

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
*SERVICESC*AP*E* TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PADA PT BANK SINARMAS KANTOR KAS RAFLESSIA  
CABANG BATAM**

**SKRIPSI**



**Oleh :  
Rizki Amalia Anggraini  
130910362**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2019**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
*SERVICESC*AP*E* TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PADA PT BANK SINARMAS KANTOR KAS RAFLESSIA  
CABANG BATAM**

**SKRIPSI**  
Untuk memenuhi salah satu syarat  
memperoleh gelar sarjana



Oleh :  
**Rizki Amalia Anggraini**  
130910362

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UNIVERSITAS PUTERA BATAM  
TAHUN 2019**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Rizki Amalia Anggraini  
NPM/NIP : 130910362  
Fakultas : Bisnis  
Program Studi : Manajemen

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

### **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan *Servicescape* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Sinarmas Kantor Kas Rafflesia Cabang Batam**

Adalah hasil karya saya 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 didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi saya 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 pihak manapun.

Batam, 2 Februari 2019  
Yang membuat pernyataan,

Materai 6000

**Rizki Amalia Anggraini**  
130910362

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
*SERVICESC*AP*E* TERHADAP KEPUASAN NASABAH  
PADA PT BANK SINARMAS KANTOR KAS RAFLESSIA  
CABANG BATAM**

**SKRIPSI**

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

**Oleh :  
Rizki Amalia Anggraini  
130910362**

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

**Batam, 02 Februari 2019**

**(Dr.Joko Setiawan.,S.E.,M.M)  
Pembimbing**

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan gambaran variabel kualitas pelayanan, *servicescape* serta kepuasan nasabah dan mengetahui serta menganalisis secara parsial dan simultan kualitas pelayanan dan *servicescape* terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam. Populasi yang diteliti dalam penelitian adalah nasabah PT Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam sebanyak 3000 nasabah. Sampel pada penelitian ini berjumlah 125 nasabah dengan teknik 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 valid untuk mengukur variabel yang ada. Dari hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan yaitu kualitas pelayanan dan *servicescape* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam.

**Kata kunci:** Kualitas pelayanan, *servicescape*, kepuasan nasabah.

## **ABSTRACT**

*This study aims to explain the description of the variables of service quality, servicescape and customer satisfaction and to know and analyze partially and simultaneously service quality and servicescape to customer satisfaction at PT Bank Sinarmas Raflessia cash office in Batam branch. The population studied in the study was a customer of PT Bank Sinarmas, the Batam branch of Raflessia cash office with 3000 customers. The sample in this study amounted to 125 customers with probability sampling technique. This type of research is quantitative research. This study uses a multiple linear regression analysis method. Test the quality of data used in this study using validity and reliability tests which indicate that the indicators used are valid for measuring existing variables. From the results of this study conclusions are that service quality and servicescape have a positive and significant effect on customer satisfaction at the PT Bank Sinarmas Raflessia cash office in the Batam branch.*

**Keywords:** *Service quality, servicescape, 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 strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Bisnis 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 itu dengan segenap kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Nur Elvi Husda, S.Kom, M.SI.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Bapak Suhardianto, S.Hum., M.Pd.
3. Ketua program studi manajemen Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.
4. Dr.Joko Setiawan.,S.E.,M.M 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 Ririn dan Bapak Azhari, Adik-adik saya Martha, Wawan, Arum, Rafa dan seluruh keluarga besar Alm. Opa Abdullah keluarga tercinta yang selalu memberikan kasih sayang, doa, bantuan dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi.
7. Terimakasih kepada Bapak Wahyu Agus Saputra selaku Cash Office Manager di PT Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian.

8. Spesial tanda terima kasih untuk Mochammad Aziz, Neti Sulvina, Retno Purnama Sari, Haris Zulhadi, Ocak , Deni, Wawan, Ridwan, Norafyana terima kasih atas dorongan semangat, canda tawa, dan bantuan yang diberikan selama saya menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman sebangunan 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, 02 Februari 2019

Rizki Amalia Anggraini

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>Halaman Sampul Depan</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR RUMUS .....</b>	<b>xiii</b>

## **BAB I**

<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	10
1.3 Batasan Masalah .....	12
1.4 Rumusan Masalah .....	12
1.5 Tujuan Penelitian .....	13
1.6 Manfaat Penelitian .....	13
1.6.1 Manfaat Teoritis .....	13
1.6.2 Manfaat Praktis .....	143

## **BAB II**

<b>LANDASAN TEORI .....</b>	<b>155</b>
2.1 Konsep Teoritis .....	15
2.1.1 Kualitas Pelayanan .....	15
2.1.1.2 Indikaor Kualitas Pelayanan .....	18
2.1.1.3 Mengukur Kualitas Pelayanan .....	19
2.1.2 <i>Servicescape</i> .....	21
2.1.3 Kepuasan Nasabah .....	25
2.2 Penelitian Terdahulu .....	27
2.3 Kerangka Pemikiran .....	33
2.4 Hipotesis .....	34

## **BAB III**

<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1 Desain Penelitian.....	35
3.2 Operasional Variabel.....	35
3.2.1 Variabel Bebas (Independen).....	36
3.2.3 Variabel Terikat (Dependen).....	36
3.3 Populasi dan Sampel .....	37
3.3.1 Populasi .....	37
3.3.2 Sampel.....	37
3.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data .....	38
3.5 Metode Analisis Data .....	40
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	40
3.5.2 Uji Kualitas Data.....	41
3.5.3 Uji Asumsi Klasik .....	42
3.5.4 Uji Pengaruh .....	44
3.5.5 Pengujian Hipotesis.....	45
3.5.6 Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	46
3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian .....	46
3.6.1 Lokasi Penelitian.....	46
3.7 Jadwal Penelitian.....	47

<b>BAB IV</b>	
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Hasil dan Pembahasan Penelitian.....	48
4.1.1 Deskripsi Data Sampel.....	48
4.1.2 Deskripsi Responden.....	48
4.1.2.1 Responden Menurut Umur.....	48
4.1.2.2 Responden Menurut Jenis Kelamin.....	49
4.1.2.3 Responden Menurut Pendidikan.....	50
4.1.2.4 Responden Menurut Pekerjaan.....	51
4.1.3 Analisis Deskriptif Data.....	51
4.1.3.1 Kualitas Pelayanan.....	52
4.1.3.2 <i>Servicescape</i> .....	52
4.1.3.3 Kepuasan Nasabah.....	53
4.1.4 Uji Instrumen.....	53
4.1.4.1 Uji Validitas.....	53
4.1.4.2 Uji Realibilitas.....	56
4.1.5 Uji Asumsi Klasik.....	57
4.1.5.1 Uji Normalitas.....	57
4.1.5.2 Uji Multikolinearitas.....	59
4.1.5.3 Uji Heterokedastisitas.....	60
4.1.6 Uji Pengaruh.....	61
4.1.7 Uji Hipotesis.....	62
4.1.7.1 Uji F.....	62
4.1.7.2 Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	63
4.1.7.3 Uji t.....	64
4.1.2 Pembahasan.....	65
<b>BAB V</b>	
<b>PENUTUP.....</b>	<b>67</b>
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	68

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
<b>Gambar 2. 1</b> Kerangka Pemikiran.....	34
<b>Gambar 4. 1</b> Hasil Uji Normalitas <i>P-P Plot</i> .....	57
<b>Gambar 4. 2</b> Histogram Uji Normalitas.....	58

**Gambar 4. 3** Hasil Uji Hateroskedastisitas..... 60

## DAFTAR TABEL

	Halaman
<b>Tabel 1.1</b> Data Temuan Kunjungan Duta Service Quality Tahun 2018.....	10
<b>Tabel 2.2</b> Penelitian Terdahulu .....	31
<b>Tabel 3.1</b> Jadwal Penelitian.....	47
<b>Tabel 4.1</b> Data Responden Berdasarkan Umur .....	49
<b>Tabel 4.2</b> Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
<b>Tabel 4.3</b> Data Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	50
<b>Tabel 4.4</b> Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
<b>Tabel 4.5</b> Hasil Analisis Deskriptif.....	56
<b>Tabel 4.6</b> Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1) .....	54
<b>Tabel 4.7</b> Hasil Uji Validitas <i>Servicescape</i> (X2) .....	54
<b>Tabel 4.8</b> Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y).....	55
<b>Tabel 4.9</b> Hasil Uji Realibilitas .....	56
<b>Tabel 4.10</b> Hasil Uji Normalitas .....	58
<b>Tabel 4.11</b> Hasil Uji Multikolinearitas.....	59
<b>Tabel 4.12</b> Hasil Uji Pengaruh .....	61
<b>Tabel 4.13</b> Hasil Uji F .....	62
<b>Tabel 4.14</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	63
<b>Tabel 4.15</b> Hasil Uji T.....	64

## DAFTAR RUMUS

	Halaman
<b>Rumus 3. 1</b> <i>Slovin</i> .....	38
<b>Rumus 3. 2</b> <i>Corelation Product Moment</i> .....	41
<b>Rumus 3. 3</b> Regresi Linier Berganda .....	44
<b>Rumus 3. 4</b> Koefisien Determinasi .....	46

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan dunia bisnis sekarang dituntut menciptakan bagaimana memberikan kepuasan nasabah untuk pengembangan yang dilakukan untuk mendapatkan hasil dan tujuan suatu perusahaan. Perusahaan harus mampu membangun serta meningkatkan kinerja didalam lingkungannya untuk mencapai kepuasan semua nasabah. Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis yaitu untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Pernyataan ini didukung oleh (Ahmad, 2017:1) yang menyatakan jasa yang diberikan kepada konsumen sangat berhubungan langsung dengan keberlangsungan suatu perusahaan. Kepuasan konsumen merupakan hasil dari perbandingan antara harapan dan kenyataan yang diterima pelanggan dalam mengkonsumsi barang dan jasa (Nanang,2018:191). Keberhasilan perusahaan tersebut dipengaruhi beberapa faktor, salah satu faktor penting yaitu sumber daya manusia, karena sumber daya manusia merupakan pelaku dari keseluruhan dari tingkat perencanaan sampai dengan tingkat evaluasi yang mampu memanfaatkan sumberdaya lainnya.

Keberadaan sumber daya manusia didalam suatu perusahaan sangatlah memegang peranan sangat penting. Tenaga kerja memiliki potensi yang besar untuk menjalankan aktivitas-aktifitas perusahaan. Potensi setiap sumber daya manusia yang ada didalam perusahaan harus dapat dimanfaatkan dengan sebaik-baiknya sehingga mampu memberikan *output* yang optimal. Tercapainya tujuan perusahaan

tidak hanya tergantung dari peralatan modern, sarana dan prasarana yang lengkap, tetapi justru lebih tergantung pada manusia yang melaksanakan pekerjaan tersebut. Setiap perusahaan akan selalu berusaha untuk meningkatkan kinerja karyawan, dengan harapan apa yang menjadi tujuan dari perusahaan tersebut sehingga memberikan kepuasan bagi para nasabah.

Dengan adanya kualitas layanan yang baik dan prima maka akan memicu kepuasan pelanggan yang semakin meningkat dan itu sangat bisa berdampak positif pada pendapatan para pedagang atau pelaku usaha (Nanang,2018: 189). Umumnya nasabah yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan untuk memuaskan nasabah tersebut. Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan-harapan pelanggan (Nurmin, 2018:83).

Di suatu perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa seperti bank, perusahaan tidak hanya mengedepankan aspek pelayanan jasa saja, namun nasabah juga berhak mendapatkan nilai lebih dari pelayanan itu sendiri seperti *servicescape* yang dimiliki dibank tersebut. Selain kualitas pelayanan yang ditingkatkan ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah yaitu lingkungan fisiknya yang disebut dengan *servicescape*. *Servicescape* adalah sebuah konsep yang dikembangkan Bitner (1992) untuk menekankan dampak lingkungan fisik di mana suatu proses pelayanan berlangsung. Ada tiga dimensi pada *Servicescape* yaitu *Ambient Conditions* (Kondisi Sekitar), *Spatial Layout and Functionality* (Tata Letak

dan Fungsionalitas) dan *Signs, Symbols and Artifacts* (Tanda, Simbol dan Artefak). Pernyataan ini didukung oleh hasil jurnal penelitian terdahulu (Zaki, 2017:20).

PT Bank Sinarmas Tbk. didirikan pada 18 Agustus 1989 berdasarkan Akta No. 52 tanggal 18 Agustus 1989 dari Buniarti Tjandra, S.H., Notaris di Jakarta, dengan nama PT Bank Shinta Indonesia dan telah diubah nama dengan Akta No. 91 tanggal 15 September 1989 dari notaris yang sama. Bank memperoleh status sebagai Bank Umum Devisa pada tahun 1995. Tahun 2005, perjalanan Bank memasuki babak baru setelah PT Sinar Mas Multiartha Tbk., perusahaan *financial services* yang berada di bawah Kelompok Usaha Sinar Mas mengambil alih 21% saham pada PT Bank Shinta Indonesia. Pada Desember 2006 PT Bank Shinta Indonesia berganti nama menjadi PT Bank Sinarmas. Pergantian nama tersebut telah disetujui melalui Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa yang tertuang di dalam Akta No. 1 tanggal 21 November 2006 dari Triphosa Lily Ekadewi, S.H., notaris di Jakarta.

Pada tahun 2009, Bank Sinarmas memperoleh izin untuk pendirian Unit Usaha Syariah (UUS), berdasarkan Keputusan Deputy Gubernur Bank Indonesia No. 11/13/KEP. Dpg/2009 Tentang Pemberian Izin Usaha Unit Usaha Syariah (UUS) PT Bank Sinarmas dan di tahun yang sama Bank memperoleh pengesahan dari Bapepam (sekarang OJK) untuk melakukan kegiatan usaha Wali Amanat. Sebagai bank swasta nasional, Bank Sinarmas dengan secara konsisten mengembangkan pangsa pasarnya ditengah tantangan pasar yang sedang berkembang di Indonesia. Usaha dan inisiatif diperlukan untuk memenuhi kebutuhan para nasabah dan masyarakat, maka kegiatan usaha yang awalnya pada

pasar pembiayaan usaha kecil, menengah dan mikro berkembang pada pembiayaan konsumen dan komersial. Minat Masyarakat untuk memiliki Saham Bank Sinarmas cukup tinggi, hal ini dikarenakan oleh pertumbuhan usaha yang cukup mengembirakan dan cukup signifikan, hal ini dapat dilihat pada total aset pada akhir Desember 2010 sebesar 11,2 triliun, jaringan kantor bertambah menjadi 110 Kantor yang tersebar hampir di seluruh propinsi di Indonesia. Sumber ([www.banksinarmas.com](http://www.banksinarmas.com)).

Salah satu kantor PT Bank Sinarmas yang tersebar dikantor wilayah 1 yaitu pulau Sumatera yang berada dikota Batam tepatnya di Ruko Raflessia Blok F nomor 1 Batam Centre. Kantor yang berdiri sejak tahun 2013 ini merupakan kantor kas pertama cabang Batam. Kantor kas Raflessia cabang Batam yang baru 6 tahun berdiri tentunya sangat penting untuk menumbuhkan kepuasan terhadap kualitas pelayanan dan *servicescapenya* untuk menyaingi bank-bank pesaing lainnya yang sudah berdiri terlebih dahulu. Selain itu kepuasan nasabah juga menjadi tolak ukur untuk peningkatan kualitas pelayanan dan menjadi prioritas utama bagi perusahaan dalam melakukan perubahan kearah yang lebih baik. Persaingan antar bank yang berada dikota Batam sangatlah ketat, dimana pelayanan yang diberikan kepada nasabah menjadi prioritas utama agar menarik perhatian dan keinginan masyarakat untuk memilih suatu bank dan tidak beralih ke bank lain dan juga dengan meningkatnya tingkat pelayanan disuatu bank tersebut maka nasabah akan semakin puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut.

Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam yang baru berdiri 6 tahun tentunya masih banyak yang harus di perbaiki untuk bisa dapat menyaingi bank-

bank pesaingnya, namun beberapa permasalahan yang sering terjadi tentunya menjadi suatu hal yang harus cepat dibenahi sebelum nasabah-nasabah beralih ke bank pesaing lainnya. Beberapa permasalahan yang ada di bank sinarmas kantor kas rafflesia cabang Batam dari segi kualitas dan *servicescapenya* yaitu akan diuraikan satu per-satu.

Pada umumnya di beberapa perusahaan selalu disediakan tempat parkir yang memadai dan sesuai untuk pelanggannya memarkirkan kendaraan mereka, tetapi untuk Bank Sinarmas mempunyai area parkir yang sangat sempit bahkan area parkir penuh dengan karyawan yang bekerja di satu gedung Bank Sinarmas yang bertepatan satu gedung dengan PT Sinarmas Multifinance. Area parkir yang sangat sempit membuat nasabah yang membawa kendaraan roda empat harus memarkirkan kendaraan mereka sangat jauh, dan untuk yang memakai kendaraan roda dua juga sangat sempit dan kesulitan memarkirkan kendaraannya di area Bank Sinarmas tersebut.

Ketika nasabah memasuki kantor Bank Sinarmas, terkadang *security* tidak ada dan tidak *standbay* untuk membukakan pintu dikarenakan *security* membantu *customer service* dalam memfotokopi persyaratan nasabah yang ingin membukakan rekening. Seharusnya tugas utama seorang *security* yaitu membukakan pintu untuk nasabah yang ingin melakukan transaksi dan mengarahkan nasabah sesuai dengan transaksi yang nasabah inginkan. Contohnya ketika nasabah ingin menabung *security* langsung mengarahkan nasabah ke *teller* atau ada beberapa nasabah yang berkepentingan di Sinarmas Multifinancenya *security* bisa mengarahkan nasabah ke lantai dua.

Nasabah yang ingin melakukan transaksi ke *teller* mereka harus antri dalam keadaan berdiri, terkadang sistem yang sedang mengalami perbaikan atau sistem yang sedang *down* membuat antrian *teller* panjang, dikarenakan *teller* menulis slip aplikasi transaksi titipan secara manual, yang membuat nasabah terkadang kurang puas dikarenakan sangat lama karena hanya ada dua *teller* saja yang melayani nasabah. Dan untuk nasabah yang setor dalam keadaan banyak nasabah harus menunggu dikarenakan mesin pengitung di *teller* hanya satu dan dipakai untuk dua *teller* yang membuat kualitas pelayanan juga terlihat sangat sangat lambat. Belum lagi nasabah yang baru pertama kali membayar angsuran mereka kaget dikarenakan untuk setiap transaksi setoran angsuran dikenakan biaya Rp. 5000 untuk setiap transaksinya. Banyak nasabah yang selalu mengeluh karena tidak diberitahu sejak awal tentang administrasi yang dibebankan kepada nasabah dan beberapa nasabah selalu membandingkan dengan Bank atau jenis pembayaran kredit ditempat lainnya.

Ketidakpuasan nasabah yang lainnya juga terlihat di *customer service* banyaknya nasabah yang membukakan rekening mereka sebagai tempat pencairan uang atas penggadaian BPKB motor atau mobil harus mengantri secara berdiri dikarenakan kursi yang tersedia sudah penuh dengan nasabah yang terlebih dahulu datang mengantri. Kurangnya prasarana seperti kursi untuk nasabah menunggu seharusnya menjadi perhatian khusus bagi PT Bank Sinarmas khususnya Kantor Kas Raflessia cabang Batam. Untuk transaksi yang di lakukan di *customer service* juga terlihat lambat jika sistem *down* nasabah yang membukakan rekening di *customer service* belum bisa membuat rekening dan membuat nasabah yang

umumnya membukakan rekening mereka adalah nasabah yang membutuhkan dana cepat tetapi kualitas pelayanan sangat terlihat lambat karena nasabah belum dikasih rekening, tetapi *customer service* tetap bisa melayani nasabah dengan menulis dan melengkapi persyaratan pembukaan rekening terlebih dahulu setelah itu nasabah di suruh menunggu atau bahkan ada beberapa nasabah yang langsung pulang karena lamanya dan *customer service* tidak bisa memastikan kapan jaringan tersebut kembali normal.

Setelah jaringan membaik nasabah yang pulang diberi kabar oleh petugas *customer service* untuk mengarahkan datang kembali untuk pembuatan pin atm yang harus orang yang bersangkutan datang dan tidak boleh diwakilkan. Disini terlihat lama nya proses pembukaan rekening jika ada gangguan sistem. Beberapa nasabah kebanyakan adalah seorang pekerja yang mempunyai waktu sangat minim. Tetapi mau tidak mau nasabah tetap harus mengikuti prosedur yang harus mereka jalani. Belum lagi ketika nasabah yang uangnya sudah cair mereka biasa mengambil uang tersebut di beberapa ATM tetapi terjadi permasalahan yaitu ketika uang mau diambil saldo ATM kedebet atau terpotong tetapi uang tidak keluar yang membuat sebagian nasabah yang mengalami permasalahan ini semakin tidak puas. Nasabah yang mengalami permasalahan ini harus membuat lagi laporan ke *customer service* untuk ditindaklanjuti. Untuk prosedur permasalahan yang biasa bank sebut dengan sebutan pegu ini memakan waktu 14 hari kerja baru uang akan dikreditkan kembali ke rekening nasabah tersebut.

Selain kualitas pelayanan *security*, *teller*, dan *customer service* yang sudah diuraikan satu persatu. Adanya lingkungan fisik yang sangat kecil dan

bahkan tidak terdapat kamar kecil didalamnya juga membuat nasabah merasa tidak puas. Jauhnya kamar kecil yang berada diluar kantor Bank Sinarmas membuat nasabah yang sedang mengantri dan ingin ke kamar kecil mereka bisa saja terlewat antriannya karena dipanggil namanya 3 kali tetapi tidak datang juga yang membuat ketika mereka datang lagi ke Bank Sinarmas harus menunggu antrian kembali. Selain itu tidak terdapatnya pengharum ruangan yang berada didalam kantor Bank Sinarmas.

Terkadang keadaan kantor disiang hari lantai terlihat kotor apalagi dalam keadaan hujan lantai menjadi sangat kotor dan tidak ada yang membersihkan karena *office boy* hanya membersihkan dipagi hari saja dan *office boy* juga merangkap menjadi petugas kliring Bank Sinarmas. Jika sudah terlihat sangat kotor akhirnya terkadang *security* yang mengambil alih menjadi *office boy* yaitu dengan mengepel bagian yang terlihat sangat kotor. Seharusnya Bank Sinarmas menyiapkan petugas kliring dan *office boy standby* di kantor untuk melakukan tugasnya sebagai *office boy*. Kondisi ruangan ATM juga terlihat sangat kotor ketika disore hari. Dinding ruangan ATM yang kotor dan tampak jelas berwarna hitam membuat ruangan ATM tidak bersih dan terlihat tidak enak dipandang. Dan juga struk-struk yang keluar dari mesin ATM yang berserakan karena tong sampah sudah penuh.

Untuk penunjang kualitas pelayanan penampilan *teller* dan *customer service* juga dilihat tidak seragam dalam melayani nasabah. Padahal dari kantor mereka sudah disediakan *makeup* yang sesuai dengan SOP (Standar Operasional Prosedur) mereka masing masing. Tetapi beberapa karyawan ada yang tidak memakai SOP tersebut , sebagai contoh warna lipstik yang di cantumkan di SOP adalah warna

merah tetapi adanya karyawan yang memakai lipstik berwarna pink membuat mereka tidak seragam. Terkadang ada juga karyawan yang tidak memakai *blushon* warna pink untuk di pipi yang membuat muka terasa lebih *fresh*. Dan seharusnya *teller* dan *customer service* memakai *name tag* dan *pin smile* yang terkadang ada karyawan yang tidak memakai dikarenakan tertinggal di rumah. Sehingga terlihat tidak seragamnya antara karyawan yang satu dengan karyawan yang lainnya yang membuat penampilan *frontliner* terlihat tidak rapi.

Selain itu karyawan bank Sinarmas melakukan absen kehadiran melalui website yang telah disediakan perusahaan. Seharusnya mereka melakukan absen sendiri sesuai dengan jam kehadiran mereka, akan tetapi adanya sistem titip absen atau karyawan yang sudah datang terlebih dahulu mereka mengabsenkan karyawan lainnya yang membuat karyawan tidak disiplin dalam waktu datang dan waktu pulang.

**Tabel 1.1 Data Temuan Kunjungan Duta *Service Quality*  
Tahun 2018**

TEMUAN	SARAN
--------	-------

CSSO hanya satu, transaksi untuk pembukaan rekening banyak. Dari segi layanan jadi terlihat buruk dikarenakan nasabah mengeluh dan diminta kembali lagi nantinya agar tidak menunggu lama.	Menambah SDM untuk csso, agar transaksi nasabah yang ke csso tidak tertunda.
Mesin passbook hanya tersedia pada area CSSO, sehingga nasabah yang mau print buku dari teller harus ke csso.	Dilihat dari frekuensi nasabah yang ramai, sebaiknya menyediakan mesin passbook di counter teller. Sehingga mempermudah nasabah untuk bertransaksi dengan cepat dan praktis.
Tidak tersedianya stok token pada box CSSO, apabila membutuhkan token harus mengambilnya di ruang khasanah.	Agar menyediakan stok token di cashbox beberapa pcs saja agar nasabah tidak menunggu lama ketika harus mengambil token.
Lantai ATM kusam, warna lantai sudah terlihat bercak bercak, dinding kotor.	Dapat menggunakan pembersih lantai.
Sebagian dinding sudah mengelupas , lembab dan kuning.	Merenovasi kembali dengan melakukan pengecatan ulang.
Dinding kotor dan berwarna kecoklatan.	Merenovasi kembali dengan melakukan pengecatan, membersihkan daerah yang berdebu dan bersawang.
Dinding ruangan ATM kotor, mengelupas dan berwarna kecoklatan, Daerah sekitar AC lembab.	Merenovasi kembali dengan melakukan pengecatan ulang.
Wallsign sudah rusak , menguning dan sudah usang	Mengganti dengan wallsign yang baru, dikarenakan sudah benar benar rusak. Minta persetujuan atasan dan hubungi vendor. Untuk design dapat mengemail ke BND

Sumber : Duta *Service Quality*, 2018

Untuk itulah penulis tertarik untuk membahas lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, *servicescape* terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sinarmas”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang penelitian, maka penulis dapat mengidentifikasi permasalahan bahwa :

1. Terdapat beberapa karyawan PT Bank Sinarmas yang tidak memakai SOP (Standart Pelayanan Operasional) yang diberikan oleh kantor yang pastinya tidak adanya keseragaman antara karyawan yang satu dengan yang lainnya
2. Area kantor yang sangat sempit sedangkan banyaknya nasabah yang ingin transaksi.
3. Sistem jaringan yang selalu mengalami perbaikan (*error*) yang membuat kualitas pelayanan berkurang dan dilihat sangat lambat.
4. Sistem untuk pelayanan yang dianggap kurang *update* karena masih banyak ditemukan beberapa kekurangan dibandingkan dengan sistem perusahaan lainnya yang membuat nasabah selalu membandingkan dengan perusahaan pesaing lainnya.
5. Tingginya *turn over* karyawan dilihat dari banyaknya karyawan yang keluar masuk perusahaan yang mengakibatkan pemahaman terhadap SOP belum maksimal.
6. Fasilitas yang disediakan oleh perusahaan untuk nasabah belum memadai.
7. Fasilitas penunjang kerja juga masih belum memadai dan sangat terbatas untuk jumlah karyawan yang melakukan pelayanan.
8. Sistem titip absen melalui sistem membuat kedisiplinan karyawan menjadi berkurang.

9. *Office Boy* tidak *standbay* dikantor dikarenakan meragkap menjadi petugas kliring sehingga ketika hujan biasanya lantai kantor menjadi kotor sehingga tidak ada yang membersihkan.

### **1.3 Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dijabarkan diatas, maka penelitian ini dibatasi pada masalah kualitas pelayanan, *servicescape*, dan kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam. Berkaitan dengan pengambilan populasi, peneliti membatasi hanya dilakukan pada nasabah yang berada di PT Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam.

### **1.4 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, maka penulis melakukan perumusan masalah penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pada nasabah PT Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam?
2. Apakah *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan pada nasabah PT Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam?
3. Apakah kualitas pelayanan dan *servicescape* secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pada nasabah PT Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam?

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah penelitian diatas, maka peneliti mempunyai tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini. Adapun tujuan yang ingin dicapai diadakannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh *servicescape* secara parsial terhadap kepuasan nasabah PT Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan *servicescape* secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

### **1.6.1 Manfaat Teoritis**

Dengan adanya penelitian ini, maka manfaat teoritis adalah sebagian dasar penyusunan skripsi mahasiswa dan mahasiswi di masa yang akan datang terutama mengenai kualitas pelayanan dan *servicescape* terhadap kepuasan nasabah di perusahaan-perusahaan Batam.

### 1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan memberikan manfaat kepada berbagai pihak, khususnya bagi peneliti sendiri, bagi manajemen PT Bank Sinarmas, pihak akademis dan bagi pihak lainnya. Hal tersebut sebagaimana dapat dilihat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dengan penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen perusahaan PT Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk menyusun strategi, ataupun kebijakan perusahaan di waktu yang akan datang. Khususnya untuk lebih memperhatikan kualitas pelayanan dan *servicescape* untuk memberikan kepuasan nasabah PT Bank Sinarmas.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi wawasan pengetahuan peneliti yang akan berguna dalam dunia kerja.

3. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan juga referensi bagi masyarakat dan khususnya pembaca mengenai pentingnya kualitas pelayanan dan *servicescape* untuk dapat meningkatkan kepuasan nasabah pada PT Bank Sinarmas kantor kas Raflessia cabang Batam.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Konsep Teoritis**

##### **2.1.1 Kualitas Pelayanan**

Menurut (Ahidin, 2018: 51) kepuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, jika harapan sama dengan kinerja riil pelanggan puas, dan jika harapan lebih kecil dari kinerja riil maka pelanggan sangat puas atau senang.

Kualitas pelayanan dapat dibedakan dalam dua kriteria yaitu jenis kualitas pelayanan yang baik dan kualitas pelayanan yang buruk. Jenis kualitas pelayanan yang baik yaitu jenis pelayanan yang memuaskan serta sesuai dengan pelayanan yang diharapkan oleh konsumen. Namun jika pelayanan yang baik ini dapat melampaui harapan konsumen, maka jenis kualitas pelayanan ini dapat dikategorikan sebagai pelayanan yang sangat memuaskan atau pelayanan yang sangat berkualitas. Sedangkan jenis kualitas pelayanan yang buruk yaitu jenis pelayanan yang berada jauh di bawah standar atau juga tidak sesuai dengan ekspektasi pelayanan yang diharapkan oleh konsumen.

Kualitas pelayanan bukanlah suatu hal yang kaku atau permanen, melainkan *fleksibel* dan bisa dirubah. Perubahan yang dimaksud disini adalah perubahan berupa peningkatan kualitas pelayanan kearah yang lebih baik. Dalam proses

peningkatan dan perubahan kualitas pelayanan tersebut diperlukan beberapa hal untuk menunjang segala prosesnya. Seperti contohnya ada survei atau observasi kepada para pelanggan, termasuk didalamnya berupa masukan, pendapat, maupun *feedback* tentang pelayanan yang telah diberikan kepada nasabah.

Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang mendukung tujuan perusahaan akan tercapai karena akan berdampak langsung pada citra perusahaan. Kualitas pelayanan yang baik dan memuaskan akan menjadi sebuah keuntungan bagi perusahaan. Karena apabila suatu perusahaan sudah mendapat nilai positif di mata nasabah, maka nasabah tersebut akan memberikan *feedback* yang baik, serta bukan tidak mungkin mereka akan menjadi nasabah tetap disuatu perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang sangat maksimal. Maka dari itu, sangatlah penting untuk mempertimbangkan aspek kepuasan pelanggan terkait kualitas pelayanan yang diberikan.

Menurut (Ester, 2018: 266) Kualitas pelayanan yang diberikan merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan nasabah. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi pelanggan, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. Keberhasilan suatu layanan yang berkualitas itu diciptakan dan tidak lahir dengan sendirinya.

Pada intinya, pelayanan yaitu memberikan suatu nilai kepada nasabah yang memenuhi atau bahkan melebihi harapannya.

Orang dengan pelayanan yang berhasil adalah:

1. Memiliki sikap positif dan juga penampilan yang menyenangkan.
2. Menyukai bekerjasama dengan orang lain dengan tulus.
3. Memiliki kemampuan membuat nasabah menjadi pusat perhatian daripada diri mereka sendiri.
4. Mempunyai jiwa yang energik dan suka bekerja dengan kecepatan tinggi.
5. Mereka yang selalu memandang pekerjaannya sebagai profesi relasi antar manusia.
6. Mereka yang fleksibel dan juga menyukai tantangan dan pengalaman yang baru.
7. Mereka yang mampu membuat nasabah merasa dirinya benar meski terkadang nasabah sebenarnya salah.

Menurut Ahmad Khusaini (2016:13) ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu:

*a. Perceived Service*

*Perceived service* terjadi apabila jasa yang diterima atau dirasakan pelanggan itu sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dapat dipersepsikan baik dan juga memuaskan.

*b. Expected service*

*Expected Service* terjadi jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa itu dapat dipersepsikan sebagai kualitas yang sangat ideal.

### 2.1.1.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Dalam Udin Ahidin (2018:50) bahwa untuk mengukur kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh konsumen, maka dapat diukur oleh indikator yang dikenal RATER (Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, dan Responsiveness). Penjelasan tentang RATER yaitu sebagai berikut:

1) *Reliability*, dalam bahasa sederhana dapat diartikan sebagai kemampuan perusahaan untuk menyampaikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara konsisten dan akurat. Reliabilitas ini adalah elemen pertama dan utama yang perlu diperhatikan pasar-pasar dalam menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan.

2) *Assurance*, dapat diartikan sebagai pengetahuan dan keramahan pemberi layanan dan kemampuan menumbuhkan kepercayaan pelanggan. Elemen ini sangat mempengaruhi pendapat pelanggan kepada kita. Kita sering kali menemui keluhan pelanggan “hanya” karena pemberi layanan bersikap judes kepada pelanggan, padahal elemen lainnya sudah benar-benar sangat baik. Inilah yang membuat *assurance* sangat penting untuk diperhatikan.

3) *Tangible*, elemen ini merefleksikan pada fasilitas fisik, peralatan, sampai dengan penampilan petugas. Meskipun terkesan remeh, tapi pengelolaan yang yang buruk dapat menimbulkan citra negatif pada pelanggan. Apa Anda mau dirawat di rumah sakit yang jorok atau makan di restoran yang banyak tikusnya ? tentu tidak. Oleh sebab itu, keterbatasan jangan sampai membuat kita malas merawat aspek *tangible* dari pelayanan yang kita berikan.

4) *Empathy*, merupakan perhatian lebih dan personal yang diberikan pemberi layanan terhadap pelanggannya. Bila dilakukan dengan benar, *empathy* dapat meninggalkan kesan yang mendalam. Ini cenderung “mudah” karena hanya bermodal ketulusan tapi berdampak sangat besar. Hal ini sangat cocok diperhatikan di masa penuh tantangan seperti saat ini.

5) *Responsiveness*, merupakan kemauan untuk memberikan pelayanan tepat waktu kepada pelanggan sehingga pelanggan mendapatkan segala sesuatu sesuai dengan kondisi yang dihadapi. Elemen ini semakin penting karena di era perkembangan teknologi informasi seperti ini pelanggan semakin menuntut untuk mendapatkan pelayanan dengan lebih mudah, cepat, dan praktis.

### **2.1.1.3 Mengukur Kualitas Pelayanan**

Perusahaan dapat menggunakan metode-metode untuk mengukur kualitas pelayanan sebagai berikut:

#### **a) Sitem Keluhan dan Saran**

Organisasi yang berwawasan pelanggan akan memudahkan pelanggannya memberikan saran serta keluhan. Dalam perusahaan hendaknya disediakan formulir yang isinya tentang apa yang disukai dan tidak disukai pelanggan. Dapat juga dengan menyediakan kotak saran atau bahkan nomor telepon bebas pulsa yang nantinya akan dapat menampung segala keluhan dari pelanggan. Arus informasi ini memberikan banyak gagasan dan memungkinkan perusahaan untuk bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi.

#### b) Survei Kepuasan Konsumen

Perusahaan yang responsif mengukur kepuasan konsumen dengan mengadakan suatu survei berkala. Perusahaan mengirinkan daftar pertanyaan atau menelpon sekelompok sampel acak dari pembeli terbaru mereka untuk mengetahui penilaian mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan yang disurvei, misalnya: Menanyakan puas dan tidak puas, harapan pelanggan tentang suatu atribut, masalah-masalah yang dihadapi pelanggan, saran dari pelanggan untuk 29 perbaikan kinerja perusahaan, ranking berbagai elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

#### c) Belanja Siluman (*gost shopping*)

Cara ini untuk mendapatkan gambaran tentang kepuasan pelanggan dan melaporkan hal-hal yang positif (kekuatan) maupun hal-hal yang negatif (kelemahan) yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan dan produk pesaing. Pembeli bayangan (*gost shopper*) ini juga dapat berpura-pura membuat masalah tertentu untuk menguji apakah karyawan atau perusahaan dapat menangani masalah tersebut dengan baik atau tidak.

#### d) Analisis Kehilangan Pelanggan (*Lost Customer Analysis*)

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang salah tidak membeli lagi atau yang telah ganti pemasok untuk mengetahui apa penyebab mereka kehilangan pelanggannya.

## **2.1.2. *Servicescape***

### **2.1.2.1 Pengertian *Servicescape***

Menurut (Setiyawati, 2018: 4) *servicescape* merupakan gaya dan wujud dari lingkungan fisik dan elemen-elemen eksperimental lainnya yang ditemukan oleh pelanggan di tempat jasa tersebut disampaikan.

Menurut (Lastika Wanda, 2018:3) *servicescape* adalah lingkungan fisik perusahaan tempat jasa diciptakan dan tempat penyedia jasa dan konsumen berinteraksi ditambah unsur berwujud apapun yang digunakan untuk mengkomunikasikan atau mendukung peranan jasa tersebut.

Menurut (Pingkan Gosal, 2018:3983) *servicescape* merupakan lingkungan fisik di mana jasa diberikan. Ini berarti bahwa lingkungan fisik juga digambarkan sebagai lingkungan fisik dalam *servicescape*.

Menurut (Wanly Ruata, 2018:1330) *servicescape* adalah fasilitas fisik dalam pelayanan yang didesain untuk kebutuhan tamu untuk mempengaruhi perilaku tamu dan memuaskan tamu dimana desain fasilitas fisik akan memberikan dampak yang positif terhadap tamu dan karyawan. Model komprehensif ini dibangun berdasarkan teori diatas yang mewakili kerangka kerja terintegrasi yang menjelaskan bagaimana pelanggan dan pegawai layanan merespon terhadap dimensi-dimensi utama lingkungan.

### 2.1.2.2 Dimensi *Servicescape*

Menurut Olivia (2018:430) ada beberapa dimensi *servicescape*, yaitu :

#### 1. *Ambient Dimension*

Suasana atau kondisi lingkungan sekitar seperti kebersihan sekitar, temperatur, dan juga pencahayaan.

#### 2. *Social Dimension*

Mengenai komponen manusia yang terdapat dalam lingkungan fisik. Dimensi ini merupakan hubungan antara karyawan dan pelanggan. Terdapat indikator utama dari komponen karyawan adalah suka menolong dan ramah, serta komponen utama dari pelanggan juga hampir sama yaitu bersahabat serta bekerjasama.

#### 3. *Design Dimension*

Didefinisikan sebagai sebagai isyarat visual yang membuat seseorang berpikir secara verbal apa yang mereka lihat. Indikator utama dari dimensi desain antara lain komponen estetika dan komponen fungsional. Komponen estetika indikatornya antara lain arsitektur yang menarik, serta pengaturan interior yang memuaskan, sedangkan indikator dari komponen fungsional yaitu fasilitas fisik yang memuaskan, serta tempat istirahat yang didesain secara baik.

Menurut Lastika Wanda (2018:3) Adapun dimensi *servicescape* yaitu sebagai berikut:

- 1) *Ambient Conditions*
- 2) *Spatial Layout and Functionality*
- 3) *Signs, Symbol, Artifact*

#### 2.1.2.4 Tujuan *Servicescape*

Kondisi fisik lingkungan layanan yang dialami oleh pelanggan juga memainkan peranan yang sangat penting dalam membentuk pengalaman layanan dan memperkuat (atau mengurangi) kepuasan pelanggan, khususnya pada jasa pada tingkat kontak yang tinggi dan melibatkan manusia dalam prosesnya. Beberapa tujuan *servicescape* antara lain adalah:

A) Membentuk pengalaman dan perilaku pelanggan untuk organisasi yang memberikan layanan berkontak tinggi, desain dari lingkungan fisik dan bagaimana tugas layanan diberikan personel yang berhubungan langsung dengan pelanggan berperan penting dalam menciptakan suatu identitas perusahaan dan membentuk pengalaman pelanggan. Lingkungan dan atmosfer sekelilingnya memengaruhi perilaku pembeli dalam tiga cara yang penting :

1) Sebagai media penciptaan pesan, serta menggunakan isyarat simbolik kepada audiens yang dituju mengenai sifat dan kualitas yang khas pengalaman layanan tersebut.

2) Sebagai media pembentuk minat, agar lingkungan layanan lebih meinglat ketimbang perusahaan pesaing dan menarik pelanggan dari segmen sasaran.

3) Sebagai media penciptaan efek, dengan menampilkan warna, tekstur, suara, aroma, dan desain tata ruang untuk tujuan memperkaya pengalaman layanan yang diinginkan dan/atau meningkatkan daya tarik akan barang, jasa, atau pengalaman tertentu.

B) Sebagai pencitraan, *positioning*, dan *diferensiasi*.

*Positioning* adalah tindakan merancang penawaran dan cara perusahaan untuk mendapatkan tempat khusus dalam pikiran pasar-pasar sasaran. Tujuannya adalah menempatkan merek dalam pikiran konsumen untuk memaksimalkan manfaat potensial bagi suatu perusahaan. *Positioning* merek yang baik membantu memandu strategi pemasaran dengan cara memperjelas esensi merek, tujuan apa yang diraih pelanggan dengan bantuan merek, dan bagaimana merek menjalankannya secara unik. Jasa sering kali tidak berwujud serta pelanggan juga tidak bisa menilai kualitasnya dengan baik.

Bila pelanggan membeli suatu jasa mereka hanya menggunakannya, memanfaatkannya, atau menyewa jasa tersebut. Pelanggan yang bersangkutan tidak lantas memiliki suatu jasa yang dibelinya. Maka dari itu, untuk mengurangi ketidakpastian, para pelanggan akan memperhatikan tanda-tanda atau bukti kualitas jasa tersebut. Mereka akan menyimpulkan kualitas jasa dari tempat (*place*), orang (*people*), peralatan (*equipment*), bahan-bahan komunikasi (*communication materials*), simbol, dan harga yang mereka amati.

C) Sebagai bagian dari proposisi nilai (*value proposition*)

Nilai bagi pelanggan (*customer delivered value*) adalah selisih antara nilai pelanggan keseluruhan atau pelanggan total. Nilai pelanggan total (*total customer value*) adalah sekumpulan manfaat yang diharapkan oleh pelanggan dari produk atau beberapa jasa tertentu. Biaya pelanggan total (*total customer cost*) adalah sekumpulan biaya yang diharapkan oleh konsumen yang dikeluarkan untuk mengevaluasi, mendapatkan, menggunakan, dan membuang produk atau jasa.

Pemahaman nilai pada pelanggan dengan baik akan membantu dan memudahkan marketer dalam hal :

- 1) Menjelaskan nilai yang dipersepsikan dalam produk atau jasa;
- 2) Dapat menjadi inspirasi bagi pengembangan produk;
- 3) Dapat menjadi inspirasi bagi usaha-usaha segmentasi;

4) Dapat menjadi inspirasi bagi komunikasi pasar. *Value* yang dipersepsikan pelanggan akan menjadi pengalaman dalam sepanjang hidupnya, setiap pelanggan akan mempersepsikan nilai dengan dirinya sendiri. *Value* yang dipersepsikan pelanggan sebagai sesuatu yang super (*superior perceived value*) menjadi penyebab untuk melakukan pembelian ulang dan sebaliknya, menjadi pendorong untuk beralih pada merek lain. *Value* merupakan senjata paling efektif dalam merebut target pasar.

### **2.1.3. Kepuasan Nasabah**

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

Menurut (Esther, 2018:266) kualitas pelayanan yang diberikan merupakan kinerja terpenting oleh perusahaan bagi kepuasan pelanggan. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal penting bagi pelanggan, supaya mereka merasakan kepuasan sebagaimana yang diharapkan. kepuasan pelanggan adalah apabila pelanggan mendapat apa yang mereka inginkan sesuai dengan kebutuhan mereka.

Menurut (Siskawati, 2018:303) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan

merupakan situasi yang ditunjukkan oleh pelanggan ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan baik senang ataupun sedih yang timbul setelah pelanggan membandingkan kualitas dari produk atau jasa yang dipergunakannya dengan apa yang diharapkannya.

Menurut (Sahidillah Nurdin, 2018:110) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurangnya sama atau melebihi harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan. Kepuasan Pelanggan merupakan hal yang sangatlah penting bagi suatu perusahaan. Sering terlihat slogan-slogan "Pelanggan adalah raja".

### **2.1.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Menurut (Sahidillah Nurdin, 2018: 110) faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk, baik secara langsung atau tidak akan mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan, dan bila hal tersebut berlangsung secara terus menerus akan mengakibatkan pelanggan yang selalu setia membeli atau menggunakan produk tersebut dan disebut loyalitas pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan, selain kualitas produk ada hal lain yang mempengaruhi loyalitas yaitu kualitas layanan.

3. Emosional, yaitu keyakinan penjual itu sendiri agar lebih maju dalam usahanya.

4. Harga, sudah pasti orang menginginkan barang yang bagus dengan harga yang lebih murah atau bersaing, jadi harga disini lebih diartikan sebagai akibat atau dengan kata lain harga yang tinggi adalah akibat kualitas produk tersebut yang bagus, atau harga yang tinggi sebagai akibat dari kualitas pelayanan yang bagus.

### **2.1.3.3 Indikator-Indikator Kepuasan Nasabah**

Indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan menurut (Sahidillah Nurdin, 2018:16) yaitu:

- a. Terpenuhinya harapan konsumen
- b. Puas Terhadap Pilihan Produk
- c. Merasa puas terhadap fasilitas yang disediakan
- d. Memiliki perasaan puas secara keseluruhan

## **2.2 Penelitian Terdahulu**

Sebagai bahan pertimbangan dalam penelitian ini akan dicantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian (Wanly Ruata, Lisbeth Mananeke, 2018) mengenai pengaruh *servicescape* dan kualitas pelayanan terhadap komitmen nasabah tabungan pada bank SULUGTO Mandado. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan *servicescape* dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap komitmen nasabah. Dan sebaiknya perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada serta tetap mempertahankan *servicescape* yang

sudah dilakukan perusahaan agar tidak hanya melihat dari satu aspek saja tapi melihat dari beberapa aspek juga.

2. Penelitian (Zahra Athira Suherlan, 2018) mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan produk T-Samsat PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk studi kasus pada nasabah bank Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten di kota Bandung pada tahun 2018. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan analisis linier sederhana untuk menjawab semua hipotesis dalam penelitian ini. Sampel yang diambil dalam penelitian menggunakan purposive sampling sebanyak 100 sampel dengan kriteria responden sudah memiliki KTP, masyarakat wajib pajak, nasabah Bank BJB dan non-nasabah. Berdasarkan hasil uji t, terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (BJB). Kualitas layanan pada produk T-Samsat berpengaruh juga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 45,02%, sedangkan sisanya 54,98% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.
3. Penelitian (Lastika Wanda, Harrie Lutfie, 2018) mengenai analisis kepuasan konsumen berdasarkan dimensi *servicescape* dengan menggunakan metode IPA. Penelitian menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan populasi yang digunakan dalam penelitian ini yakni konsumen atau pengunjung restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung, sampel yang diambil minimal sebanyak 100 responden. Dari data yang didapat nilai tingkat harapan pengunjung restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung

lebih tinggi sebesar 85,95% sedangkan nilai kinerja *servicescape* hanya 80,16%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen atas kinerja *servicescape* yang telah diberikan adalah sebesar 4,01 yang dapat diartikan bahwa *servicescape* pada KFC Cabang Buah Batu Bandung adalah memuaskan bagi konsumen, sedangkan tingkat harapan konsumen adalah 4,30 dapat diartikan bahwa harapan konsumen telah sesuai dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung.

4. Penelitian (Esther Nova Kila, Paulus Adrian, 2018) mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah KUR pada PT Bank Mandiri persero tbk KC Manado Dotulolong Lasut. Penelitian ini menggunakan metode survei melalui wawancara langsung kepada 100 responden yang menjadi nasabah KUR dengan menggunakan analisis deskriptif berdasarkan skala pengukuran Likert. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui tingkat kepuasan nasabah KUR pada PT. Bank Mandiri KC Manado Dotulolong Lasut tergolong sangat puas yang diukur berdasarkan variable-variabel seperti bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), cepat tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*emphaty*).
5. Penelitian (Mongilala Priscilia R Jacklin, 2019) mengenai pengaruh bauran pemasaran dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian produk matahari department store mega mall Manado. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode asosiatif dan teknik pengambilan sampel

dilakukan dengan cara accidental sampling dengan jumlah responden 99. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan metode analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk. Pihak perusahaan matahari department store mega mall Manado sebaiknya terus menjaga kualitas dari pelayanan yang ada, terlebih untuk mempertahankan konsumen serta dapat menerapkan strategi yang tepat dalam menciptakan kepuasan konsumen.

**Tabel 2.2.** Penelitian Terdahulu

<b>Peneliti</b>	<b>Judul</b>	<b>Variabel</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
-----------------	--------------	-----------------	-------------------------

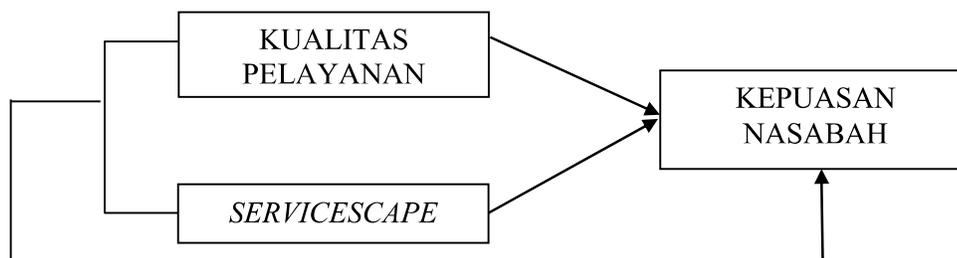
(Wanly Ruata, Lisbeth Mananeke, 2018)	pengaruh <i>servicescape</i> dan kualitas pelayanan terhadap komitmen nasabah tabungan pada bank SULUGTO Mandado	<i>Servicescape</i> , kualitas pelayanan, komitmen nasabah	Hasil penelitian ini menunjukkan secara simultan <i>servicescape</i> dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap komitmen nasabah. Dan sebaiknya perusahaan meningkatkan kualitas pelayanan yang ada serta tetap mempertahankan <i>servicescape</i> yang sudah dilakukan perusahaan agar tidak hanya melihat dari satu aspek saja tapi melihat dari beberapa aspek juga.
(Zahra Athira Suherlan, 2018)	Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Produk T-Samsat PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten, Tbk studi kasus pada nasabah bank Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten dikota Bandung pada tahun 2018	Kualitas layanan, kepuasan pelanggan	Berdasarkan hasil uji t, terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten (BJB). Kualitas layanan pada produk T-Samsat berpengaruh juga terhadap kepuasan pelanggan sebesar 45,02%, sedangkan sisanya 54,98% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.
(Lastika Wanda, Harrie Lutfie, 2018)	Analisis Kepuasan Konsumen Berdasarkan Dimensi <i>Servicescape</i> dengan	Kepuasan konsumen, <i>servicescape</i> , metode IPA	Dari data yang didapat nilai tingkat harapan pengunjung restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung lebih tinggi sebesar 85,95% sedangkan nilai kinerja <i>servicescape</i> hanya 80,16%. Hasil

	Menggunakan Metode IPA		penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen atas kinerja <i>servicescape</i> yang telah diberikan adalah sebesar 4,01 yang dapat diartikan bahwa <i>servicescape</i> pada KFC Cabang Buah Batu Bandung adalah memuaskan bagi konsumen, sedangkan tingkat harapan konsumen adalah 4,30 dapat diartikan bahwa harapan konsumen telah sesuai dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh restoran cepat saji KFC Cabang Buah Batu Bandung.
(Esther Nova Kila, Paulus Adrian, 2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah KUR pada PT Bank Mandiri persero tbk KC Manado Dotulolong Lasut	Kualitas pelayanan, kepuasan nasabah	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang ditunjukkan melalui tingkat kepuasan nasabah KUR pada PT. Bank Mandiri KC Manado Dotulolong Lasut tergolong sangat puas yang diukur berdasarkan <i>variable-variabel</i> seperti bukti fisik ( <i>tangible</i> ), keandalan ( <i>reliability</i> ), cepat tanggap ( <i>responsiveness</i> ), jaminan ( <i>assurance</i> ), dan kepedulian ( <i>emphaty</i> ).
(Mongilala Priscilia R Jacklin, 2019)	Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	Bauran Pemasaran, kualitas pelayanan, keputusan pembelian	Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bauran pemasaran dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk. Pihak perusahaan matahari

	Produk Matahari Department Store Mega Mall Manado		department store mega mall Manado sebaiknya terus menjaga kualitas dari pelayanan yang ada, terlebih untuk mempertahankan konsumen serta dapat menerapkan strategi yang tepat dalam menciptakan kepuasan konsumen.
--	---	--	--

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan dasar pemikiran dari suatu penelitian yang berisi fakta-fakta hasil observasi. Uraian dalam kerangka pemikiran menjelaskan keterkaitan antara variabel satu dengan variabel lainnya didalam penelitian. Variabel-variabel tersebut kemudian dijelaskan lagi secara rinci dan nyata sesuai dengan permasalahan yang diteliti, sehingga dapat dijadikan dasar untuk menjawab permasalahan dalam penelitian. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat digambarkan suatu kerangka berpikir yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan dan *Servicescape* dalam meningkatkan kepuasan nasabah PT Bank Sinarmas khususnya kantor kas Raflessia cabang Batam. Oleh karena itu, kerangka pemikiran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:



---

**Gambar 2.1** Kerangka Pemikiran**2.4 Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data atau kuisisioner (Sugiyono, 2017: 63).

Berdasarkan identifikasi masalah dan kerangka pemikiran di atas, maka hipotesis penelitian dirumuskan sebagai berikut:

H<sub>1</sub>: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H<sub>2</sub>: *Servicescape* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H<sub>3</sub>: Kualitas pelayanan dan *servicescape* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

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

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

#### **3.2 Operasional Variabel**

Variabel penelitian ini terdiri dari tiga variabel, yaitu dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas disini yaitu kualitas pelayanan (X1) dan *servicescape* (X2), sedangkan variabel terikat yaitu kepuasan nasabah (Y). Menurut

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

### **3.2.1 Variabel Bebas (Independen)**

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab terjadinya perubahan pada variabel lain sehingga dapat dikatakan bahwa perubahan yang terjadi pada variabel ini diasumsikan akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada variabel lainnya. Dinamakan variabel bebas dikarenakan keberadaan variabel ini tidak bergantung pada adanya variabel yang lain atau bebas dari ada atau tidaknya variabel lain (Echdar, 2017: 275). Variabel bebas dalam penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu: kualitas pelayanan sebagai variabel pertama ( $X_1$ ) dan *servicescape* sebagai variabel kedua ( $X_2$ ).

### **3.2.3 Variabel Terikat (Dependen)**

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

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Menurut (Sugiyono, 2017: 136) populasi yaitu keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Dalam hal ini populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah di PT Bank Sinarmas kantor kas Rafflesia cabang Batam yang berjumlah 125 orang.

#### **3.3.2 Sampel**

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

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini yaitu menggunakan teknik *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sample yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2017: 140).

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

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

Dengan ketentuan:

$n$  = ukuran sampel

$N$  = ukuran populasi

$e$  = persen taraf kesalahan 5% atau 0,05

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

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

$$n = \frac{300}{1 + 300 \times 0,05^2}$$

$$n = \frac{300}{1 + (300 \times 0,0025)}$$

$$n = \frac{300}{2,5}$$

$$n = 125$$

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin maka diperoleh sampel sebanyak 125 sampel.

#### 3.4 Teknik dan Alat Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2017: 455) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian yaitu mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti

tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan :

#### 1. Wawancara

Wawancara dapat digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-effort*, atau setidaknya pada pengetahuan dan keyakinan pribadi.

#### 2. Kuisisioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisisioner dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau melalui perantara kepada para responden. Responden dalam penelitian ini adalah sebagian nasabah PT Bank Sinarmas kantor kas cabang Batam yang berjumlah 125 orang .

Menurut (Sugiyono, 2017: 159) dalam penelitian ini untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi 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 dalam penelitian kuantitatif dilakukan sejak sebelum memasuki suatu lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di suatu lapangan. Dalam kenyataannya, analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data daripada setelah selesai pengumpulan data. Karena datanya kuantitatif, maka teknik analisis data dalam penelitian ini 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 pengujian hipotesis.

#### **3.5.1 Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif yaitu analisis yang dilakukan dengan memaparkan atau mendeskripsikan data. Analisis ini digunakan untuk menggambarkan informasi yang dapat digali dari data secara komprehensif dengan cara yaitu mendeskripsikan data melalui berbagai macam cara. Cara-cara tersebut antara lain yaitu penyajian data menggunakan tabel dan 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 2.5 untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh variabel kualitas pelayanan dan *servicescape* terhadap kepuasan nasabah.

### 3.5.2 Uji Kualitas Data

#### 3.5.2.1 Uji Validitas

Menurut (Priyatno, 2016: 90) validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa saja yang ingin diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisioner atau skala, apakah item-item pada kuisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa saja yang ingin diukur. Validitas item ditunjukkan dengan adanya korelasi atau dukungan terhadap 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 digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan 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 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** Correlation Product Moment

Keterangan :

$r_{xy}$  : koefisien korelasi

- n : jumlah responden  
x : skor butir  
y : skor total

### 3.5.2.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi dan stabilitas alat ukur atau juga 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 (Budiyono & Wahyuati, 2017).

### 3.5.3 Uji Asumsi Klasik

#### 3.5.3.1 Uji Multikolinearitas

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

adanya multikolinearitas adalah 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 satu pengamatan ke pengamatan yang lain sama, maka disebut homoskedastisitas dan jika varians berbeda disebut heteroskedastisitas (Budiyono & Wahyuati, 2017). Kriteria pengujian yaitu :

- 1) Jika pola tertentu, seperti titik yang ada berbentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika ada pola yang jelas serta titik – titik menyebar diatas dan dibawah O dan Y, maka tidak terjadi 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 mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas (Budiyono & Wahyuati, 2017).

### 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 atau lebih variabel independen dengan variabel dependennya. Didalam penggunaan analisis ini beberapa hal yang bisa dibuktikan adalah bentuk dan 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. Kondisi tersebut adalah naik atau turunnya nilai masing-masing variabel independen itu sendiri yang disajikan dalam model regresi (Wibowo, 2012: 127)

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

**Rumus 3.3** Persamaan regresi

Keterangan:

- Y : Kepuasan Nasabah
- a : Konstanta (nilai Y apabila  $X_1, X_2 \dots X_n = 0$ )
- $b_1$  : Koefisien Kualitas Pelayanan
- $b_2$  : Koefisien *Servicescape*
- $X_1$  : Kualitas Pelayanan
- $X_2$  : *Servicescape*
- e : *error*

### 3.5.5 Pengujian Hipotesis

#### 3.5.5.1 Uji statistik t

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

Kriteria pengujian:

- 1) Jika probabilitas  $< 0,05$  maka  $H_0$  ditolak yang berarti secara parsial kualitas pelayanan dan *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
- 2) Jika probabilitas  $> 0,005$  maka  $H_0$  diterima berarti secara parsial kualitas pelayanan dan *servicescape* berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

#### 3.5.5.2 Uji statistik F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama – sama terhadap variabel terikat. Hipotesis nol ( $H_0$ ) yang hendak diuji adalah apakah semua parameter dalam model sama dengan nol. Menurut (I. D. Santoso & Sitohang, 2017) kriteria pengujian:

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

### 3.5.6 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 adalah diantara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel - variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Formula untuk menghitung koefisien determinasi adalah:

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

Sumber: (Rugian et al., 2017)

### 3.4 Rumus Koefisien Determinasi

Dimana:

SSR = sum of square due to regression

TSS = total sum of squares

SSE = sum of square error

## 3.6 Lokasi dan Jadwal Penelitian

### 3.6.1 Lokasi Penelitian

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

### 3.7 Jadwal Penelitian

Penelitian ini diadakan bulan November 2018 sampai dengan bulan Januari 2019. Peneliti mengumpulkan data tepatnya pada saat jam kerja yaitu pukul 08.00-17.00.

**Tabel 3.1** Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan														
		Sep 2018	Okt 2018				Nov 2018		Des 2018			Jan 2019				Feb 2019
		4	1	2	3	4	1	2	1	2	3	1	2	3	4	1
1	Survey	■	■													
2	Pengajuan Surat Penelitian		■	■	■											
3	Penyebaran Kuisisioner					■	■	■								
4	Pengumpulan Data								■	■	■					
5	Pengolahan Data											■	■	■	■	
6	Pengumpulan Skripsi															■

**Sumber:** Data diperoleh dari hasil olahan sendiri, 2019