap kepuasan nasabah, karena berdasarkan hasil penelitian menunjukkan suku bunga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kredit KPR pada Bank BTN Cabang Manado. Perubahan suku bunga merupakan perubahan dalam permintaan uang (kredit). Kenaikan suku bunga terutama suku bunga pinjaman akan menurunkan minat konsumen. Perubahan suku bunga oleh berbagai lembaga pembiayaan bank atau non bank berpengaruh terhadap permintaan kredit oleh masyarakat.

2. Menurut penelitian Gerardo Andrew Tumangkeng (2013), menuliskan terjadinya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah, karena berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap pelanggan nasabah KPR pada Bank BTN Cabang Manado. Hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan penting bagi perusahaan, dan peneliti, karena perusahaan (penyedia jasa) perlu mengetahui apakah tujuan perusahaan harus memiliki nasabah yang puas dengan kinerjaperusahaan atau memberikan kualitas layanan yang dipersepsikan pada tingkat maksimum. Ciri kepuasan adalah keterkejutan nasabah setelah ia melakukan pembelian dan keterkejutan ini mengakibatkan sikap nasabah kurang dinamis, karena adanya kecenderungan untuk mengulangi pembelian tersebut. Hasil penelitian mereka menyimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat kualitas layanan yang dipersepsikan, semakin besar kepuasan pelanggan.

Dari uraian diatas, maka hubungan itu dapat dilihat dalam gambar berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

Keterangan:

1. Variabel dependen, yaitu variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y).
2. Variabel independen, yaitu variabel yang mempengaruhi variabel yang lain. Variabel independen dalam penelitian ini adalah tingkat suku bunga (X1) dan kualitas pelayanan (X2).

2.4. Hipotesis Penelitian

Adapun hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

H1: Tingkat Suku Bunga berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Majesty Golden Raya di Kota Batam.

H2: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Majesty Golden Raya di Kota Batam.

H3: Tingkat Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Majesty Golden Raya di Kota Batam.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain atau rancangan penelitian merupakan cetak biru bagi peneliti. Oleh karena itu, desain ini perlu disusun terlebih dahulu sebelum peneliti melaksanakan penelitian. Pada umumnya, desain penelitian ditempatkan pada bagian awal bab/materi tentang metode penelitian, dengan harapan dapat memberikan petunjuk atau arahan yang sistematis kepada peneliti tentang kegiatan-kegiatan yang harus dilakukan, kapan akan dilakukan, dan bagaimana cara melakukannya (Sanusi, 2011: 13).

Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Desain penelitian deskriptif adalah desain penelitian yang disusun dalam rangka memberikan gambaran secara sistematis tentang informasi, ilmiah yang berasal dari subjek atau objek responden nasabah di PT BPR Majesty Golden Raya, yang diukur adalah tingkat kepuasan nasabah melalui variabel Tingkat Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan (Sanusi, 2011: 13). Metode Kuantitatif merupakan metode ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode ini juga disebut metode d*iscovery,* karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2014: 7).

3.2. Operasional Variabel

Definisi operasional variabel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas (*independent variable)* dan variabel tergantung (*dependent variable).* Adapun yang merupakan variabel bebas adalah tingkat suku bunga (X1), dan kualitas pelayanan (X2), sedangkan variabel tergantung adalah kepuasan nasabah (Y) yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.1 Variabel Operasional

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Tingkat Suku Bunga(X_1)	Tingkat suku bunga adalah harga dari penggunaan uang atau juga dipandang sebagai atas penggunaan uang untuk jangka waktu tertentu. bunga dapat diartikan sebagai balas jasa yang diberikan oleh bank berdasarkan prinsip konvensional kepada nasabah yang membeli atau menjual produknya.	1. Kebutuhan dana 2. Persaingan 3. Kebijakan pemerintah 4. Target laba yang diinginkan 5. Jangka waktu 6. Kualitas jaminan 7. Reputasi Perusahaan 8. Produk yang kompetitif 9. Hubungan baik 10. Jaminan pihak ketiga	Skala likert
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas pelayanan diartikan sebagai sesuatu yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan pelanggan, dimana pelayanan dikatakan berkualitas apabila dapat menyediakan produk dan jasa (pelayanan) sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.	1. *Tangibel* (bukti fisik) 2. *Reliability* (keandalan) 3. *Responsiveness* (Daya tanggap) 4. *Assurance* (jaminan) 5. *Empathy* (empati)	Skala likert
Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli, dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan.	1. Sistem keluhan dan saran 2. *Ghost shopping* 3. *Lost customer analysis* 4. Survei kepuasan pelanggan	Skala likert

Sumber: (Kasmir, 2014)**,** (Hardiyansyah, 2011)**,** (S. Kaihatu et al., 2015)**,** (Tjiptono, 2008)

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan nasabah dari PT BPR Majesty Golden Raya yang masih aktif dalam melakukan transaksi, sehingga jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 128 orang nasabah.

3.3.2. Sampel

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan teknik *sampling* jenuh, yaitu teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Istilah lain sampel jenuh adalah sensus, dimana semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiyono, 2014: 85). Jadi, jumlah sampel dalam penelitian ini tentunya adalah 128 nasabah pada PT BPR Majesty Golden Raya.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara. Bila dilihat dari sumbernya datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Bila dilihat dari segi teknik pengumpulan data, maka teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan wawancara (*interview*), kuesioner (angket), observasi (pengamatan), dan gabungan ketiganya (Sugiyono, 2014: 137). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

3.4.1. Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini jenis dan sumber data yang digunakan antara lain:

1. Data Primer

   Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama atau sumber asli (langsung dari sumber informal). Data ini merupakan data mentah yang nantinya akan diproses untuk tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhan, misalnya untuk penyusunan tugas akhir mahasiswa (skripsi) (Rianse & Abdi, 2008: 212). Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada respondennya, yaitu nasabah pada PT BPR Majesty Golden Raya.

2. Data Sekunder

   Data sekunder merupakan yang diambil dari sumber kedua atau bukan dari sumber aslinya. Data sekunder bisa bentuk data yang tersaji dalam bentuk tabel, grafik, dan lain sebagainya (Rianse & Abdi, 2008: 212). Peneliti menggunakan studi pustaka untuk memperoleh data sekunder.

3.4.2. Alat Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Kuesioner (Angket)

Dalam penelitian ini metode kuesioner digunakan untuk memperoleh informasi responden, untuk mencari hasil maksimal tentang pengaruh tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Majesty Golden Raya di Kota Batam. Bentuk kuesioner yang digunakan peneliti adalah

bentuk kuesioner berstruktur adalah tertutup, artinya pada setiap item sudah tersedia berbagai alternatif jawaban. Respon pernyataan ini diberikan skor yang mengacu pada skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2014a). Untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban itu dapat diberi skor, misalnya:

Tabel 3.2 Skala Likert

PERNYATAAN	BOBOT/ PENILAIAN
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Ragu-ragu (RR)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Sumber: (Sugiyono, 2014a)

2. Studi Pustaka

Studi pustaka dalam penelitian ini diperoleh dari buku literatur, surat kabar, internet, jurnal dan lainnya yang dapat menunjang penelitian ini.

3.5. Metode Analisis Data

Setelah pengumpulan data mentah yang dikumpulkan dari lapangan, maka tahap selanjutnya adalah tahap analisis data. Metode Analisis data yang digunakan adalah sebagai berikut.

3.5.1. Analisis Deskriptif

Metode Analisis Deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang

telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi (Sugiyono, 2014: 147).

Analisis deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dari variabel independen yaitu tingkat suku bunga dan kualitas pelayanan serta variabel dependen yaitu kepuasan nasabah.

3.5.2. Uji Kualitas Data

Untuk mempermudah pengujian validitas dan reliabilitas butir-butir pertanyaan penelitian, pembentukan garis regresi beserta pengujian hipotesis penelitian menggunakan alat bantu SPSS versi 22.

3.5.2.1. Uji Validitas

Menurut (Wibowo, 2012: 35), uji yang dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur itu mampu mengukur apa yang ingin diukur. Dari uji ini dapat mengetahui apakah item-item pertanyaan yang diajukandalam kuesioner dapat digunakan untuk mengukur keadaan responden yang sebenarnya dan menyempurnakan kuesioner tersebut. Validitas menunjukkan sejauh mana perbedaan yang didapatkan melalui alat pengukur mencerminkan perbedaan yang sesungguhnya di antara respoden yang diteliti.

Dalam menentukan kelayakan atau tidaknya suatu item yang akan digunakan biasanya dilakukan uji signifikan koefisien kolerasi pada taraf 0.05. Artinya suatu item dianggap memiliki tingkat *valid* jika memiliki kolerasi signifikan terhadap skor total item. Jika suatu item memiliki nilai capaian

koefisien korelasi minimal 0,30 dianggap memiliki daya pembeda yang cukup memuaskan atau dianggap valid. Berikut Tabel yang menggambarkan *range* validitas.

Tabel 3.3 *Range* Validitas

Interval Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
0,80 – 1,000	Sangat Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,40- 0,599	Cukup Kuat
0,20 – 0,399	Rendah
0,00 - 0,199	Sangat Rendah

Sumber: (Wibowo, 2012: 36)

Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan Korelasi *Bivariate Pearson (Pearson Product Moment)*. Analisis ini dilakukan untuk mengorelasi skor masing-masing item dengan skor totalnya. Jumlah nilai dari keseluruhan item merupakan skor total dari item tersebut. Suatu item yang memiliki korelasi yang signifikan dengan skor totalnya dapat diartikan bahwa item tersebut memiliki arti mampu memberikan dukungan dalam mengungkapkan apa yang ingin diteliti oleh peneliti (Wibowo, 2012: 36).

Besaran nilai koefisien korelasi *product moment* dapat diperoleh dengan rumus seperti dibawah ini:

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

Rumus 3.1 Uji Validitas

Sumber: (Wibowo, 2012: 37)

Keterangan:

r = koefisien korelasi

x = skor item

y = skor total dari y

n = jumlah banyaknya subjek

Menurut (Wibowo, 2012: 37), nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikan 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data valid atau tidak, jika:

1. Jika r hitung ≥ r tabel maka item-item pada pertanyaan dinyatakan berkolerasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan valid.
2. Jika r hitung < r tabel maka item-item pada pertanyaan dinyatakan tidak berkolerasi signifikan terhadap skor total item tersebut, maka item dinyatakan tidak valid.

3.5.2.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Dengan kata lain bahwa reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipecaya atau dapat diandalkan (Hardiyansyah, 2011: 160). Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih (Wibowo, 2012: 52).

Metode uji *Cronbach's Alpha* sangat populer dan *commonly* digunakan pada skala uji yang berbentuk skala Likert (*scoring scale*), misalnya pengukuran dengan skala 1-5, 1-7. Uji ini dengan menghitung koefisien alpha. Data dikatakan reliabel apabila r alpha positif dan r alpha > r tabel df = $(\alpha, \text{n - 2})$.

Menurut (Wibowo, 2012: 52), untuk mencari besaran angka reliabilitas dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dapat digunakan suatu rumus sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{k-1}\right]\left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2}\right]$$ **Rumus 3.2** Uji Reliabilitas

Sumber: (Wibowo, 2012)

Keterangan:

r = reliabilitas intrumen

k = banyaknya item pertanyaan atau pernyataan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varian butir

σt^2 = jumlah varian total

Nilai uji akan dibuktikan dengan menggunakan uji dua sisi pada taraf signifikansi 0,05. Kriteria diterima dan tidaknya suatu data reliabel atau tidak jika: (Wibowo, 2012)

1. Nilai alpha lebih besar dari pada nilai kritis *product moment*, atau nilai r tabel.
2. Dapat pula dilihat dengan menggunakan nilai batasan penentu, misalnya 0,6 dianggap memiliki reliabilitas yang cukup, sedangkan nilai 0,7 dapat diterima dan nilai di atas 0,8 dianggap baik.

Beberapa peneliti berpengalaman merekomendasikan dengan cara membandingkan nilai dengan tabel kriteria indeks koefisien reliabilitas berikut ini:

Tabel 3.4 Indeks Koefisien Reliabilitas

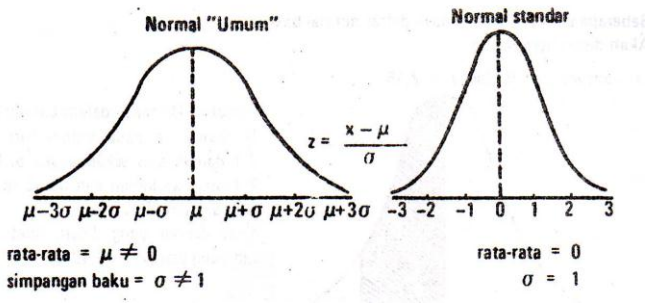
Nilai Interval	Kriteria
< 0,20	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,00	Sangat Tinggi

Sumber: (Wibowo, 2012)

3.5.3. Uji Asumsi Klasik

3.5.3.1. Uji Normalitas

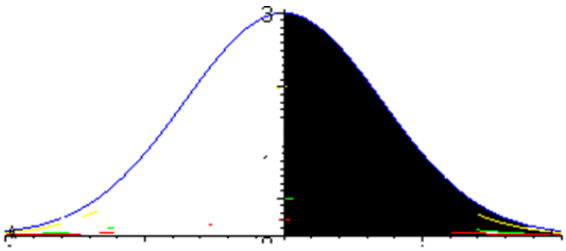
Menurut (Wibowo, 2012: 61), uji ini dilakukan guna mengetahui apakah nilai residu (perbedaan yang ada) yang diteliti memiliki distribusi normal atau tidak normal. Nilai residu yang berdistribusi normal akan membentuk suatu kurva yang kalau digambarkan akan berbentuk lonceng, *bell-shaped curve* seperti gambar kurva dibawah ini:



Gambar 3.1 *Bell Shaped Curve*

Keterangan:

1. Garis mendatar pada grafik kurva normal umum adalah sumbu-x
2. Garis mendatar pada grafik kurva normal standar adalah sumbu-z



Gambar 3.2 *Bell Shaped Curve*

Keterangan:

1. Luas daerah di bawah kurva normal adalah 1 satuan, luas daerah yang diarsir (warna hitam adalah 50% dari luas keseluruhan (0,5).
2. Dalam tabel-z, terlihat bahwa luas dari 0 (lihat kurva normal standart) ke 3 (sebelah kanan) adalah 0,5000 (atau 0,5).

Kedua sisi kurva melebar sampai titik terhingga. Suatu data dikatakan tidak normal jika memiliki nilai data yang ekstrim, atau biasanya jumlah data terlalu sedikit.

Bagi peneliti yang perlu diperhatikan adalah bahwa uji ini dilakukan jika data memiliki skala ordinal, interval maupun rasio dan menggunakan metode parametrik dalam analisisnya. Jika data tidak berdistribusi normal dan jumlah sampel kecil kemudian jenis data nominal atau ordinal maka metode analisis yang paling sesuai adalah statistik non-parametrik.

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan *Histogram Regression Residuals* yang sudah distandarkan, analisis *Chi Square* dan juga menggunakan

Nilai Kolmogrov-Smirnov. Kurva nilai Residual terstandarisasi dikatakan normal jika: nilai Kolmogrov-Smirnov Z < Ztabel ; atau menggunakan *Probability* Sig (2 tailed) > α ; sig > 0,05 (Wibowo, 2012: 62).

3.5.3.2. Uji Multikolonieritas

Menurut (Wibowo, 2012: 87), di dalam persamaan regresi tidak boleh terjadi multikolinieritas, maksudnya tidak boleh ada korelasi atau hubungan yang sempurna atau mendekati sempurna antara variabel bebas yang membentuk persamaan tersebut. Jika pada model persamaan tersebut terjadi gejala multikolineritas itu berarti sesama variabel bebas terjadi korelasi.

Gejala multikolinieritas dapat diketahui melalui suatu uji yang dapat mendeteksi dan menguji apakah persamaan yang dibentuk terjadi gejala multikolineritas. Salah satu cara dari beberapa cara untuk mendeteksi gejala multikolineritas adalah dengan menggunakan atau melihat tool uji yang disebut *Variance Inflation Factor* (*VIF*). Suatu model dapat dikatakan tidak terjadi Multikolineritas, jika nilai *Variance Infation Factor* (VIF) < 10, angka ini dilihat pada tabel *Coefficients.*

3.5.3.3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Wibowo, 2012: 93), suatu model dikatakan memiliki problem heteroskedastisitas itu berarti ada atau terdapat varian variabel dalam model yang tidak sama. Gejala ini dapat pula diartikan bahwa dalam model terjadi ketidaksamaan varian dari residual pada pengamatan model regresi tersebut. Uji

heteroskedastisitas diperlukan untuk menguji ada tidaknya gejala ini. Untuk melakukan uji tersebut ada beberapa metode yang dapat digunakan, misalnya metode barlet dan *Rank Spearman* atau uji *spearman's rho*, metode grafik *Park Gleyser*.

Untuk menganalisis uji heteroskedastisitas akan digunakan uji *Park Gleyser* dengan cara mengkorelasikan nilai *absolute* residualnya dengan masing-masing variabel independen. Jika hasil nilai probabilitasnya memiliki nilai signifikansi > nilai alpha-nya (0,05), maka model tidak mengalami heteroskedastisitas.

3.5.4. Uji Pengaruh

3.5.4.1. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut (Wibowo, 2012: 126), model regresi linear berganda dengan sendirinya menyatakan suatu bentuk hubungan linear antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya. Di dalam penggunaan analisis ini beberapa hal yang bisa dibuktikan adalah bentuk dan arah hubungan yang terjadi antara variabel independen dan vaiabel dependen, serta dapat mengetahui nilai estimasi atau prediksi nilai dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependennya jika suatu kondisi terjadi. Kondisi tersebut adalah naik atau turunnya nilai masing-masing variabel independen itu sendiri yang disajikan dalam model regresi.

Penggunaan model regresi sebagai alat uji akan memberikan hasil yang baik jika dalam model tersebut, data memiliki syarat-syarat tertentu atau dianggap memiliki syarat syarat tersebut. Diantaranya syarat tersebut adalah data yang

digunakan memiliki tipe data berskala interval rasio, data memiliki distribusi normal, memenuhi uji asumsi klasik. Rumus regresi linier berganda dinotasikan sebagai berikut:

$$y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 + e$$ **Rumus 3.3** Regresi Linear Berganda

Sumber: (Wibowo, 2012: 127)

Keterangan:

Y = Kepuasan

a = Nilai konstanta

b_1, b_2 = Nilai koefisien regresi

X_1 = Tingkat suku bunga

X_2 = Kualitas pelayanan

3.5.4.2. Analisis Determinasi (R^2)

Menurut (Wibowo, 2012), analisis ini digunakan dalam hubungannya untuk mengetahui jumlah atau persentase sumbangan pengaruh variabel bebas dalam model regresi yang serentak atau bersama-sama memberikan pengaruh terhadap variabel tidak bebas. Jadi koefisien angka yang ditunjukkan memperlihatkan sejauh mana model yang terbentuk dapat menjelaskan kondisi yang sebenarnya. Koefisien tersebut dapat diartikan sebagai besaran proporsi atau persentase keragaman Y yang diterangkan oleh X. Secara singkat koefisien tersebut untuk mengukur besar sumbangan dari variabel X (bebas) terhadap keragaman variabel Y (terikat).

Rumus untuk mencari koefisien determinasi (R^2) secara umum adalah sebagai berikut.

$$R^2 = \frac{(ryx_1)+(ryx_2)-2(ryx_1)(ryx_2)(rx_1x_2)}{1-(rx_1x_2)^2}$$ **Rumus 3.4** Determinasi (R2)

Sumber: (Wibowo, 2012)

3.5.5. Uji Hipotesis

3.5.5.1. Uji Regresi Parsial (Uji–t)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5% nilai t hitung dari masing-masing koefisien regresi kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel. Jika t hitung > t tabel atau prob-sig < α = 5% berarti bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen (Priyatno, 2010: 68).

Formula untuk regresi parsial sebagai berikut:

$$\text{t hitung} = \frac{bi}{Sbi}$$ **Rumus 3.5** Uji-t

Sumber: (Priyatno, 2010: 68)

Keterangan :

bi = Koefisien regresi variabel independen ke i.

Sbi = Standar *error* koefisien regresi variabel independen ke i.

Menurut (Priyatno, 2010: 68), langkah-langkah untuk uji-t adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis

a. Ho : X tidak berpengaruh terhadap Y

b. Ha : X berpengaruh terhadap Y

2. Menentukan tingkat signifikan (sig 0,05 atau α = 5%)
3. Menentukan t hitung
4. Menentukan t tabel
5. Kriteria pengujian
   a. Ho diterima bila t hitung ≤ t tabel
   b. Ho ditolak bila t hitung > t tabel
6. Membandingkan t hitung dengan t tabel

3.5.5.2. Uji Regresi Simultan (Uji-F)

Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Dengan tingkat signifikansi sebesar 5% nilai F hitung dari masing-masing koefisien regresi kemudian dibandingkan dengan nilai F tabel. Jika F hitung > F tabel atau prob-sig < α = 5% berarti bahwa variabel independen berpengaruh secara bersama-sama terhadap dependen (Priyatno, 2010).

Formula untuk regresi simultan sebagai berikut:

$$\text{F hitung} = \frac{R^2/K}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$ **Rumus 3.6** Uji-F

Sumber: (Priyatno, 2010)

Keterangan:

R^2 = Korelasi determinasi

n = Jumlah data atau kasus

k = Jumlah variabel independen

Menurut (Priyatno, 2010), Langkah-langkah untuk uji-F adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis
    a. Ho : X_1 dan X_2 secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Y
    b. Ha : X_1 dan X_2 secara bersama-sama berpengaruh terhadap Y
2. Menentukan tingkat signifikan (sig 0,05 atau $\alpha = 5\%$)
3. Menentukan F hitung
4. Menentukan F tabel
5. Kriteria pengujian
    a. Ho diterima bila F hitung $\leq$ F tabel, artinya variabel independen secara simultan (bersama-sama) memengaruhi variabel dependen.
    b. Ho ditolak bila F hitung > F tabel, artinya variabel independen secara simultan (bersama-sama) tidak memengaruhi variabel dependen.
6. Membandingkan t hitung dengan t tabel

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Dalam penyusunan skripsi ini penulis melakukan penelitian dengan mengambil objek penelitian pada PT BPR Majesty Golden Raya yang terletak di Komplek Kara Junction Blok B No. 15, Batam Centre – Kota Batam, Provinsi Kepulauan Riau, Indonesia. Penelitian ini dilakukan kepada responden (nasabah bank).

3.6.2. Jadwal Penelitian

Jadwal penelitian berupa mencari fenomena/ latar belakang masalah, menentukan judul, mencari jurnal pendukung, studi pustaka, menyusun proposal. Waktu penelitian ini berlangsung dari bulan September 2017 sampai dengan bulan Januari 2018.

Tabel 3.5 Jadwal Kegiatan Penelitian

Kegiatan	September 2017				Oktober 2017				November 2017				Desember 2017				Januari 2018			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Mencari Fenomena/ Latar Belakang Masalah	■	■	■	■																
Menentukan Judul			■	■	■															
Mencari Jurnal Pendukung				■	■	■														
Studi Pustaka							■	■	■	■	■	■								
Penentuan Model Penelitian													■							
Penyebaran dan Analisis Kuesioner														■	■	■				
Penyusunan Hasil Penelitian																	■			
Simpulan dan Saran																		■	■	■

Sumber: Peneliti