

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi perekonomian Indonesia saat ini, peranan ketenagakerjaan dalam dunia perdagangan sangat penting. Demikian pula keberadaan setiap perusahaan dalam sistem perekonomian Indonesia. Mengingat pentingnya kedudukan tenaga kerja dalam proses pembangunan ekonomi, tentu sudah semestinya kesejahteraan tenaga kerja perlu mendapat perlindungan dan peningkatan kesejahteraan yang baik.

Seiring perkembangan perekonomian yang semakin maju banyak yang berdiri dan bergerak dalam berbagai sektor bidang usaha. Demikian pula dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang asuransi. Keberadaan perusahaan tersebut tentu tidak terlepas dari peran serta masyarakat maupun tenaga kerja yang ikut ambil bagian sebagai nasabah dari perusahaan tersebut sebab mereka di ibaratkan sebagai jantungnya perusahaan asuransi karena nasabah memberikan kontribusi yang besar bagi kemajuan suatu perusahaan. Semakin banyak nasabah asuransi diyakini merupakan keberhasilan suatu perusahaan, selain itu dilihat dari segi pengguna jasa asuransi (nasabah), perusahaan wajib memberikan pelayanan yang sesuai sebagai imbalan atau perhatian atas kerja sama antara pihak asuransi maupun pengguna jasa asuransi.

Dewasa ini, Perusahaan Jaminan Sosial Tenaga Kerja yang dulunya bernama JAMSOSTEK namun sekarang berubah nama menjadi BPJS ketenagakerjaan merupakan perusahaan asuransi yang berkaitan dengan asuransi jiwa dan menyangkut masalah keuangan kematian, kesehatan, atau kecelakaan kerja bagi nasabahnya. Mempunyai cita-cita untuk menjadi perusahaan asuransi terbaik, lebih unggul dan menjadi nomor satu. Banyak perusahaan asuransi yang saling bersaing dengan memberikan pelayanan yang memuaskan. Program jaminan sosial tenaga kerja adalah program perlindungan yang bersifat dasar bagi tenaga kerja yang bertujuan

untuk menjamin adanya keamanan dan kepastian terhadap risiko sosial ekonomi, dan merupakan sarana penjamin arus penerimaan penghasilan bagi tenaga kerja dan keluarganya akibat dari terjadinya risiko sosial dengan pembiayaan yang terjangkau oleh pengusaha dan tenaga kerja.

Penyelenggaraan program jaminan sosial merupakan salah satu tanggung jawab dan kewajiban Negara untuk memberikan perlindungan sosial ekonomi kepada masyarakat, sesuai dengan kondisi kemampuan keuangan Negara. Indonesia seperti halnya Negara berkembang lainnya, mengembangkan program jaminan sosial berdasarkan *funded social security*, yaitu jaminan sosial yang didanai oleh peserta dan masih terbatas pada masyarakat pekerja disektor formal. Kepuasan nasabah juga dapat ditentukan oleh program jaminan sosial ketenagakerjaan yang dapat menjamin kelangsungan hidup karyawan. Jadi, dari uraian diatas dapat dikatakan bahwa meningkatkan kepuasan nasabah secara langsung dapat dipengaruhi oleh program jaminan sosial yang diikuti oleh seorang pekerja itu sendiri. Kepuasan nasabah dapat berpengaruh pada fitur produk dan jasa, emosi pelanggan, atribusi untuk keberhasilan atau kegagalan jasa, persepsi terhadap kewajaran dan keadilan serta pelanggan lain, keluarga dan rekan kerja.

Para masyarakat mengeluh akan pelayanan yang dilakukan pegawai BPJS dalam menanggapi kritik atau keluhan yang dilakukan masyarakat, serta untuk pencairan dana BPJS juga banyak terdapat masalah yang dihadapi masyarakat, salah satunya ialah lambatnya respon yang dilakukan pihak BPJS untuk menanggapi masalah tersebut, sehingga menjadi terkendala untuk proses pencairan dana BPJS mereka.

BPJS ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan merupakan program publik yang memberikan perlindungan bagi tenaga kerja untuk mengatasi risiko sosial ekonomi tertentu dan penyelenggaraannya menggunakan mekanisme asuransi sosial. Penyelenggaraan program

jaminan sosial merupakan salah satu tanggung jawab dan kewajiban Negara untuk memberikan perlindungan sosial ekonomi kepada masyarakat. Program Jaminan Sosial Tenaga Kerja yang ada di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan yaitu Program Jaminan Hari Tua, Program Jaminan Kematian, dan Program Jaminan Kecelakaan Kerja.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan.**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian yang terdapat pada latar belakang penelitian. Serta untuk memberi batasan terhadap permasalahan yang akan dibahas, maka identifikasi masalah yang ditetapkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk
2. Kualitas pelayanan
3. Emosional
4. Harga
5. Biaya

1.3 Batasan Masalah

Untuk mempermudah masalah yang akan dibahas dan mempermudah dalam pengumpulan data, maka perlu adanya pembatas masalah. Adapun batasan masalah ini adalah:

1. Dalam penelitian ini dilakukan penelitian yang meliputi: kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah pada Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan.
2. Responden yang diteliti adalah nasabah Badan Penyelenggaraan Jaminan Sosial (BPJS) Ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah yang digunakan adalah:

Apakah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan.

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian adalah:

Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Nasabah Pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Penelitian ini merupakan proses pembelajaran untuk dapat menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama kuliah dan diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, pengalaman dan pengalaman khususnya mengenai pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS)

Ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan. Sehingga hasil penelitian ini dapat menerangkan dan mempunyai pengetahuan teoritis dalam kasusnya dilapangan. Selain itu penelitian ini juga berfungsi sebagai pembelajaran dan pegangan bagi penulis dalam menghadapi dunia kerja nantinya.

2. Bagi pihak BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan sebagai dasar pertimbangan dalam usaha perbaikan BPJS pada umumnya dan diharapkan dapat memberikan masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga jumlah komplain berkurang dan diharapkan jumlah nasabah dapat meningkat.

3. Bagi lembaga pendidikan Universitas HKBP Nommensen

Sebagai bahan literatur perpustakaan dibidang penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan.

4. Bagi peneliti lain

Sebagai referensi yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi penelitian lain, yang ingin meneliti objek yang sama.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA BERFIKIR, DAN RUMUSAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Teoritis

2.1.1 Kualitas Pelayanan

2.1.1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kata kualitas memiliki banyak defenisi yang berbeda, bervariasi dan konvensional sampai yang lebih strategik. Defenisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk/jasaseperti : kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), kemudahan dalam penggunaan (*ease of use*), estetika (*esthetics*), dan yang sebagainya.

Menurut Lewis & Booms dalam Tjiptono, **“Kualitas layanan bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan.”**¹

Menurut Kotler dalam Mamang dan Sorpiahmerumuskan bahwa **“Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.”**² Menurut Parasuraman dalam Prabha Ramseook **“Service quality can be defined as an overall judgement similar to attitude towards the service and generally accepted as an” antecedent of overall customer nsatisfaction**”.³ (Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai penilaian keseluruhan yang serupa dengan sikap terhadap lingkungan pelayanan dan umumnya diterima sebagai anteseden dari kepuasan pelanggan secara keseluruhan).

Jadi, kualitas sebagaimana yang diinterpretasikan ISO 9000 merupakan perpaduan antara sifat karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya. Secara keseluruhan, berdasarkan semua pengertian mengenai kualitas dapat disimpulkan bahwa kualitas merupakan hal yang selalu berfokus pada pelanggan. Dengan demikian karena kualitas mengacu kepada segala yang menentukan kepuasan pelanggan, suatu produk yang dihasilkan baru dapat dikatakan berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan, dapat dimanfaatkan dengan baik, serta diproduksi (dihasilkan dengan cara baik dan benar).

2.1.1.2 Indikator Kualitas Pelayanan

¹ Fandy Tjiptono, *Service Manajemen*, penerbit: Andy Yogyakarta, 2012, Hal. 157

² Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, *Perilaku Konsumen*, penerbit: Andy, Yogyakarta, 2013, Hal. 99

³ Prabha Ramseook dkk, *Service Quality In The Public Service, International Journal Of Management And Marketing Research*, Vol 3, No 1, 2010:2

Konsumen akan memberikan penilaian terhadap kualitas setiap barang dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan. Menurut Parasuraman yang dikemukakan oleh Lupiyoadi dan Hamdani, pada umumnya dapat diukur berdasarkan penilaian pada beberapa indikator sebagai berikut:

- 1. Keandalan (*reliability*)**
- 2. Daya tanggap (*responsiveness*)**
- 3. Empati (*emphaty*)**
- 4. Jaminan (*assurance*)**
- 5. Berwujud (*tangible*).⁴**

Berdasarkan kutipan diatas indikator kualitas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1) Kendalan (*reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Keandalan antara lain ditunjukkan dengan ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan/nasabah tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan tingkat akurasi tinggi.

2) Daya tanggap (*responsiveness*)

Kebijakan untuk membantu dan memberikan jasa yang cepat (responsif), dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

3) Empati (*emphaty*)

Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, memahami keluhan setiap pelanggan, mengetahui identitas pribadi pelanggan dan memanfaatkannya untuk memberikan pelayanan terbaik yang memuaskan kepada setiap pelanggan.

4) Jaminan (*assurance*)

⁴Fandy **Op.cit**, Hal, 174

Jaminan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sikap dapat dipercaya yang dimiliki karyawan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, dan kompetensi.

5) Bukti fisik/berwujud (*tangible*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensi bukti fisik kepada pihak eksternal. Bukti fisik ini antara lain gedung, mesin, peralatan, teknologi, lahan parkir, kebersihan, serta penampilan pegawai.

Menurut Siauliai, ***“The important indicator that belongs to the classical model of the measurement of quality is Completeness, Reliability, Productivity, Damage to the product and Flexibility”***.⁵(Kualitas layanan dapat didefinisikan sebagai penilaian keseluruhan yang serupa dengan sikap terhadap lingkungan pelayanan dan umumnya diterima sebagai anteseden dari kepuasan pelanggan secara keseluruhan).

2.1.1.3 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang baik sering dikatakan sebagai salah satu faktor yang sangat penting dalam suatu bisnis. Menurut Fomel dalam jurnal *Bisnis & Birokrasi*, Dwi dan Febrina bahwa **“Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang**

⁵ Siauliai University, **The Indicators Of Service Quality Measurement Of Logistic Services**, No 2, 62-70. 2012 : 65

diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis”⁶

Dengan kata lain ada dua faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) dan pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*). Apabila pelayanan yang diterima atau yang dirasakan sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dikatakan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

2.1.1.4 Analisis Kesenjangan (Gap) Kualitas Pelayanan

Indikator kualitas pelayanan yang telah disebutkan diatas harus diolah/disusun dengan baik. Apabila tidak, hal tersebut dapat menimbulkan kesenjangan (gap) antara perusahaan dan pelanggan, karena perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan.

Menurut Zeithaml dalam Tjiptono bahwa **Lima kesenjangan (gap) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan yaitu :**

- 1. Gap antara ekspektasi pelanggan dan persepsi manajemen**
- 2. Gap antara persepsi manajemen terhadap ekspektasi konsumen dan spesifikasi kualitas layanan**
- 3. Gap antara spesifikasi kualitas layanan dan penyampaian layanan**
- 4. Gap antara penyampaian layanan dan komunikasi eksternal**
- 5. Gap antara persepsi terhadap layanan yang diterima dan layanan yang diharapkan⁷**

Dari beberapa kesenjangan yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan diatas maka penulis menjelaskan sebagai berikut :

⁶ Dwi Aryani dan Febrina Rosinta, **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, Bisnis & Birokrasi Jurnal Ilmu Administrasi dan Birokrasi**, Vol 17, No 2, 2010: 1

⁷ Fandy Tjiptono **Op.cit**, hal 201

1. Gap Persepsi Manajemen yaitu adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan konsumen, kurangnya komunikasi dari bawah ke atas.
2. Gap Spesifikasi Kualitas yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan ini terjadi Karena tidak memadainya standarisasi tugas, tidak ada penyusunan tujuan.
3. Gap Penyampaian Pelayanan yaitu kesenjangan yang disebabkan karena, (a) Ambiguitas peran yaitu sejauh mana pegawai melakukan tugas sesuai harapan manager dalam memuaskan konsumen; (b) Konflik peran yaitu sejauh mana pegawai meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak; (c) Kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakan; (d) Kesesuaian teknologi yang digunakan pegawai (e) Sistem imbalan; (f) Kontrol yang diterima yaitu sejauh mana pegawai merasakan kebebasan/fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan; (g) *Teamwork* (kerjasama) yaitu sejauh mana karyawan dan manajemen merumuskan tujuan bersama didalam merumuskan tujuan bersama didalam memuaskan konsumen secara bersama-sama dan terpadu.
4. Gap Komunikasi Pemasaran yaitu kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan/konsumen mengenai kualitas jasa dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran. Kesenjangan ini disebabkan karena (a) tidak memadainya komunikasi horizontal; (b) adanya kecenderungan untuk memberikan janji yang berlebihan. Dalam hal ini komunikasi eksternal telah mendistorsi harapan konsumen.

5. Gap Pelayanan yang dirasakan yaitu perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan. Jika keduanya terbukti sama maka perusahaan akan memperoleh dampak yang positif. Namun bila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

2.1.1.5 Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Dari strategi meningkatkan kualitas jasa maka penulis menjelaskan sebagai berikut.

1. Mendengarkan

Penyedia jasa perlu mendengarkan setiap pendapat, keluhan, saran dari pelanggan. Dengan mendengar akan diperoleh berbagai informasi yang dapat digunakan oleh penyedia jasa untuk menyusun strategi agar dapat memberikan kepuasan sesuai harapan pelanggan.

2. Keandalan

Merupakan indikator kualitas jasa terpenting dan harus menjadi prioritas dalam menyampaikan jasa. Kualitas jasa yang baik, akan mampu menunjukkan yang tinggi atas jasa kepada pelanggannya.

3. Layanan dasar

Perusahaan harus memberikan pelayanan dasar dan melakukan apa yang seharusnya dilakukan, menepati janji, menggunakan akal sehat, mendengarkan pelanggan, selalu memberikan informasi akurat kepada pelanggan, dan memberikan nilai.

4. Desain jasa

Upaya mengembangkan pandangan jasa sambil mengelola berbagai detailnya. Dengan demikian jasa disampaikan sesuai dengan harapan pelanggan.

5. Pemulihan

Untuk memuaskan pelanggan yang menghadapi masalah jasa, perusahaan jasa harus mendorong pelanggan untuk menyampaikan keluhan dan mempermudah mereka untuk melakukannya, merespon dengan cepat dan pribadi, serta mengembangkan sistem penyelesaian masalah yang dapat memuaskan pelanggan.

6. Memberi kejutan kepada pelanggan

Meskipun keandalan adalah dimensi terpenting dalam memenuhi harapan pelanggan, dimensi proses seperti kepastian, koresponsifan, dan empati adalah dimensi penting untuk melebihi harapan pelanggan, misalnya dengan memberikan kejutan kepada mereka melalui kecepatan yang tidak biasa atau berbeda dari pesaing, bersikap baik dan sopan kepada setiap pelanggan, berkompetensi, berkomitmen, dan memahami individu pelanggan.

7. Berlaku adil

Perusahaan harus berlaku adil, tidak membedakan setiap pelanggan, dan menunjukkan sikap keadilan tersebut baik kepada pelanggan dan karyawan.

8. Kerja Tim

Kerja tim merupakan suatu pelajaran yang memungkinkan perusahaan memberikan jasa dengan perhatian melalui peningkatan motivasi dan kemampuan setiap karyawan. Pelanggan akan merasa tingkat kepuasan yang sama saat dilayani oleh anggota tim atau karyawan yang mana pun. Pelayanan prima menjadi prioritas bagi semua bagian di perusahaan.

9. Riset Karyawan

Manajemen perusahaan dan karyawan mengadakan riset bersama, dan berkesinambungan untuk mengidentifikasi setiap masalah penyampaian jasa kepada pelanggan dan strategi yang harus ditempuh untuk menyelesaikan setiap masalah yang timbul, dan mencegah munculnya masalah penyampaian jasa bagi pelanggan.

10. Kepemimpinan yang melayani

Kualitas jasa yang disampaikan oleh perusahaan kepada pelanggan dipengaruhi oleh gaya kepemimpinan. Gaya kepemimpinan yang tepat sangat dituntut oleh perusahaan jasa. Pimpinan akan menjadi motivator utama yang turut menginspirasi seluruh bagian yang ada di perusahaan tersebut.

2.1.2 Kepuasan konsumen

2.1.2.1 Pengertian Kepuasan

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja jasa yang real/aktual dengan kinerja jasa yang diharapkan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen. Menurut Mowen dan Minor dalam Yuniarti, **“Kepuasan adalah sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.”**⁸ Menurut Bloemer & de Ruyter dalam Noh, **“Satisfaction has often been perceived as *the consumption. Satisfaction has always been described as processes and outcomes that have been identified as a key determinant for loyalty, particularly in the retail context.*”**⁹ (Kepuasan sering dianggap sebagai konsumsi, kepuasan selalu digambarkan sebagai proses dan hasil yang telah diidentifikasi sebagai penentu utama kesetiaan, khususnya dalam konteks ritel).

Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima konsumen. Jika jasa tersebut jauh dibawah harapan, konsumen akan kecewa. Sebaliknya, jika jasa tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat

⁸ Vinna Sri Yuniarti, **Perilaku Konsumen**, Cv.Pustaka Setia, Bandung, 2015, hal.233

⁹ Nor Asiah dkk, **Understanding The Relationship Of Program Satisfaction, Program Loyalty And Store Loyalty Among Cardholders Of Loyalty Programs**, Asian Academy Of Management Journal, Vol 16, No 1, 21-43, January 2015 : 23

menggunakan jasa tersebut, informasi dari orang lain, dan informasi yang diperoleh dari iklan dan promosi yang lain.

Kepuasan konsumen diukur dengan seberapa besar harapan konsumen tentang jasa dan pelayanan sesuai dengan kinerja jasa dan pelayanan yang aktual. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi atau kesan dengan kinerja suatu jasa dan harapan-harapannya. Setelah menggunakan jasa/produk, konsumen akan merasakan kepuasan atau kekecewaan. Kepuasan akan mendorong konsumen untuk menggunakan jasa tersebut. Sebaliknya, jika kecewa konsumen tidak akan menggunakan jasa yang sama untuk kemudian harinya. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi penggunaan jasa dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan konsumen. Kekecewaan timbul apabila kinerja yang aktual tidak memenuhi harapan konsumen. Keputusan penggunaan didasarkan pada penelitian yang dibentuk mengenai nilai pemasaran yang dilakukan pemasar. Harapan konsumen didasarkan pada pengalaman penggunaan jasa dimasa lalu. Banyak perusahaan sukses sekarang ini karna berhasil memenuhi harapan konsumen akan kualitas dan pelayanan jasa.

2.1.2.2 Pengertian Konsumen

Secara sederhana dalam kehidupan sehari-hari sering diungkapkan kata pelanggan, secara umum dapat dipahami bahwa pelanggan adalah pihak yang menggunakan suatu produk tertentu baik itu barang maupun jasa dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi kebutuhan hidup. Vinna Sri Yuniarti dalam bukunya Perilaku Konsumen mengatakan “**Konsumen adalah**

pengguna barang dan jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik kepentingan bagi diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain.”¹⁰

Berdasarkan definisi diatas diketahui bahwa pelanggan yang menjadi fokus utama dalam hal kepuasan dan kualitas jasa. Hal ini dapat terjadi karena pelanggan merupakan pihak yang merasakan secara langsung dan mengukur kepuasan yang dirasakan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Dan pelanggan memiliki hak untuk menuntut perusahaan agar dapat memenuhi apa yang diinginkan oleh pelanggan itu sendiri, hal ini yang membuat mengapa dikatakan bahwa pelanggan juga yang memberikan pengaruh terhadap kinerja perusahaan. Karena perusahaan dituntut untuk memenuhi standart kualitas yang tidak disadari terbentuk dari kebutuhan pelanggan khususnya terhadap suatu pelayanan yang diharapkan untuk dipenuhi.

2.1.2.3 Pengertian Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Defenisi yang dikemukakan oleh Schnaars dalam Tjiptono menyatakan bahwa **“kepuasan pelanggan merupakan strategi jangka panjang yang membutuhkan komitmen, baik menyangkut dana maupun sumber daya manusia.”¹¹**

Sedangkan menurut Kotler dalam Sangadji **“kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli.”¹²** Menurut Khristianto dalam Izyan Hizza, **“Customer satisfaction is commonly viewed as a result of comparison between the consumption expectation and experience and costumer’s expectation, satisfaction**

¹⁰Vinna Sri Yuniarti **Op.cit** hal. 46

¹¹Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, **Service, Quality dan Satisfaction**, hal.228

¹²Eta Mamang Sangadji **Op.cit** hal 181

and loyalty are the key elements that determine the success of market concept implementation.”¹³(Kepuasan pelanggan biasanya dilihat sebagai hasil perbandingan antara ekspektasi konsumsi dan pengalaman dan harapan konsumen, kepuasan dan loyalitas merupakan elemen kunci yang menentukan keberhasilan implementasi konsep pasar).

Berdasarkan beberapa defenisi diatas tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dan sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.

Untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku konsumen tersebut maka banyak perusahaan yang berpusat pada pelanggan yang dapat memberikan nilai *superior* kepada mereka, dan memenangkan persaingan. Perusahaan akan terus berusaha dengan sekuat tenaga untuk mempertahankan pelanggan yang ada. Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibanding dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

Menurut Tjiptono dikutip oleh Yuniarti “**ada beberapa indikator kepuasan pelanggan, yaitu :**

¹³ Izyan Hizza dkk, **Factors Influencing Customer Satisfaction and Loyalty : Online Shopping Environment Among The Young Adults**, Management Dynamics In The Knowledge Economy, Vol 2, No 3, 2014:2

1. **Pembelian ulang**
2. **Kebiasaan mengkonsumsi merek tersebut**
3. **Selalu menyukai merek tersebut**
4. **Tetap memilih merek tersebut**
5. **Yakin bahwa merek tersebut yang terbaik**
6. **Merekomendasikan merek tersebut kepada orang lain.”¹⁴**

2.1.2.4 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan ekspektasi, oleh sebab itu perusahaan perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dan ekspektasi pelanggan. Hill, Brierley dan Macdougall (1999) mengatakan ada beberapa faktor yang digunakan mengukur kepuasan pelanggan adalah:

1. **Ekspektasi.**
2. **Tingkat kepentingan (importance).**
3. **kinerja.**
4. **Dan faktor ideal¹⁵.**

2.1.2.5 Mengukur Kepuasan Konsumen/nasabah

Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka (pelanggan) tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan perusahaan pesaing. Tentunya dapat dipastikan kalau pelanggan sudah beralih ke perusahaan pesaing akan menyebabkan penurunan laba bahkan dapat menyebabkan kerugian. Maka dari itu perusahaan perlu berusaha melakukan berbagai upaya untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan.

Kotler mengemukakan **4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan:**

1. **Sistem keluhan dan saran**
Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.

¹⁴Vinna Sri Yuniarti **Op.cit**, hal.242

¹⁵ Fandy Tjiptono **Op.cit**, hal. 319

2. Survey kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan menggunakan metode survey, baik melalui pos ataupun telepon maupun wawancara pribadi.

3. Pembeli bayangan

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing.

4. Analisis pelanggan yang lari

Metode ini sedikit unik, perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut.¹⁶

2.2 Tinjauan Empiris

Tinjauan empiris merupakan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu. Tinjauan empiris sendiri sangat dibutuhkan dalam melaksanakan suatu penelitian untuk memperkuat hasil penelitian yang sedang dilaksanakan pada saat ini. Selain itu tinjauan empiris juga dapat digunakan nantinya sebagai bahan untuk membandingkan hasil penelitian yang dilakukan pada saat ini dengan hasil penelitian sebelumnya.

Berikut ini merupakan hasil penelitian terdahulu yang ditemukan oleh penulis selama melakukan penelitian ini:

1. Valentina Anissa Febriani yang melakukan penelitian pada Tahun 2012 dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Pasien Poliklinik Rawat Jalan Rumah Sakit Dr. Cipto Mangunkusumo)”. Dimana hasil penelitian ini adalah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Wujud fisik, Keandalan dalam menangani konsumen, Daya tanggap, Jaminan yang diberikan dan Empati terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dengan uji F dimana nilai signifikansinya 0,000. Koefisien determinasi pada Kepuasan konsumen yang ditunjukkan oleh Adjusted R Square adalah 0,784 yang berarti bahwa Kepuasan

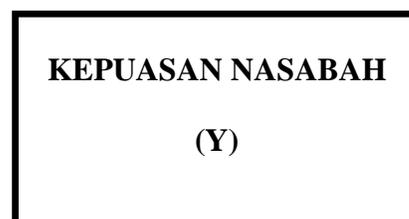
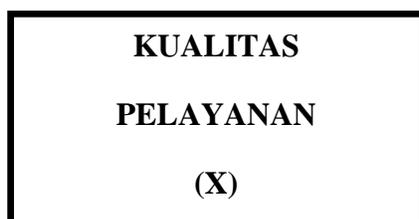
¹⁶ Muhammad Adam, **Managemen Pemasaran Jasa**, Alfabeta, Bandung, 2015, hal.16

konsumen 78,4% dipengaruhi oleh variabel wujud fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Sedangkan 21,6% nya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

2. Rahadi Fitra Nova juga melakukan penelitian pada tahun 2010 dengan judul penelitian “pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pasien rawat inap pada rumah sakit PKU Muhammadiyah Surakarta”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel dari dimensi kualitas pelayanan (keandalan, ketanggapan, keyakinan, keberwujudan dan empati) secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Surakarta. Hasil tersebut menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) dapat diterima dan hipotesis nihil (H_o) ditolak, pengaruhnya yang paling besar adalah variabel keberwujudan (5,191) diikuti ketanggapan (4,280), keandalan (4,059), empati (1,989), dan keyakinan (-4,205) terhadap kepuasan pasien rawat inap Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Surakarta. Hasilnya adalah R^2 sebesar (0,789) menunjukkan bahwa 78,9% variabel kepuasan pasien dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan yaitu keandalan, ketanggapan, keyakinan, keberwujudan, dan empati sedangkan sisanya 21,1% lainnya dijelaskan variabel lain yang tidak termaksud dalam model penelitian ini.

2.3 Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir penelitian ini digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap masalah yang akan dibahas. Adapun kerangka berpikir yang dibentuk oleh variabel dependen dan variabel independen pada penelitian ini adalah seperti yang tertera pada gambar 2.1 berikut:





Gambar 2.1
Kerangka Berpikir

2.4 Rumusan Hipotesis

Menurut Sugiyono **“Hipotesis merupakan jawaban yang sifatnya sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.”**¹⁷Berdasarkan definisi ini dapat diambil kesimpulan dimana jawaban tersebut akan diterima apabila mengandung kebenaran dan akan ditolak apabila mengandung kesalahan.

Hipotesis yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Kualitas pelayanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan.

BAB III **METODE PENELITIAN**

3.1 Desain Penelitian

¹⁷Sugiyono, **Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D**, Bandung, penerbit: Alfabeta, 2016. Hal.64

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan desain penelitian kuantitatif. Dimana desain yang digunakan adalah: Statistik deskriptif digunakan pada penelitian *kuantitatif deskriptif*, yaitu statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya yang bertujuan hanya menggambarkan keadaan gejala sosial tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

Statistik inferensial/induktif adalah teknik statistika yang digunakan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi. Pada statistik inferensial terdapat statistik parametrik yang digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik, atau menguji ukuran populasi melalui data sampel. Kedua metode tersebut digunakan untuk mengolah data dan menganalisis data sampel.

3.2 Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Sugiyono menyatakan bahwa **“Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”¹⁸**. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh nasabah di BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan yaitu sebanyak 12.590 nasabah, berdasarkan populasi tersebut maka peneliti mengambil sampel sebanyak 85 nasabah yang sesuai dengan kriteria pengambilan sampel yang telah ditetapkan oleh peneliti.

2. Sampel

Sugiyono mengatakan bahwa **“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin**

¹⁸Sugiyono, *Ibid*, hal. 80

mempelajari semua yang ada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.”¹⁹. Untuk memperoleh sampel yang dapat mewakili karakteristik populasi, diperlukan metode pemilihan sampel yang tepat. Informasi dari sampel yang baik akan dapat mencerminkan informasi dari populasi secara keseluruhan. Sampel dalam penelitian ini adalah melalui penarikan sampel *non probability* karena jumlah populasi yang banyak, sehingga peneliti mengambil sampel untuk mewakili populasi. Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono “**Purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.**”²⁰

Sampel pada penelitian ini dipilih melalui penarikan sampel *non probability* berdasarkan pertimbangan yang didasarkan pada kriteria-kriteria tertentu karena tidak semua nasabah BPJS Ketenagakerjaan digunakan dalam penelitian ini. Kriteria pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah :

1. Nasabah BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan yang terdaftar minimal 6 bulan dan sudah pernah merasakan pelayanan paling tidak tiga kali
2. Nasabah BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan yang berusia dari 35 tahun sampai dengan 45 tahun
3. Nasabah BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan yang masih aktif dan yang rutin membayar kewajiban selama tahun 2016

Berdasarkan alur penentuan sampel diatas dan setelah meninjau kriteria-kriteria yang ditetapkan, maka dari 12.590 nasabah yang terdaftar pada BPJS Ketenagakerjaan Cabang Medan Belawan diperoleh data yang akan dijadikan sampel sebanyak 85 nasabah.

¹⁹Sugiyono **Ibid** hal 81

²⁰Sugiyono, **Ibid** Hal. 85

3.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

a. Studi dokumentasi

Penulis mengambil bahan-bahan pustaka yang diambil dari beberapa buku untuk menunjang teori yang digunakan.

b. Kuesioner

Yaitu dengan memberikan angket yang berisi daftar pertanyaan/ Pernyataan kepada beberapa responden untuk dijawab, sehingga dalam hasil pengumpulan tanggapan dan pendapat mereka, dapat ditarik suatu kesimpulan tentang permasalahan yang dihadapi.

c. Observasi

Yaitu pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian.

d. Wawancara

Yaitu mengadakan tanya jawab kepada konsumen/responden yang dianggap dapat memberikan jawaban/penjelasan tentang hal-hal/data yang diperlukan.

3.4 Instrumen Penelitian

Dalam hal ini, yang menjadi instrument penelitian dapat kita lihat dalam Tabel 3.1:

Tabel 3.1
Variabel Dan Indikator

Variable	Definisi Operasional	Indikator	Skala Likert
Kualitas Pelayanan (X)	<i>Service quality</i> didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima/peroleh.	1. Keandalan (reliability) 2. Daya tanggap (responsiveness) 3. Empati (emphaty) 4. Jaminan (assurance) 5. Berwujud	Likert

		(tangible)	
Kepuasan Pelanggan(Y)	Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan dan harapan dapat terpenuhi melalui jasa yang digunakan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. penggunaan atau pembelian ulang 2. kebiasaan menggunakan jasa/merek tersebut 3. selalu menyukai merek/jasa tersebut. 4. tetap memilih jasa/merek tersebut. 5. yakin bahwa merek/jasa tersebut yang terbaik. 6. merekomendasikan merek/jasa tersebut kepada orang lain. 	Likert

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2017)

3.5 Skala Pengukuran

Skala yang digunakan dalam pengukuran ini adalah skala *Likert*. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrument tertentu dapat dilakukan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien dan komunikatif.

Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Jawaban dari item instrument yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi dan sangat positif, sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata. Penulis memperoleh langsung data-data yang dibutuhkan berdasarkan dari keterangan dan informasi yang diberikan responden melalui angket (kuisioner) yang telah disebarkan dengan metode skor, pemberian skor ini digunakan sistem skala lima yaitu: Berikut disajikan Tabel 3.2 untuk melihat pilihan dalam pernyataan dan skor dari setiap pilihan.

Tabel 3.2
Pilihan jawaban dan skor

Pilihan jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

3.6 Metode Analisis Data

1. Metode Deskriptif

Metode deskriptif merupakan metode yang dilakukan dengan cara menyusun data, mengelompokkannya untuk dianalisis sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai fakta-fakta dari sifat serta hubungan fenomena yang sedang diteliti.

2. Metode Analisis Regresi linear Sederhana

Metode Analisis linear sederhana dilakukan untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Nasabah(Y).Di dalam menganalisis data ini, penulis menggunakan bantuan aplikasi *Software SPSS 20.0 for Windows*.Adapun persamaan regresinya adalah :

$$Y_i = a + bx_i + e_i \dots n$$

Dimana : Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

X = Kualitas Pelayanan

e = galat

n = sampel

3. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji apakah pertanyaan pada suatu kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Validitas merupakan ukuran yang benar-benar mengukur apa yang akan diukur. Hal ini memusatkan perhatian pada suatu karakteristik ukuran yang sangat penting disebut validitas pengukuran. Agar sebuah penelitian lebih teliti sebaiknya memiliki korelasi (r) dengan skor masing-masing variabel $> 0,25$. Item yang punya $r_{hitung} < 0,25$ akan disingkirkan akibat tidak melakukan pengukuran secara sama dengan yang dimaksud skor total.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Koefisien *Cronbach Alpha* yang $0,60$ menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrument. Jika koefisien *Cronbach Alpha* yang $0,60$ menunjukkan kurang handalnya instrument. Selain itu, *Cronbach Alpha* yang semakin mendekati 1 menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya.

4. Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, terlebih dahulu diadakan pengujian-pengujian terhadap gejala penyimpangan asumsi klasik. Dalam asumsi klasik terdapat pengujian yang harus dilakukan, uji normalitas, uji heteroskedastisitas. Cara yang digunakan untuk menguji gejala penyimpangan asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Caranya adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data adalah normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya. Pengujian normalitas dilakukan dengan cara :

Kriteria uji normalitas :

Apabila *p-value* (P_v) $(0,05)$ artinya data tidak berdistribusi normal.

Apabila *p-value* (P_v) $(0,05)$ artinya data berdistribusi normal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas, antara lain dengan cara melihat grafik *scatterplot* dan prediksi variabel dependen dengan residualnya.

5. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (uji-t)

Uji-t menentukan seberapa besar pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, maka digunakan *probability* sebesar 5% ($= 0,05$).

Pengujian bertujuan untuk membuktikan apakah variabel-variabel independen (X) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Y). Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu:

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

b. Uji kebaikan suai (R^2)

Uji ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar keberagaman variabel tidak terikat menjelaskan keberagaman variabel terikat (Kualitas Pelayanan terikat Kepuasan Nasabah). Jika R^2 semakin mendekati satu maka variabel tidak terikat terhadap variabel terikat mempunyai pengaruh besar. Sebaliknya, jika R^2 mendekati nol maka variabel tidak terikat terhadap variabel terikat mempunyai pengaruh yang kecil. Determinasi dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *software SPSS 20.0 for windows*