

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KINERJA KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus Pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram)**

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND EMPLOYEE PERFORMANCE
ON CUSTOMER SATISFACTION
(Case Study At PT. Taspen (Persero) Mataram Branch Office)***



DISUSUN OLEH :

**MAOHIZATUL HASANAH
NIM. 21512A0106**

**KONSENTRASI PERBANKAN
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2019

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KINERJA KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus Pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram)**

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND EMPLOYEE PERFORMANCE
ON CUSTOMER SATISFACTION
(Case Study At PT. Taspen (Persero) Mataram Branch Office)***

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Administrasi Bisnis (S.AB)



DISUSUN OLEH :

**MAOHIZATUL HASANAH
NIM. 21512A0106**

**KONSENTRASI PERBANKAN
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM**

2019

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KINERJA KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus Pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram)**


Skripsi Ini Telah Memenuhi Syarat Dan Disetujui Oleh Pembimbing Untuk
Diajukan Ke Sidang Ujian Skripsi Pada :

Hari : Sabtu
Tanggal : 06 Juni 2019

Menyetujui :

Pembimbing Utama

Pembimbing Pendamping


Drs. H. M. Junaidi, MM
NIDN. 0807066201


Nurul Hidayati Indra Ningsih, S.E., MM
NIDN. 0806039101

Mengetahui:
Program Studi Administrasi Bisnis
Ketua


Lulu Hendra Maniza, S.Sos., MM
NIDN.0828108404

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KINERJA KARYAWAN
TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(Studi Kasus Pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram)

Oleh:

MAOHIZATUL HASANAH
NIM. 21512A0106

Pada tanggal, 06 Juli 2019
Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Dengan Baik

Tim Penguji :

1. Drs. H. Mohammad Junaidi., MM
NIDN. 0807066201 
Pembimbing Utama
2. Nurul Hidavati Indra Ningsih, S.E., MM
NIDN. 0806039101 
Pembimbing Pendamping
3. Lalu Hendra Maniza, S.Sos., MM
NIDN. 0828108404 
Pembimbing Netral

Mengetahui:
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Mataram
Dekan



Drs. Amil., MM
NIDN. 0831126204

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Maohizatul Hasanah
NIM : 21512A0106
Tempat / Tanggal Lahir : Malimbu, 17 November 1996
Konsentrasi : Perbankan
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Instansi : Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram)

Dengan ini saya menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri, sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mataram, 06 Juli 2019

Yang Membuat Pernyataan



Maohizatul Hasanah

NIM. 21512A0106

RIWAYAT HIDUP



Penulis berasal dari Dusun Malimbu Desa Malaka Kecamatan Pemenang Kabupaten Lombok Utara dan lahir di Malimbu pada tanggal 17 november 1996, sebagai putri ke sepuluh dari sebelas bersaudara dari pasangan Bapak Musarjin dan Ibu Mahtum. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SDN 5 Malaka Kecamatan Pemenang pada tahun 2003 dan lulus pada tahun 2009.

Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP 21 Mataram lulus pada tahun 2012 Dan menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas di MAN 1 Mataram lulus pada tahun 2015. Dan pada tahun 2015 penulis melanjutkan ke Perguruan Tinggi Swasta dan terdaftar sebagai Mahasiswa Strata 1 (S1) Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, kupersembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang kusayangi :

1. Yang utama dari segalanya, sembah sujud serta syukur saya kepada Allah yang maha kuasa, berkat dan rahmat detak jantung, denyut nadi, nafas dan putaran roda kehidupan serta kemudahan yang diberikan-Nya hingga skripsi saya bisa terselesaikan.
2. Teristimewa untuk Ayahanda Musarjin dan Ibunda Mahtum yang tercinta, motivator terbesar dalam hidup saya yang tak pernah jemu mendo'akan dan menyayangi saya atas semua pengorbanan dan kesabaran dalam hidup ini, yang tak pernah cukup saya membalas cinta ayah bunda pada saya. Semoga Allah SWT membalasnya dengan segala berkah-Nya.
3. Untuk kakak saya (Mustikmah, Abdul Haki, Huswatun Hasanah, Rohani, Sohini, Sak'diah, Ikhwan Tohir A.I.) serta adik saya (Dedi Mansyah) terima kasih atas do'a, dukungan, semangat, bantuan selama ini serta selalu mengisi hari-hari saya dengan canda tawa dan kasih sayangnya.
4. Semua keluarga besar saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya, terima kasih yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungannya selama ini.
5. Sahabat yang selalu ada untuk saya (Maya, Awen, Mae, Kiki, Ifa, Opy, Jhoni, Lisa, Aksho, Rusdy, Aini, Firman, Fitrika).
6. Genk Belouhud kesayangan yang selalu memberikan motivasi (Kak Yudhi Lestanata, Kak Ilham Zitri, Maya Asmarina, Kak Tianti Desi Pratiwi).

MOTTO

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). Dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”.

(QS. Al-Insyirah, 6-8)

“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar”

(Al-Baqarah : 153)

“Kebanggaan kita yang terbesar adalah bukan tidak pernah gagal, tetapi bangkit kembali setiap kali kita gagal”.

(Confusius)

“Hiduplah sekali hiduplah yang berarti”

(Maohizatul Hasanah)

ABSTRAK

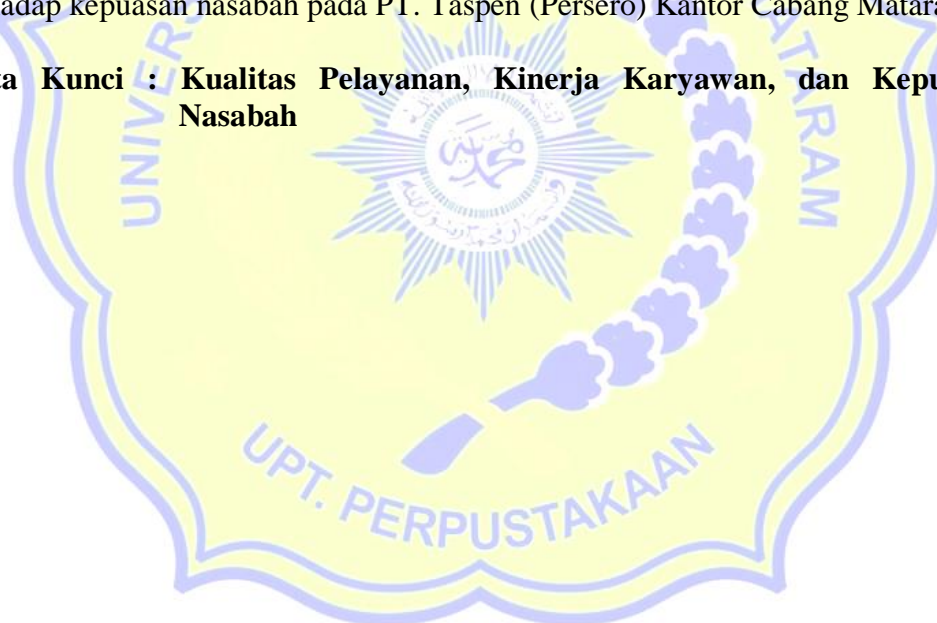
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KINERJA KARYAWAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus Pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif. Populasi pada penelitian ini menggunakan data peserta pensiun aktif PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram tahun 2018. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan Uji Validitas, Uji Reabilitas, pada Uji Asumsi Klasik menggunakan Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Autokorelasi. Analisis Regresi menggunakan Uji Regresi Linier Berganda, pada Uji Hipotesis menggunakan Uji t (Parsial), dan Koefisien Determinasi (R^2).

Dari hasil analisis regresi linier berganda secara parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kinerja karyawan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kinerja Karyawan, dan Kepuasan Nasabah



ABSTRACT

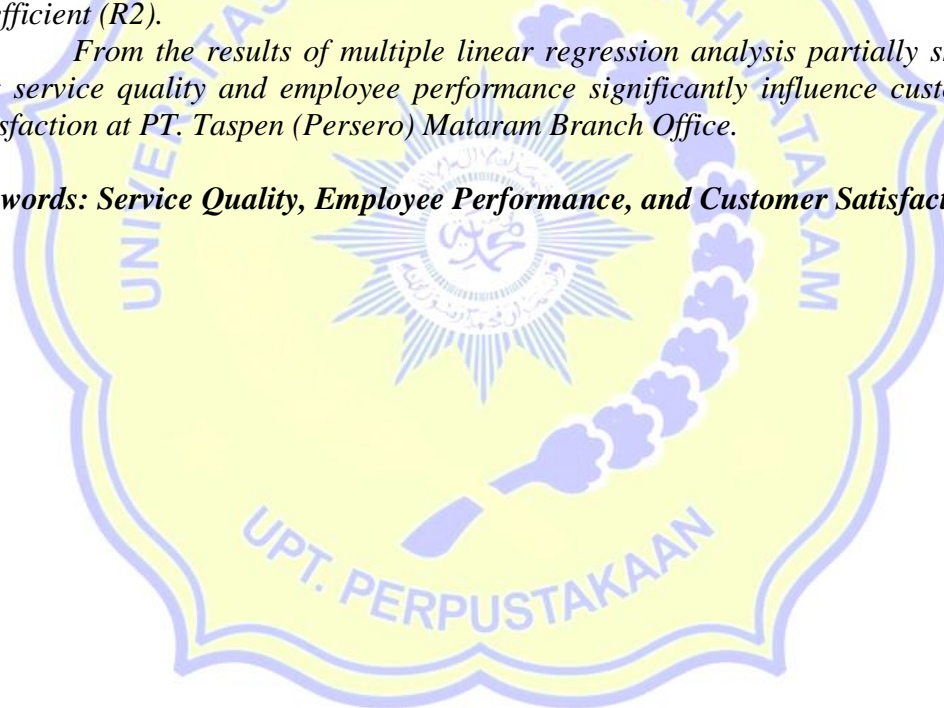
THE EFFECT OF SERVICE QUALITY AND EMPLOYEE PERFORMANCE ON CUSTOMER SATISFACTION (Case Study At PT. Taspen (Persero) Mataram Branch Office)

This study aims to examine the effect of service quality and employee performance on customer satisfaction at PT. Taspen (Persero) Mataram Branch Office.

*This study uses a type of quantitative research with descriptive research methods. The population in this study uses data on active retirement participants PT. Taspen (Persero) Mataram Branch Office in 2018. Data analysis techniques in this study used Validity Test, Reliability Test, in Classical Assumption Test using Normality Test, Multicollinearity Test, Heteroscedasticity Test, and Autocorrelation Test. Regression Analysis uses the Multiple Linear Regression Test, on the Hypothesis Test using the *t* test (Partial), and the Determination Coefficient (*R*²).*

From the results of multiple linear regression analysis partially shows that service quality and employee performance significantly influence customer satisfaction at PT. Taspen (Persero) Mataram Branch Office.

Keywords: Service Quality, Employee Performance, and Customer Satisfaction



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan ridho, hidayah, dan inayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram”. Serta tidak lupa pula shalawat dan salam tetap tercurah untuk sang revolusioner sejati Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi suri tauladan bagi kita semua serta menunjukkan kepada kita dari zaman kegelapan ke zaman yang terang benerang yaitu Dinul Islam.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Strata-1 (S1) di Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Universitas Muhammadiyah Mataram. Penulis menyadari dalam penyusunan Skripsi ini tidak akan pernah selsai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Arsyad Abdul. Gani, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Drs. Amil, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Bapak Lalu Hendra Maniza, S.Sos, MM selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Almarhum Bapak Drs. H. Mohammad Junaidi, MM selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah bersedia meluangkan waktu serta dengan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan selama penyusunan skripsi ini.
5. Bunda Nurul Hidayati Indra Ningsih, S.E, MM selaku Dosen Pembimbing Pendamping yang telah bersedia membantu penulis dengan penuh kesabaran dalam memberikan bimbingan, pengarahan, saran, serta dorongan yang sangat berarti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak Kepala Cabang PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian dan segenap karyawan

serta peserta pensiun PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram yang telah membantu serta memberikan kemudahan dalam pengumpulan data untuk keperluan skripsi ini.

7. Teman-teman seperjuangan angkatan 2015 dan sahabat se-Almamater Universitas Muhammadiyah Mataram.
8. Teman-teman seperjuangan di organisasi IMM (Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah), MDMC (*Muhammadiyah Disaster Management Center*) dan KRM (Komunitas Relawan Muhammadiyah).
9. Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, terima kasih atas bantuan dan dukungannya dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, karena hal tersebut tidak lepas dari kelemahan dan keterbatasan penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca untuk penyempurnaan Skripsi ini. Akhirnya penulis berharap agar skripsi ini berguna sebagai tambahan ilmu pengetahuan, meningkatkan wawasan serta dapat memberikan manfaat bagi pembaca.



Mataram, 20 Juli 2019

Maohizatul Hasanah
NIM. 21512A0106

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIATISME	iv
RIWAYAT HIDUP	v
PERSEMBAHAN	vi
MOTTO	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II KAJIAN TEORI	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori.....	11
2.2.1 Kepuasan Pelanggan	11
2.2.1.1 Definisi Kepuasan Pelanggan	11
2.2.1.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan	15
2.2.1.3 Strategi Kepuasan Pelanggan	18
2.2.1.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	20
2.2.2 Kualitas Pelayanan	21
2.2.2.1 Definisi Kualitas.....	21
2.2.2.2 Pengertian Pelayanan	22
2.2.2.3 Pengertian Kualitas Pelayanan	26
2.2.2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	28
2.2.3 Kinerja Karyawan	29
2.2.3.1 Definisi Kinerja.....	29
2.2.3.2 Kinerja Karyawan	30
2.2.3.3 Penilaian Kinerja.....	31
2.3 Kerangka Konseptual	32
2.4 Hipotesis Penelitian.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian.....	34
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	35
3.3 Populasi dan Sampel	35
3.4 Jenis dan Sumber Data	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38

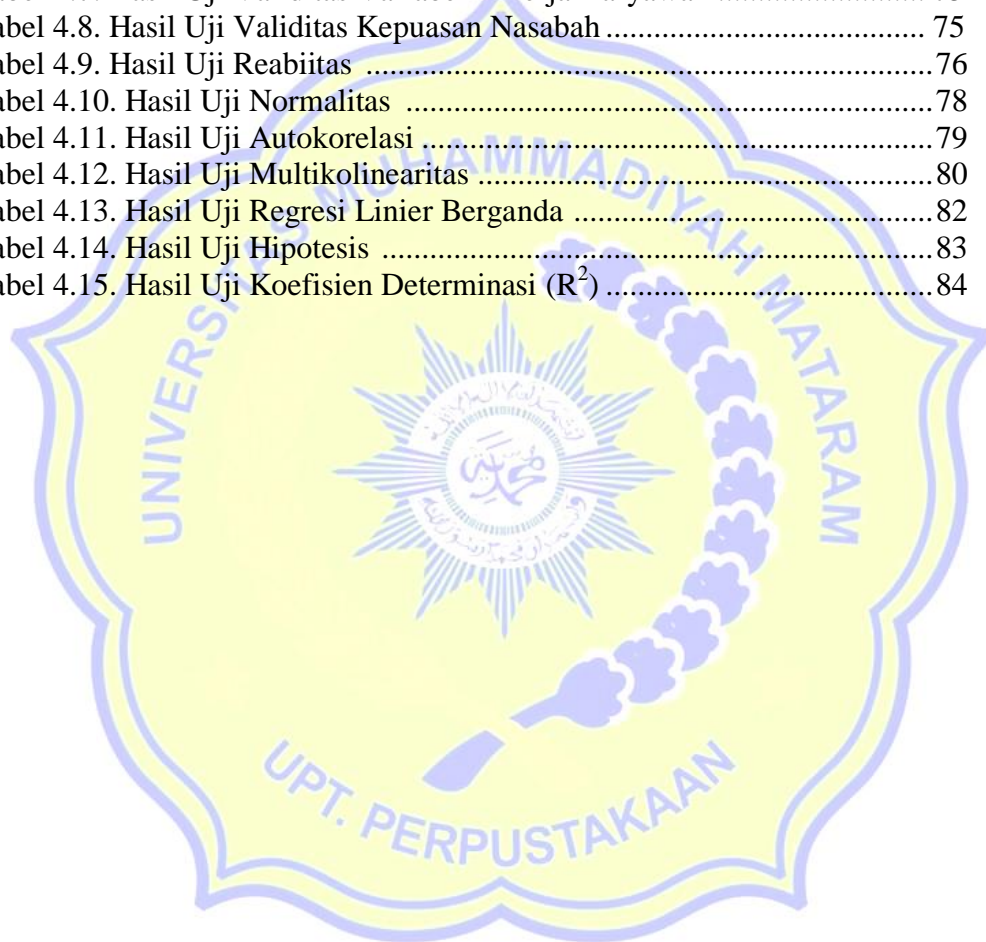
3.6	Klasifikasi dan Definisi Operasional Variabel.....	38
3.6.1	Klasifikasi variabel Penelitian.....	38
3.6.2	Definisi Operasional Variabel.....	39
3.7	Skala Pengukuran.....	41
3.8	Teknik Analisis Data.....	42
3.8.1	Uji Instrumen Penelitian	42
3.8.1.1	Uji Validitas	42
3.8.1.2	Uji Reliabilitas	43
3.8.2	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.8.2.1	Uji Normalitas.....	43
3.8.2.2	Uji Multikolinearitas	44
3.8.2.3	Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.8.2.4	Uji Autokorelasi	44
3.8.3	Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
3.8.4	Uji Hipotesis.....	46
3.8.4.1	Uji t.....	46
3.8.5	Koefisien Determinasi (R^2).....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	50
4.1.1	Gambaran Umum PT. Taspen.....	50
4.1.2	Visi dan Misi PT. Taspen.....	51
4.1.2.1	Visi	51
4.1.2.2	Misi	52
4.1.3	Struktur Organisasi dan Job Description.....	53
4.1.4	Program (Product) Yang dikelola	59
4.1.5	Makna Logo PT. Taspen.....	63
4.1.6	Nilai-nilai PT. Taspen.....	64
4.2	Karakteristik Responden.....	65
4.2.1	Jenis Kelamin.....	65
4.2.2	Usia	66
4.2.3	Pendidikan Terakhir	67
4.2.4	Daerah Otonom.....	68
4.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	69
4.4	Uji Instrument	74
4.4.1	Uji Validitas	74
4.4.2	Uji Reabilitas.....	76
4.5	Uji Asumsi Klasik	76
4.5.1	Uji Normalitas.....	76
4.5.2	Uji Autokorelasi	78
4.5.3	Uji Multikolinearitas	79
4.5.4	Uji Heteroskedastisitas.....	80
4.6	Uji Regresi Linier Berganda	81
4.7	Uji Hipotesis.....	82
4.7.1	Uji t.....	83
4.8	Uji R ² (Koefisien Determinasi)	83
4.9	Pembahasan.....	84

4.9.1..Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	85
4.9.2..Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	86
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Data Peserta Aktif Daerah Otonom NTB Periode 2018 -----	35
Tabel 3.2. Bobot Kriteria Jawaban Skala Likert -----	45
Tabel 4.1. Jenis Kelamin Responden -----	65
Tabel 4.2. Usia Responden-----	66
Tabel 4.3. Pendidikan Terakhir Responden -----	67
Tabel 4.4. Daerah Otonom Responden -----	68
Tabel 4.5. Distribusi Jawaban Responden -----	69
Tabel 4.6. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan -----	74
Tabel 4.7. Hasil Uji Validitas Variabel Kinerja Karyawan	75
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah	75
Tabel 4.9. Hasil Uji Reabilitas	76
Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas	78
Tabel 4.11. Hasil Uji Autokorelasi	79
Tabel 4.12. Hasil Uji Multikolinearitas	80
Tabel 4.13. Hasil Uji Regresi Linier Berganda	82
Tabel 4.14. Hasil Uji Hipotesis	83
Tabel 4.15. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Struktur Organisasi PT. Taspen (Persero) KC. Mataram.....	53
Gambar 4.2. Logo PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram.....	68
Gambar 4.3. Hasil Uji Normalitas.....	77
Gambar 4.4. Hasil Uji Heteroskedastisitas	81



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti sekarang ini sudah tentu banyak sekali persaingan-persaingan, baik di dunia usaha ataupun instansi pemerintah, BUMN, dan BUMD yang bergerak di bidang pelayanan. Masyarakat sudah tentu menginginkan suatu pelayanan terbaik yang diberikan oleh Aparatur Negara. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan sudah tentu perusahaan mempunyai setandar tersendiri bagi Sumber Daya Manusia (SDM) untuk bisa memberikan pelayanan tersebut. Oleh karena itu, tentunya masyarakat dalam hal ini sebagai pelanggan merasa puas dan memiliki rasa loyalitas yang tinggi kepada perusahaan tersebut. Dan kita tidak bisa mengingkari bahwa persaingan antara instansi begitu jelas terlihat terutama dalam hal memberikan pelayanan yang terbaik dan berupaya untuk mempertahankan nasabah mereka agar tidak berpaling ke tempat perusahaan lain. Kreativitas dan inovasi terus dikembangkan dan diciptakan guna tetap menjaga nasabah dan juga menjaga eksistensi dari pelayanan itu sendiri.

Menurut Lewis dan Booms (dalam Saraswati, dkk, 2014 : 3) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan pelanggan sasaran. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dari ekspektasi

dengan kinerja. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan atau bahkan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Peranan karyawan sangat penting untuk menjunjung keberhasilan setiap perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Karena karyawan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi pembeli, karyawan merupakan bagian dari jasa itu sendiri. Sehingga bagi pelanggan, karyawan berfungsi sebagai komunikator sekaligus wakil dari citra perusahaan. Kinerja karyawan ditunjukkan melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga perusahaan dapat mengevaluasi kualitas pelayanan karyawan.

Selain dipengaruhi oleh kualitas jasa atau pelayanan, kepuasan pelanggan juga di tentukan oleh pengaruh kinerja individu karyawan. Menurut Mangkunegara (2009) (dalam Budi, dkk, 2013 : 21) kinerja karyawan adalah “hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai tanggung jawab yang diberikan kepadanya”. Menurut Mulyadi (2003) (dalam Ardiani, 2008 : 9) penilaian kinerja adalah sebagai penentu secara priodik efektifitas oprasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawan berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan. Penilaian kinerja karyawan juga tidak kalah pentingnya, penilaian kinerja karyawan adalah proses penilaian hasil kerja

yang akan digunakan oleh pihak manajemen untuk memberikan informasi kepada para karyawan secara individual, tentang mutu hasil pekerjaannya dipandang dari sudut kepentingan perusahaan. Penilaian yang dilakukan secara teratur bertujuan melindungi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penilaian kinerja karyawan yang dilakukan secara obyektif, tepat, dan didokumentasikan secara baik cenderung menurunkan potensi penyimpangan yang dilakukan karyawan, sehingga kinerjanya diharapkan harus bertambah baik sesuai dengan kinerja yang dibutuhkan perusahaan.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk atau jasa (Suprpto, 2011 : 233). Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen yang sangat penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang diberikan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Dalam hal ini terutama dalam pelayanan publik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu persepsi pelanggan yang harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Dan kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Oleh karena itu, hampir setiap perusahaan saat ini menyadari pentingnya arti pelanggan bagi suatu perusahaan dan berupaya keras untuk dapat memberikan kepuasan pada pelanggan.

Hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dapat menunjukkan karakteristik atau atribut apa dari produk atau jasa yang membuat pelanggan tidak merasa puas. Tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan pelanggan adalah untuk dapat segera mengetahui faktor-faktor yang membuat para pelanggan tidak merasa puas untuk segera diperbaiki, sehingga pelanggan tidak kecewa. Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 karakter kualitas pelayanan yang sering disebut RATER sehingga dapat menciptakan peserta atau pelanggan yang loyal, yaitu *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empaty* (komunikasi), dan *responsiveness* (cepat tanggap) menurut (Tjiptono, 2002 : 26).

PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN), sebagai Badan Usaha Milik Negara PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram menyadari sepenuhnya bahwa kualitas pelayanan dan produktivitas kinerja karyawan sangat di perlukan. Program - program PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram yang sebagian besar merupakan program asuransi diantaranya Tabungan Hari Tua (THT), Dana Pensiun, Jaminan Kematian (JKM), dan Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK). PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram juga merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan yang sedang berkembang sehingga memerlukan langkah-langkah guna meningkatkan kepuasan nasabahnya. Oleh karena itu, penulis memilih PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram sebagai tempat penelitian dengan harapan mampu

memberikan manfaat bagi kemajuan PT. Taspen dari hasil penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, kualitas pelayanan di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram sampai saat ini, karyawan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah walaupun pelayanan yang ada di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram tidak mengalami banyak masalah, hanya saja ada beberapa pelanggan atau nasabah yang masih kurang puasnya terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan di PT. Taspen (persero) Kantor Cabang Mataram karena timbulnya perbedaan antara apa yang dialami dengan apa yang diharapkan seperti, nasabah/pelanggan ingin secara cepat menyelesaikan persyaratan pelayanan namun berkas yang dibawa oleh nasabah kurang lengkap sehingga karyawan dalam memproses persyaratan pelayanan tersebut membutuhkan waktu yang tidak sebentar.

Maka perlu dilakukan evaluasi bagi karyawan, karena kinerja karyawan di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram sudah cukup baik, tetapi ada beberapa nasabah yang tidak puas dengan kinerja karyawan sehingga kinerja menjadi kurang optimal. Untuk memperbaiki kinerja tersebut, biasa dilakukan dengan cara pembinaan (wewenang atau tugas Kepala Cabang dan Kepala seksi, sampai pelaksanaannya). (hasil wawancara penulis kepada seksi pelayanan PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram pada tanggal 09 Januari 2019).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis merasa tertarik melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan

Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dikemukakan identifikasi masalah yaitu : Kurangnya kepuasan nasabah akibat timbulnya perbedaan antara apa yang dialami dengan apa yang diharapkan terhadap PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram.

1.3 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram?
2. Apakah kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram?

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram.
2. Untuk mengetahui pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Perser) Kantor Cabang Mataram.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat melengkapi bahan penelitian selanjutnya dalam rangka menambah khasanah akademik sehingga berguna mengembangkan ilmu.

1. Bagi PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram adalah :

Untuk memberikan masukan, evaluasi dan pemikiran khususnya hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dan informasi bagi PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram dalam mengambil keputusan dan kebijakan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabahnya.

2. Bagi Universitas

Dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dan memberikan informasi serta pengetahuan kepada pihak akademis dan peneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram.

3. Bagi peneliti adalah:

Untuk Menambah wawasan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja skaryawan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Cabang Mataram.

BAB I

PENDAHULUAN

1.3 Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti sekarang ini sudah tentu banyak sekali persaingan-persaingan, baik di dunia usaha ataupun instansi pemerintah, BUMN, dan BUMD yang bergerak di bidang pelayanan. Masyarakat sudah tentu menginginkan suatu pelayanan terbaik yang diberikan oleh Aparatur Negara. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan sudah tentu perusahaan mempunyai setandar tersendiri bagi Sumber Daya Manusia (SDM) untuk bisa memberikan pelayanan tersebut. Oleh karena itu, tentunya masyarakat dalam hal ini sebagai pelanggan merasa puas dan memiliki rasa loyalitas yang tinggi kepada perusahaan tersebut. Dan kita tidak bisa mengingkari bahwa persaingan antara instansi begitu jelas terlihat terutama dalam hal memberikan pelayanan yang terbaik dan berupaya untuk mempertahankan nasabah mereka agar tidak berpaling ke tempat perusahaan lain. Kreativitas dan inovasi terus dikembangkan dan diciptakan guna tetap menjaga nasabah dan juga menjaga eksistensi dari pelayanan itu sendiri.

Menurut Lewis dan Booms (dalam Saraswati, dkk, 2014 : 3) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kunci untuk memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik adalah memenuhi atau melebihi ekspektasi kualitas pelayanan pelanggan sasaran. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dari ekspektasi

dengan kinerja. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan, jika kinerja yang dirasakan dibawah harapan maka konsumen merasa tidak puas, sedangkan jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan atau bahkan melampaui harapan maka konsumen akan merasa sangat puas.

Peranan karyawan sangat penting untuk menjunjung keberhasilan setiap perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak di sektor jasa. Karena karyawan memiliki kemampuan untuk mempengaruhi persepsi pembeli, karyawan merupakan bagian dari jasa itu sendiri. Sehingga bagi pelanggan, karyawan berfungsi sebagai komunikator sekaligus wakil dari citra perusahaan. Kinerja karyawan ditunjukkan melalui kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga perusahaan dapat mengevaluasi kualitas pelayanan karyawan.

Selain dipengaruhi oleh kualitas jasa atau pelayanan, kepuasan pelanggan juga di tentukan oleh pengaruh kinerja individu karyawan. Menurut Mangkunegara (2009) (dalam Budi, dkk, 2013 : 21) kinerja karyawan adalah “hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai tanggung jawab yang diberikan kepadanya”. Menurut Mulyadi (2003) (dalam Ardiani, 2008 : 9) penilaian kinerja adalah sebagai penentu secara priodik efektifitas oprasional suatu organisasi, bagian organisasi dan karyawan berdasarkan sasaran, standar dan kriteria yang telah ditetapkan. Penilaian kinerja karyawan juga tidak kalah pentingnya, penilaian kinerja karyawan adalah proses penilaian hasil kerja

yang akan digunakan oleh pihak manajemen untuk memberikan informasi kepada para karyawan secara individual, tentang mutu hasil pekerjaannya dipandang dari sudut kepentingan perusahaan. Penilaian yang dilakukan secara teratur bertujuan melindungi perusahaan dalam mencapai tujuannya. Penilaian kinerja karyawan yang dilakukan secara obyektif, tepat, dan didokumentasikan secara baik cenderung menurunkan potensi penyimpangan yang dilakukan karyawan, sehingga kinerjanya diharapkan harus bertambah baik sesuai dengan kinerja yang dibutuhkan perusahaan.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan kemudian dibandingkan dengan harapan. Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk atau jasa (Suprpto, 2011 : 233). Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen yang sangat penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang diberikan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Dalam hal ini terutama dalam pelayanan publik. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan suatu persepsi pelanggan yang harapannya telah terpenuhi atau terlampaui. Dan kepuasan pelanggan dapat tercapai apabila sebuah produk atau jasa memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Oleh karena itu, hampir setiap perusahaan saat ini menyadari pentingnya arti pelanggan bagi suatu perusahaan dan berupaya keras untuk dapat memberikan kepuasan pada pelanggan.

Hasil pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dapat menunjukkan karakteristik atau atribut apa dari produk atau jasa yang membuat pelanggan tidak merasa puas. Tujuan dari pengukuran tingkat kepuasan pelanggan adalah untuk dapat segera mengetahui faktor-faktor yang membuat para pelanggan tidak merasa puas untuk segera diperbaiki, sehingga pelanggan tidak kecewa. Dalam memberikan pelayanan, setidaknya perusahaan harus memenuhi 5 karakter kualitas pelayanan yang sering disebut RATER sehingga dapat menciptakan peserta atau pelanggan yang loyal, yaitu *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *tangible* (bukti fisik), *empaty* (komunikasi), dan *responsiveness* (cepat tanggap) menurut (Tjiptono, 2002 : 26).

PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN), sebagai Badan Usaha Milik Negara PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram menyadari sepenuhnya bahwa kualitas pelayanan dan produktivitas kinerja karyawan sangat di perlukan. Program - program PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram yang sebagian besar merupakan program asuransi diantaranya Tabungan Hari Tua (THT), Dana Pensiun, Jaminan Kematian (JKM), dan Jaminan Kecelakaan Kerja (JKK). PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram juga merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan yang sedang berkembang sehingga memerlukan langkah-langkah guna meningkatkan kepuasan nasabahnya. Oleh karena itu, penulis memilih PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram sebagai tempat penelitian dengan harapan mampu

memberikan manfaat bagi kemajuan PT. Taspen dari hasil penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan hasil observasi penelitian, kualitas pelayanan di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram sampai saat ini, karyawan berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah walaupun pelayanan yang ada di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram tidak mengalami banyak masalah, hanya saja ada beberapa pelanggan atau nasabah yang masih kurang puasnya terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan di PT. Taspen (persero) Kantor Cabang Mataram karena timbulnya perbedaan antara apa yang dialami dengan apa yang diharapkan seperti, nasabah/pelanggan ingin secara cepat menyelesaikan persyaratan pelayanan namun berkas yang dibawa oleh nasabah kurang lengkap sehingga karyawan dalam memproses persyaratan pelayanan tersebut membutuhkan waktu yang tidak sebentar.

Maka perlu dilakukan evaluasi bagi karyawan, karena kinerja karyawan di PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram sudah cukup baik, tetapi ada beberapa nasabah yang tidak puas dengan kinerja karyawan sehingga kinerja menjadi kurang optimal. Untuk memperbaiki kinerja tersebut, biasa dilakukan dengan cara pembinaan (wewenang atau tugas Kepala Cabang dan Kepala seksi, sampai pelaksanaannya). (hasil wawancara penulis kepada seksi pelayanan PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram pada tanggal 09 Januari 2019).

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka penulis merasa tertarik melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan

Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram)”.
Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram)”.

1.4 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dikemukakan identifikasi masalah yaitu : Kurangnya kepuasan nasabah akibat timbulnya perbedaan antara apa yang dialami dengan apa yang diharapkan terhadap PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram.

1.6 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram?
4. Apakah kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram?

1.7 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah diatas adalah sebagai berikut :

3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram.
4. Untuk mengetahui pengaruh kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Perser) Kantor Cabang Mataram.

1.8 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat melengkapi bahan penelitian selanjutnya dalam rangka menambah khasanah akademik sehingga berguna mengembangkan ilmu.

4. Bagi PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram adalah :

Untuk memberikan masukan, evaluasi dan pemikiran khususnya hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dan informasi bagi PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram dalam mengambil keputusan dan kebijakan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabahnya.

5. Bagi Universitas

Dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dan memberikan informasi serta pengetahuan kepada pihak akademis dan peneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram.

6. Bagi peneliti adalah:

Untuk Menambah wawasan dan pemahaman peneliti mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja skaryawan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Cabang Mataram.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diambil dari beberapa jurnal dan proposal skripsi yang menjadi rujukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Lesly Astuti Putri Lubis (2018) “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan” penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan metode *convenience sampling*. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan di KOPMA UMS yang berjumlah 125 orang. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kinerja karyawan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
2. Dwi Aliyah Apriyani dan Sunarti (2017) “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen *The Little A Coffee Shop* Sidoarjo) “penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara bersama-sama maupun parsial serta untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen di *The Little A Coffee Shop*. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dan variabel

terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen. Penelitian ini dilaksanakan di *The Little A Coffee Shop*. Teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden. Berdasarkan hasil uji F pada penelitian ini menunjukkan sig. F $0,000 < 0,05$ yang berarti kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uji t dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap dan empaty secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil uji t juga menunjukkan bahwa variabel daya tanggap (X_3) memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel lainnya maka variabel daya tanggap (X_3) mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan konsumen.

3. Benny Osta Nababan dan Tanisa Adra Oktaviani (2018) “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Peserta Pensiunan Pada PT. TASPEN (Persero) Cabang Depok” penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan peserta pensiun. Variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini antara lain *Tangible* (X_1), *Reability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4) dan *Empaty* (X_5), sampel penelitian ini sebanyak 100 peserta pensiun dari seluruh jumlah populasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian iini dengan menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data

menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian ini adalah menunjukkan bahwa *Tangible* (X_1), *Reability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun (Y) artinya semakin baik *Tangible* (X_1), *Reability* (X_2), *Responsiveness* (X_3) maka kepuasan peserta pensiun akan semakin meningkat. *Assurance* (X_4) dan *Empaty* (X_5) secara parsial tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan peserta pensiun (Y).

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Kualitas Pelayanan

2.2.1.1 Definisi Kualitas

Menurut Kotler (2009 : 49) definisi kualitas adalah “seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat”. Ini jelas merupakan definisi kualitas yang berpusat pada konsumen. Seorang produsen dapat memberikan kualitas bila produk atau pelayanan yang dibeikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan tetap dalam batas memenuhi standar pelayanan yang dapat dipertanggungjawabkan serta harus dilakukan secara terus-menerus (Boediono, 2003 : 38).

Secara sederhana definisi kualitas atau mutu adalah sesuai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa manusia,

proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya (Boediono, 2003 : 113) dengan demikian, yang dikatakan kualitas di sini adalah kondisi dinamis yang bisa menghasilkan :

1. Produk yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
2. Jasa yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
3. Suatu proses yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
4. Lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

2.2.1.2 Pengertian Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya adalah merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada hakekatnya tidak terwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produknya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik menurut Donal (1984). Sedangkan menurut Lovelock (1992) dalam buku (Hardiyansyah, 2011: 49), *service* adalah produk yang tidak berwujud, berlangsung sebentar dan dapat dirasakan atau dialami. Artinya *service* merupakan produk yang tidak ada wujud atau bentuknya sehingga tidak ada bentuk yang dapat dimiliki, dan berlangsung sesaat atau tidak tahan lama, tetapi dapat dialami dan dapat dirasakan oleh penerima layanan. Dari pengertian tersebut, maka pelayanan dapat diartikan sebagai aktivitas yang diberikan untuk membantu menyiapkan dan mengurus baik itu berupa barang atau jasa dari suatu pihak ke pihak lain.

(Ratminto & Atik, 2005 : 18) Dalam hal ini, akan dibahas lebih lanjut mengenai pelayanan publik dan pelayanan umum. Definisi pelayanan publik berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 81 Tahun 1993 yang kemudian disempurnakan dengan keputusa Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2004 sebagai berikut :

(Ratminto & Atik, 2005 : 19) Pelayanan publik adalah segala bentuk pelayanan yang dilandaskan oleh instansi pemerintah pusat, daerah, dan lingkungan Badan Usahan Milik Daerah, atau Badan Usaha Milik Negara dalam bentuk barang dan jasa, baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan. Sedangkan berdasarkan Keputusan Menteri No. 63/2004, yang dimaksud dengan hakikat pelayanan publik adalah pemberian pelayanan prima kepada masyarakat yang merupakan perwujudan kewajiban aparatur pemerintah sebagai abdi masyarakat. Dalam keputusan tersebut untuk membeikan pelayanan yang memuaskan bagi pengguna jasa, penyelenggara pelayanan harus memenuhi asas-asas pelayanan sebagai berikut :

1. Transparansi, bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti.

2. Akuntabilitas, dapat dipertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
3. Kondisional, sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang teguh pada prinsip efisiensi dan efektivitas.
4. Partisipatif, mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memberikan aspirasi, kebutuhan, harapan masyarakat.
5. Kesamaan hak, tidak diskriminatif dalam arti tidak membedakan suku, ras, agama, golongan, atau status ekonomi.
6. Keseimbangan Hak, dan Kewajiban pemberi dan penerima pelayanan publik harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing pihak.

Tuntutan terhadap pelayanan melahirkan suatu studi yaitu *service management*, yang mendiskusikan bagaimana cara memberikan pelayanan sebaik-baiknya dan meningkatkan kualitas pelayanan. Menurut Lovelock (1992) dalam buku (Hardiyansyah, 2011:54) *Service management* mengandung 4 fungsi inti, yaitu :

1. Memahami persepsi masyarakat yang senantiasa berubah tentang nilai dan kualitas jasa atau produk.
2. Memahami kemampuan sumberdaya dalam menyediakan pelayanan.

3. Memahami arah pengembangan lembaga pelayanan agar nilai dan kualitas yang digunakan masyarakat terwujud.
4. Memahami fungsi lembaga pelayanan agar nilai dan kualitas jasa atau produk tercapai dan kebutuhan setiap stakeholders terpenuhi.

Menurut instruksi presiden Nomor 1 Tahun 1995 tentang perbaikan dan peningkatan Mutu pelayanan, dinyatakan bahwa hakekat pelayanan umum adalah :

1. Meningkatkan mutu produktivitas pelaksanaan tugas dan fungsi di bidang pelayanan instansi pemerintah dan di bidang pelayanan umum.
2. Mendorong upaya mengefektifkan sistem dan tata laksana pelayanan, sehingga pelayanan umum dapat diselenggarakan secara berdaya guna dan berhasil guna.
3. Mendorong tumbuhnya kreativitas, prakarsa dan peran serta masyarakat dalam pembangunan serta dengan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dengan penelitian ini maka kontrol masyarakat dapat dipakai untuk mengetahui peningkatan kualitas pelayanan suatu organisasi atau perusahaan. Maka peranan organisasi secara keseluruhan dapat diukur dari keberhasilan dalam memberikan pelayanan dengan melalui perubahan-perubahan yang diadakan dalam rangka menciptakan pelayanan, maka ukuran pelayanan yang digunakan variabel peningkatan pelayanan.

2.2.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan (*Service Excellence*)

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan tersebut menurut Ibrahim (2008) dalam buku (Hardiyansyah, 2011 : 40). Sedangkan Zeithaml (1990) dalam buku (Hardiyansyah, 2011 : 41) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai yang diharapkan, maka jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Demikian pula sebaliknya (Tjiptono, 2002 : 125). Adapun metodenya yang terkenal adalah SERVQUAL yang digunakan oleh organisasi pelayanan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Metode ini menegaskan bila kinerja pada suatu atribut (*attribute performance*) meningkat lebih besar dari pada harapan (*expectation*) atas atribut yang bersangkutan, maka kualitas pelayanan juga akan meningkat.

Menurut (Tjiptono, 2002 : 130) ciri-ciri atribut yang menentukan kualitas pelayanan adalah:

1. Ketetapan 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.
5. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan.
6. Atribut pendukung pelayanan lainnya.

Sedangkan kualitas pelayanan berpusat pada suatu kenyataan yang ditentukan oleh pelanggan. Intraksi setrategi pelayanan, sisitem pelayanan dan sumber daya manusia serta pelanggan akan segera menentukan keberhasilan dari manajemen perusahaan. Oleh karena itu, perlu menerapkan strategi untuk membentuk kualitas pelayanan yang terbaik, maka (Tjiptono, 2002 : 135) menerangkan strategi kualitas pelayanan sebagai berikut:

1. Atribut layanan pelanggan, yaitu bahwa penyampaian jasa harus tepat waktu, akurat dengan perhatian dan keramahan.
2. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa merupakan aspek penting dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Ini disebabkan oleh faktor biaya, waktu penerapan program dan pengaruh layanan pelanggan. Ketiga faktor ini merupakan pemahaman dan penerapan suatu sistem yang responsif terhadap pelanggan dan organisasi guna mencapai kepuasan yang optimum.

3. Sistem umpan balik dan kualitas layanan pelanggan, yaitu dengan memahami persepsi pelanggan terhadap perusahaan dan para pesaing. Mengukur dan memperbaiki kinerja perusahaan, mengubah bidang-bidang terkuat perusahaan menjadi faktor pembeda pasar, menunjukkan komitmen perusahaan pada kualitas dan pelanggan.
4. Implementasi, adalah strategi yang penting sebagai bagian dari proses implementasi, pihak manajemen perusahaan harus menentukan cakupan-cakupan jasa dan level pelayanan.

2.2.1.4 Dimensi Kualitas Pelayanan

Lovelock (1992) dalam buku Hardiyansyah (2011 : 52) mengemukakan lima prinsip yang harus diperhatikan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan jasa, yaitu :

1. *Tangibles* (kemampuan fisik), adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik.
2. *Reliability* (kehandalan), adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan akurat dan terpercaya.
3. *Responsivness* (daya tanggap), adalah suatu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan), adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, kermah-

tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

5. *Emphaty* (perhatian), adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen.

Indikator-indikator diatas tersebut akan digunakan sebagai indikator dalam kuesioner yang akan digunakan penulis untuk pengambilan data.

2.2.2 Kinerja Karyawan

2.2.2.1 Definisi Kinerja

Menurut Mangkunegara (2000) dalam (Sumual, dkk, 2016:4) kinerja (prestasi kerja) adalah hasil kerja secara kualitas yang dicapai oleh seseorang pegawai dalam melaksanakan tugasnya sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya. Sedangkan menurut Suyadi (2008 : 2), performance atau kinerja adalah hasil kerja yang dapat dicapai seseorang atau sekelompok orang dalam suatu organisasi, sesuai dengan wewenang dan tanggungjawab masing-masing dalam rangka upaya mencapai tujuan organisasi bersangkutan secara legal, tidak memegang hukum dan sesuai moral ataupun etika yang berlaku.

Jadi dapat disimpulkan bahwa kinerja merupakan suatu kondisi yang harus diketahui dan dikonfirmasi kepada pihak tertentu untuk mengetahui tingkat pencapaian hasil suatu instansi duihubungkan

dengan visi yang diemban suatu organisasi atau perusahaan serta mengetahui dampak positif dan negatif dari suatu kebijakan operasional. Kinerja merupakan indikator dalam menentukan bagaimana usaha untuk mencapai tingkat produktivitas yang tinggi dalam suatu organisasi atau instansi pemerintah.

2.2.2.2 Definisi Kinerja Karyawan

Menurut Cardy (2004) dalam (Lina, 2016 : 217) kinerja karyawan adalah hasil yang dicapai dan pencapaian yang dicapai di tempat kerja. Dan kinerja karyawan merupakan pencapaian prestasi nyata baik dalam bentuk kualitas maupun kuantitas oleh karyawan yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Maka kesimpulannya, kinerja karyawan merupakan hasil dan keluaran yang dihasilkan oleh seorang karyawan sesuai dengan perannya dalam organisasi selama suatu periode tertentu. Kinerja karyawan yang baik adalah salah satu faktor yang sangat penting dalam upaya instansi untuk meningkatkan produktivitasnya. Kinerja seorang karyawan merupakan hal yang bersifat individual, karena setiap karyawan mempunyai tingkat kemampuan yang berbeda-beda dalam mengerjakan tugasnya.

2.2.2.3 Penilaian Kinerja

Menurut Michael (1993) dalam (Utami, 2013 : 39) Penilaian kinerja pada dasarnya merupakan faktor kunci guna mengembangkan suatu organisasi secara efektif dan efisien, karena adanya kebijakan atau program yang lebih baik atas sumber daya manusia yang ada

dalam organisasi. Penilaian kinerja individu sangat bermanfaat bagi dinamika pertumbuhan organisasi secara keseluruhan, melalui penilaian tersebut maka dapat diketahui kondisi sebenarnya tentang kinerja karyawan. Penilaian kinerja karyawan khususnya dalam bidang jasa dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Pelayanan yang kondusif, adalah karyawan lebih memfokuskan diri terhadap peraturan yang berlaku sesuai dengan kebijakan pemerintah.
2. Kedisiplinan, adalah kesadaran dan kesediaan seseorang mentaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku.
3. Tanggung jawab, adalah bertanggung jawab dalam penerimaan pesan atau permintaan dan penanganan keluhan pelanggan eksternal.
4. Kecepatan dan ketetapan waktu, karyawan selalu tepat waktu dan cepat dalam melayani pelanggan seperti, memberikan jawaban atas berbagai macam permasalahan atau bentuk pengaduan dari pelanggan.
5. Keramahan dan kesopanan, adalah memberikan pelayanan personil yang berada di garis depan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan dengan memberikan sentuhan pribadi yang menyenangkan. Seperti penampilan, bahasa tubuh, tutur bahasa yang sopan, ramah, lincah, dan gesit.

6. Hubungan baik karyawan dengan pelayanan, adalah karyawan menjalin hubungan baik dengan karyawan.
7. Kecekatan, adalah karyawan cepat tanggap dalam menanggapi kebutuhan dari pelanggan.
8. Penampilan, adalah karyawan berpenampilan menarik atau seragam sehingga para pelanggan merasa tertarik dan nyaman terhadap pelayanan yang diberikan.

Indikator-indikator tersebut akan digunakan oleh penulis sebagai bahan pengambilan data kepada pelanggan di PT. Taspen Kantor Cabang Mataram.

2.2.3 Kepuasan Pelanggan

2.2.3.1 Definisi Kepuasan Pelanggan

Menurut Engel, et al. (1990) dalam buku Tjiptono (2002 : 142) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Pendapat lain menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk atau jasa (Kotler dan Keller, 2009 : 138-139).

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk atau jasa relatif bagus atau tidak. Masalah kepuasan adalah merupakan masalah perseorangan yang sifatnya subjektif, karena kepuasan seseorang belum tentu sama dengan kepuasan yang dirasakan orang lain. Walaupun jasa yang diberikan mempunyai ciri atau kualitas pelayanan yang sama. Karena itu kepuasan ini sangat sulit diukur secara kuantitatif. Menurut Kotler (2009 : 35) “kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan dalam bentuk barang atau jasa yang sesuai dengan harapannya. Konsumen merasa puas jika harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat sangat senang jika harapan mereka terpenuhi”.

Sedangkan menurut Day dalam (Tjiptono, 2002 : 146-147) menyatakan bahwa, “kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respond pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan anantara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya”.

Ada kesamaan diantara beberapa definisi diatas, yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan pemikiran atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan ditrimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa),

sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi konsumen terhadap produk atau jasa yang dikonsumsinya.

Menurut Kotler dalam (Tjiptono, 2002 : 164) Pada prinsipnya untuk mengukur kepuasan pelanggan itu dapat diukur dengan berbagai macam metode dan teknik, diantaranya :

1. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*Customer Oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran, kartu komentar, dan menyediakan saluran telepon khusus.

2. Survei Kepuasan Pelanggan

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumen. Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Pengukuran kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai cara (Tjiptono, 2002 : 149):

- a. *Directly reported satisfaction*, adalah pengukuran dilakukan secara langsung, melalui pertanyaan dengan skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, dan sangat puas.

- b. *Derived Dissatisfaction*, adalah pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasakan.
- c. *Problem Analisis*, adalah pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.
- d. *Importance E-Performance Analisis*, adalah dalam teknik ini, responden diminta untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing.
3. Pembeli Siluman (*Ghost Shopping*), adalah metode ini dilakukan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensi produk perusahaan dan pesaing.
4. Analisis Pelanggan Yang Hilang (*Lost Customer Analisis*), adalah perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau beralih pemasok. Sehingga akan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat berguna bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya

dalam rangka meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

2.2.3.2 Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan hal yang penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Pada kondisi persaingan sempurna, dimana pelanggan mampu untuk memilih diantara beberapa alternatif pelayanan dan memiliki informasi yang memadai, kepuasan pelanggan merupakan satu determinan kunci dari tingkat permintaan pelayanan dan fungsi atau oprasionalisasi pemasok. Namun bila hanya satu agen, baik pemerintah maupun sektor swasta, yang merupakan penyedia tunggal pelayanan, maka penggunaan kepuasan pelanggan untuk mengukur efektifitas dan efisiensi pelayanan sering tidak kelihatan.

Berdasarkan pada keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor : KEP / 25 / M.PAN / 2 / 2004 untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan atau masyarakat perlu adanya indeks kepuasan. Indeks kepuasan merupakan data dan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan atau masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran kualitatif dan kuantitatif atas pendapat pelanggan dalam memperoleh pelayanan dengan membandingkan atas pendapat pelanggan dalam memperoleh pelayanan dengan membandingkan atas

harapan dan kebutuhan. Indeks kepuasan pelanggan tersebut dikembangkan menjadi 14 unsur yang relevan, valid dan reliabel sebagai unsur minimal yang harus ada. Adapun pengukuran indeks kepuasan pelanggan atau masyarakat tersebut meliputi (Ratminto & Atik, 2005 : 220-225) :

1. Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan tahapan-tahapan atau alur pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan.
2. Persyaratan pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administrasi yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya.
3. Kejelasan petugas pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawab).
4. Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku.
5. Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan.
6. Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan atau menyelesaikan kepada masyarakat.

7. Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan yang dapat diselsaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan.
8. Keadilan mendapatkan pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan atau status pelanggan yang dilayani.
9. Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati.
10. Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh pelayanan.
11. Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan yang telah ditetapkan.
12. Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
13. Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan.
14. Keamanan pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggaraan pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga pelanggan merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap risiko-risiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

Berdasarkan pengukuran kepuasan pelayanan seperti yang telah dijelaskan diatas, maka instrumen yang akan digunakan dalam kuisioner meliputi :

1. Prosedur pelayanan
2. Persyaratan pelayanan
3. Kejelasan dan kompetensi atau kemampuan
4. Keadilan mendapatkan pelayanan
5. Kepastian jadwal pelayanan
6. Kenyamanan lingkungan
7. Keamanan pelayanan

2.2.3.3 Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan

(Tjiptono, 2002 : 143) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan dihasilkan pengalaman dari interaksi kualitas jasa dan membandingkan intraksi tersebut dengan apa yang diharapkan. Maka upaya perbaikan atau penyempurnaan kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai strategi. Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan antara lain:

1. *Relationship Marketing*

Dalam starategi ini, hubungan transaksi antar penyedia jasa dan pelanggan berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selsai. Dengan kata lain, dijalankan suatu kemitraan jangka panjang dengan pelanggan secara terus-menerus sehingga diharapkan dapat terjadi bisnis ulangan (*repeat busines*). Salah satu

faktor yang dibutuhkan untuk mengembangkan relationship marketing adalah dibentuknya customer database, yaitu daftar nama pelanggan yang perlu dibina hubungan jangka panjang.

2. *Strategi Superior Customer Service*

Perusahaan yang menerapkan strategi ini berusaha menawarkan pelayanan yang lebih unggul dari pada para pesaingnya. Untuk mewujudkan dibutuhkan dan yang besar, kemampuan sumber daya manusia dan usaha yang gigih. Meskipun demikian melalui pelayanan yang lebih unggul. Perusahaan yang bersangkutan dapat mebebaskan harga yang lebih tinggi pada jasanya.

3. *Strategi Unconditional Guarantees*

Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, perusahaan jasa dapat mengembangkan *augmented service* terhadap *core servicenya*, misalnya dengan merancang garansi tertentu atau dengan memberikan layanan purna jual yang baik. Pelayanan purna jual ini harus pula menyediakan media yang efisien dan efektif untuk menangani keluhan. Strategi *unconditional guarantes* berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan kualitas jasa dan kinerja perusahaan. Selain itu akan meningkatkan motivasi para karyawan untuk mencapai tingkat kinerja yang lebih baik daripada sebelumnya.

4. Strategi penanganan keluhan yang efektif

Penanganan keluhan yang baik memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi puas (pelanggan abadi).

2.2.3.4 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut (Lupyoadi : 2006 : 131) adalah :

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan atau jasa, yaitu pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosi, yaitu pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih baik.
4. Harga, yaitu yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggan.

5. Biaya, yaitu pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

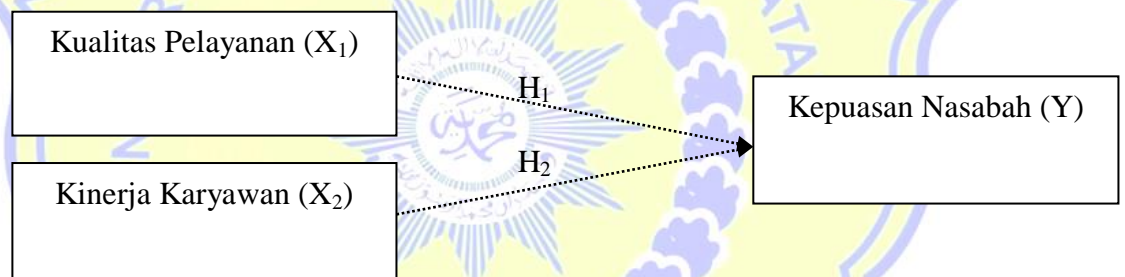
Menurut Juwandi (2004 : 37) faktor-faktor pendorong kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut :

1. Kualitas produk, yaitu pelanggan puas setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
2. Harga, yaitu untuk pelanggan yang sensitif biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.
3. *Service quality*, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah SERVQUAL.
4. *Emotional factor*, pelanggan akan merasa puas karena adanya *emotional Value* yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.
5. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

2.3 Kerangka Konseptual

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan dan kinerja karyawan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Perusahaan

yang cerdas mempunyai tujuan membuat gembira pelanggan dimana mutu tersebut mempunyai dampak langsung kepada prestasi produk demikian juga dengan keputusan pelanggan. Kinerja karyawan dalam hal pelayanan juga merupakan suatu hal yang penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Karena karyawan dalam bidang pelayanan berhubungan langsung dengan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Oleh karena itu, kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan.



Gambar 2.1 : Kerangka Konseptual

Keterangan :

H₁► Pengaruh variabel kualitas pelayanan (X₁) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y)

H₂► Pengaruh Variabel kinerja karyawan (X₂) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y)

2.4 Hipotesis Penelitian

Dari uraian diatas tersebut didapat kesimpulan sementara mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah. Seperti yang dinyatakan oleh Tika (2005 : 20) bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap suatu masalah. Dalam penelitian ini hipotesis yang diajukan sebagai berikut adalah :

1. Hipotesis 1

Ho : Diduga tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Ha : Diduga ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

2. Hipotesis 2

Ho : Diduga tidak ada pengaruh signifikan antara kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah.

Ha : Diduga ada pengaruh signifikan antara kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode penelitian deskriptif. Sebagaimana dikemukakan oleh (Sugiyono, 2012 :8) penelitian kuantitatif yaitu : “metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan”.

Sedangkan menurut (Sugiyono, 2012 : 13) metode penelitian deskriptif yaitu, penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain.

Berdasarkan teori tersebut, penelitian deskriptif kuantitatif, merupakan data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penulis yang dijadikan sebagai tempat untuk penelitian adalah PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram yang terletak di jalan Langko Ampenan No 62 Mataram. Waktu penelitian dimulai dari bulan februari sampai dengan selesai.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut (Sugiyono, 2016 : 215) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasi pada penelitian ini adalah seluruh peserta pensiun aktif Daerah Otonom NTB PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram pada Periode 2018 yang berjumlah 60.494 peserta pensiun atau nasabah.

Tabel 3.1
Data Peserta Pensiun Aktif Daerah Otonom NTB
Periode 2018

No	PNS Daerah Otonom	Jumlah
1	PEMKAB LOMBOK BARAT	6.833
2	PEMKAB. LOMBOK TENGAH	8.844
4	PEMKAB. LOMBOK TIMUR	10.284
5	PEMKAB. SUMBAWA	6.941
6	PEMKAB. DOMPU	4.862
7	PEMKAB. BIMA	8.103
8	PEMKAB. SUMBAWA BARAT	3.214
9	PEMKOT. MATARAM	5.110
10	PEMKOT. BIMA	3.774
11	PEMKAB. LOMBOK UTARA	2.529
Total		60.494

Sumber : PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram

3.3.2 Sampel

Menurut (Sugiyono, 2016 : 215) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi itu. Dimana populasi dalam penelitian ini adalah seluruh peserta pensiun aktif Daerah Otonom NTB PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram pada priode 2018 yang berjumlah 60.494 orang.

Metode pengambilan sampel yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini dengan cara *Cluster Sampling (Area Sampling)* yang merupakan tehnik *Probability sampling*, dimana *Cluster Sampling* adalah tehnik sampling daerah digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas, misal penduduk dari suatu negara, propensi, atau kabupaten. Untuk menentukan penduduk mana yang akan dijadikan sumber data, maka pengambilan sampel ditetapkan secara bertahap dari wilayah yang luas (negara) sampai ke wilayah terkecil (kabupaten). Setelah dipilih sampel terkecil, kemudian baru dipilih sampel secara acak (Sugiyono, 2016 :83). Untuk menentukan berapa sampel yang dibutuhkan maka digunakan pendekatan mengacu dengan rumus slovin, (Sani, 2013 : 38), yaitu:

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

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N :60.494 orang

e :10%

Dengan menggunakan rumus slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{60.494}{1 + (60.494 \times 10\% \times 2)} = \frac{60.494}{605.94} = 99,83 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah 100 orang atau nasabah/peserta pensiun.

3.4 Jenis Dan Sumber Data

Jenis data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.4.1 Jenis Data

1. Data primer, merupakan data yang diperoleh secara langsung dari objek yang diteliti. Menurut (Sugiyono, 2012 : 137) yang menyatakan bahwa : “data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”.
2. Data sekunder, menurut (Sugiyono, 2012 : 137) adalah “sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau dokumen”. Data sekunder anatara lain disajikan dalam bentuk data-data, dokumen, tabel-tabel mengenai topik penelitian.

3.4.2 Sumber Data

Diperoleh dari hasil kuesioner sesuai dengan pernyataan-pernyataan yang akan dijawab oleh responden mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kinerja karyawan terhadap kepuasan nasabah PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner atau Angket

Menurut (Sugiyono, 2012 : 199) adalah tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pernyataan atas pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

2. Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2015 : 329) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan angka, dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian.

3.6 Klasifikasi Dan Definisi Oprasional Variabel

3.6.1 Klasifikasi Variabel Penelitian

Pada penelitian ini, terdapat dua variabel yang digunakan, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel Terikat (*dependen*)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel terikatnya (*dependen*) adalah kepuasan pelanggan (Y).

2. Variabel Bebas (*independen*)

Variabel bebas merupakan variabel yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel terikat (*dependen*). Dalam penelitian ini variabel bebas (*independen*) diantaranya adalah kualitas pelayanan (X_1) dan kinerja karyawan (X_2).

3.6.2 Definisi Oprasional Variabel

3.6.2.1 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan tersebut menurut Ibrahim (2008) dalam buku (Hardiyansyah, 2011 : 40).

3.6.2.2 Kinerja Karyawan

Menurut Cardy (2004) dalam (Lina, 2016 : 217) kinerja karyawan merupakan pencapaian prestasi nyata baik dalam bentuk kualitas maupun kuantitas oleh karyawan yang telah ditetapkan oleh perusahaan.

3.6.2.3 Kepuasan Nasabah

Menurut Engel, et al. (1990) dalam buku Tjiptono (2002 : 142) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outvome*) yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

3.7 Indikator variabel

3.7.1 Indikator Kualitas Pelayanan

Adapun indikator dari kualitas pelayanan (X_1) (Lovelock : 1992) dalam buku (Hardiyansyah : 2011 : 52) adalah sebagai berikut:

1. *Responsiveness* (daya tanggap), adalah suatu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
2. *Reliability* (kehandalan), adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan akurat dan terpercaya.
3. *Assurance* (Jaminan), adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, kermahan-tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
4. *Emphaty* (perhatian), adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen.
5. *Tangibles* (kemampuan fisik), adalah suatu bentuk penampilan fisik, peralatan personal, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik.

3.7.2 Indikator Kinerja Karyawan

Adapun indikator dari penilaian kinerja karyawan (X_2) adalah sebagai berikut menurut Michael (1993) :

1. Pelayanan yang kondusif, adalah karyawan lebih memfokuskan diri terhadap peraturan yang berlaku sesuai dengan kebijakan pemerintah.
2. Kedisiplinan, adalah kesadaran dan kesediaan seseorang mentaati semua peraturan perusahaan dan norma-norma sosial yang berlaku.

3. Tanggung jawab, adalah bertanggung jawab dalam penerimaan pesan atau permintaan dan penanganan keluhan pelanggan eksternal.
4. Kecepatan dan ketetapan waktu, karyawan selalu tepat waktu dan cepat dalam melayani pelanggan seperti, memberikan jawaban atas berbagai macam permasalahan atau bentuk pengaduan dari pelanggan.
5. Keramahan dan kesopanan, adalah memberikan pelayanan personal yang berada di garis depan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan dengan memberikan sentuhan pribadi yang menyenangkan. Seperti penampilan, bahasa tubuh, tutur bahasa yang sopan, ramah, lincah, dan gesit.
6. Hubungan baik karyawan dengan pelanggan, adalah karyawan menjalin hubungan baik dengan karyawan.
7. Kecekatan, adalah karyawan cepat tanggap dalam menanggapi kebutuhan dari pelanggan.
8. Penampilan, adalah karyawan berpenampilan menarik atau seragam sehingga para pelanggan merasa tertarik dan nyaman terhadap pelayanan yang diberikan.

3.7.3 Indikator Kepuasan Nasabah

Adapun indikator dari variabel dependen (kepuasan pelanggan / Y) tersebut adalah (Ratminto dan Atik, 2005 : 220-225):

1. Peosedur pelayanan, yaitu kemudahan tahapan-tahapan atau alur pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan.

2. Persyaratan pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administrasi yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya.
3. Kemampuan atau kompetensi, yaitu tingkat keahlian dan keterampilan yang dimiliki karyawan dalam memberikan atau menyelesaikan kepada pelanggan.
4. Keadilan mendapat pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan atau status pelanggan yang dilayani.
5. Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
6. Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan.
7. Keamanan pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggaraan pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga pelanggan merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap risiko-risiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

3.8 Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada pada alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2012 : 131).

Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan *skala likert*. *skala likert* digunakan untuk menjawab pernyataan-pernyataan pada angket penelitian. *Skala likert* merupakan suatu alat ukur persetujuan atau ketidaksetujuannya responden terhadap serangkaian pernyataan yang mengukur suatu obyek (Istijanto, 2008) dalam (Sani, 2010 : 204). Pada penelitian ini responden diminta untuk melakukan penilaian berupa angka tentang pelayanan yang diberikan oleh PT. Taspen (Persero) Kantor Cabang Mataram.

Tabel 3.2
Bobot kriteria Jawaban Skala Likert

Keterangan	Arti	Angka
STS	Sangat tidak setuju	1
TS	Tidak setuju	2
RG	Ragu-ragu	3
S	Setuju	4
SS	Sangat setuju	5

Sumber : sugiyono (2009)

3.9 Teknik Analisi Data

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif, dengan menggunakan analisis deskriptif atau statistik deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2012 : 206) bahwa statistik deskriptif adalah statistik yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

Data dari angket/kuesioner dalam penelitian ini merupakan data kuantitatif yang akan dianalisis secara uji validitas, uji reabilitas, analisis

regresi liner berganda, uji asumsi klasik dan uji hipotesis dengan menggunakan program *SPSS Versi 16*.

3.9.1 Uji Instrumen Penelitian

3.9.1.1 Uji Validitas

Uji validitas menurut (Ghazali, 2012 : 52) adalah alat untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas ini menggunakan *pearson correlation* yaitu dengan cara menghitung korelasi antara nilai yang diperoleh dari pertanyaan-pertanyaan. Suatu pertanyaan dikatakan valid jika tingkat signifikasinya berada di bawah 0,05. Untuk menentukan validitas koesioner dilakukan pengujian dengan program *SPSS Versi 16*.

3.9.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menurut (Ghazali, 2012 : 47) adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan *reliabel* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan *reliabel* (layak) jika *cronbach's alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak *reliabel* jika *cronbach's alpha* < 0,60. Untuk menentukan reliabilitas terhadap butiran-butiran pernyataan variabel dilakukan pengujian dengan program *SPSS Versi 16*.

3.9.2 Uji Asumsi Klasik

3.9.2.1 Uji Normalitas

Menurut (Ghozali, 2012 : 160) uji normalitas adalah bertujuan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi berdistribusi secara normal atau tidak. Pengujian normalitas dilakukan dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal *P-P Plot*. Sebagai dasar pengambilan keputusan, jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka nilai *residual* tersebut telah normal. Selain itu dapat juga dilihat dari hasil uji *Kolmogorov-Smirnov* dan *Asymp. Sig. (2-tailed)*, jika hasil pengujian tersebut $> 0,05$ maka dapat dikatakan jika *residual* data telah terdistribusi normal.

3.9.2.2 Uji Autokorelasi

Menurut (Ghozali, 2012 : 110) uji autokorelasi adalah untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi, yaitu korelasi yang terjadi antara *residual* pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Jika d lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi. Jika d terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi. Jika d terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

3.9.2.3 Uji Multikolinearitas

Menurut (Ghozali, 2012 : 105) uji multikolinearitas adalah bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antara variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen. Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. *Tolerance* mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai $tolerance \geq 0,1$ atau sama dengan nilai $VIF \leq 10$.

3.9.2.4 Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Ghozali, 2012 : 139) uji heteroskedastisitas adalah bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Pengujian heteroskedastisitas menggunakan metode grafik (melihat pada titik-titik pada grafik regresi). Dasar kriteriannya dalam pengambilan keputusan yaitu :

1. Jika ada pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka terjadi heteroskedastisitas.

2. Jika tidak ada pola yang jelas, seperti titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.9.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah regresi linier untuk menganalisis besarnya hubungan dan pengaruh variabel independen yang jumlahnya lebih dari dua (Suharyadi dan purwanto, 2004 : 508).

Mendeteksi variabel kualitas pelayanan (X_1) dan Kinerja Karyawan (X_2) dan Y (Kepuasan Nasabah) pada analisis regresi akan dilakukan dengan bantuan *SPSS Versi 16*. Adapun persamaan model regresi linier berganda adalah (Suharyadi dan Purwanto, 2011:210).

$$Y = \alpha + \beta_1 \times_1 + \beta_2 \times_2$$

Keterangan :

Y = Kepuasan nasabah

α = Konstanta

β_1, β_2 = koefisien regresi

\times_1 = kualitas Pelayanan

\times_2 = Kinerja karyawan

3.9.4 Uji Hipotesis

3.9.4.1 Uji t

Menurut (Ghazali, 2012 : 98) uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual dalam menerangkan variabel dependen

secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas signifikansi $> 0,05$, maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas signifikansi $< 0,05$, maka hipotesis diterima. Hipotesis diterima mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Adapun hipotesis yang diajukan antara lain :

1. Hipotesis 1

H_0 : Diduga tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y).

H_a : Diduga ada pengaruh antara kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y).

2. Hipotesis 2

H_0 : Diduga tidak ada pengaruh antara Kinerja karyawan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y).

H_a : Diduga ada pengaruh antara Kinerja karyawan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y).

3.9.5 Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini digunakan koefisien determinasi dimana (Ghozali, 2012 : 97) Koefisien determinasi adalah alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan

variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol atau satu. Jika koefisien determinasi (R^2) = 1, artinya variabel independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel independen. Sedangkan jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruh variabel-variabel yang diteliti.

Rumus Koefisien Determinasi :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan :

KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

Proses pengolahan data untuk mengetahui koefisien determinasi (R^2) akan dilakukan pengujian dengan bantuan *SPSS Versi 16*.

