

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pada era globalisasi ini, lembaga keuangan seperti perbankan merupakan lembaga yang memberikan kontribusi dalam memperlancar pembangunan suatu bangsa. Dunia perbankan telah berhasil merubah cara pandang masyarakat yang semua hanya menyimpan uangnya di rumah menjadi masyarakat pemilik rekening bank pribadi. Perkembangan bank di Indonesia mengalami persaingan yang ketat, baik dalam bidang produk maupun jasa memperhatikan keinginan dan kebutuhan setiap nasabah serta berusaha memenuhi harapan nasabah dengan cara memberikan pelayanan yang memuaskan berkaitan dengan produk-produk jasanya.

Dalam persaingan perbankan, bank-bank membutuhkan usaha untuk menarik minat masyarakat agar bisa tertarik dalam melakukan transaksi di dunia perbankan. Kualitas pelayanan terlihat dari kepuasan nasabah untuk melakukan pengguna ulang jasa perbankan. Kepuasan nasabah dalam menggunakan jasa atau produk yang ditawarkan dapat dijadikan masukan bagi pihak manajemen untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk itu, karyawan bagian pelayanan sebaiknya selalu memperhatikan kepuasan yang dirasakan oleh nasabah perbankan untuk mencapai loyalitas dari para nasabah.

Perusahaan yang gagal memberikan kepuasan kepada nasabah melalui pelayanannya akan menghadapi masalah yang buruk, karena jika salah satu nasabah mendapatkan pelayanan yang tidak memuaskan maka nasabah tersebut

akan menyampaikan pengalaman buruk yang dihadapi kepada orang lain. Sehingga orang lain juga ikut terpengaruh untuk tidak tertarik lagi dalam menggunakan ulang jasa perbankan. Terdapat lima dimensi dalam kualitas jasa yang dirumuskan Parasuraman dkk, dalam Widyarini dan Fitriana (2014:136). Yaitu: *reliability* (Reliabilitas), *responsiveness* (Daya tanggap), *assurance* (Jaminan), *empathy* (Empati), *tangibles* (Bukti fisik)".

Bank Sumut memiliki kualitas pelayanan, baik berupa daya tanggap maupun jaminan jasa perbankan dalam menangani permasalahan yang dihadapi nasabah pada saat pemakaian jasa serta memberikan kemudahan pada nasabah untuk berkomunikasi pada karyawan melalui komunikasi secara langsung. Daya tanggap (*responsiveness*) adalah sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Kecepatan pelayanan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan. Sedangkan Jaminan (*assurance*) adalah jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan, komunikasi yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan. Daya tanggap dan jaminan karyawan merupakan salah satu faktor penting dalam suatu perusahaan untuk mendukung penerapan pelayanan yang baik dan berkualitas. Upaya peningkatan daya tanggap dan jaminan oleh Bank Sumut selalu berusaha untuk menemukan cara-cara yang berorientasi kepada nasabah.

Namun, Bank Sumut pernah mengalami masalah yang cukup rumit karena mendapat banyak keluhan dari para nasabah yang tidak mendapatkan

pelayanan yang baik dari pihak perusahaan perbankan. Keluhan para nasabah tidak lain dari informasi yang tidak pasti, masalah tidak terpecahkan, tidak merasakan kenyamanan dari pelayanan pegawai atau karyawan. Sehingga banyak nasabah yang tidak mengguna ulangkan jasa Bank Sumut. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk meneliti kepuasan nasabah terhadap pelayanan jasa perbankan, dengan obyek penelitian nasabah PT. Bank Sumut KCP Krakatau.

Dengan demikian, berkembangnya Bank Sumut mendorong penulis untuk meneliti apakah sistem pelayanan Bank Sumut sudah memberikan kepuasan bagi nasabah, sehingga nasabah menggunakan serta memanfaatkan kembali. Jika nasabah puas maka yang diharapkan oleh Bank Sumut adalah perekomendasi ke rekannya yang lain untuk menggunakan jasa Bank Sumut. Berdasarkan pada uraian latar belakang diatas maka peneliti tertarik mengadakan penelitian judul **“Pengaruh Daya Tanggap (*Responsiveness*) dan Jaminan (*Assurance*) Jasa Perbankan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Sumut KCP Krakatau”**.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan dari atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah ada pengaruh Daya Tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut KCP Krakatau?
2. Apakah ada pengaruh Jaminan (*assurance*) Jasa Perbankan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut KCP Krakatau?

3. Apakah ada pengaruh Daya Tanggap (*responsiveness*) dan Jaminan (*assurance*) Jasa Perbankan secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut KCP Krakatau?

1.3 TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan penelitian tentang pentingnya Standar Pelayanan dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Krakatau, adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Daya Tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut KCP Krakatau.
2. Untuk mengetahui pengaruh Jaminan (*assurance*) Jasa Perbankan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut KCP Krakatau.
3. Untuk mengetahui pengaruh Daya Tanggap (*responsiveness*) dan Jaminan (*assurance*) Jasa Perbankan secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Sumut KCP Krakatau.

1.4 MANFAAT PENELITIAN

Berdasarkan tujuan di atas maka manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Peneliti, penelitian ini diharapkan akan memperluas wawasan dan pengetahuan untuk penerapan teori-teori yang telah didapatkan di bangku kuliah.
- b. Bagi perusahaan, dapat dijadikan sebagai masukan dalam pengembangan perusahaan, terutama dalam meningkatkan Daya Tanggap dan Jaminan Jasa Perbankan pada PT. Bank Sumut KCP Krakatau.

- c. Bagi Nasabah/Masyarakat, Menambah pengetahuan dan dapat menjadi bahan masukan yang bermanfaat bagi masyarakat luas.
- d. Bagi Akademi
 - 1. Aplikasi teori yang telah diperoleh dapat menambahkan referensi dan sebagai bahan pembandingan bagi peneliti lain yang juga mengadakan penelitian terhadap masalah yang sama.
 - 2. Memperluas wawasan tentang bagaimana membuat nasabah merasa puas seperti yang telah dipelajari dalam perkuliahan untuk kemudian diterapkan dalam praktek.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 LANDASAN TEORI

2.1.1 Konsep dan Teori Daya (*Responsiveness*)

2.1.1.1 Konsep Daya Tanggap

Daya tanggap adalah respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk di dalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera.

Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

2.1.1.2 Teori Daya Tanggap

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.

Menurut Margaretha dalam Ratnah dan Muljadi (2018:39-40) kualitas layanan daya tanggap adalah suatu bentuk pelayanan dalam memberikan penjelasan, agar orang yang diberi pelayanan tanggap dan menanggapi pelayanan yang diterima, sehingga diperlukan adanya unsur kualitas layanan daya tanggap sebagai berikut:

1. Memberikan penjelasan secara bijaksana sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang dihadapinya. Penjelasan bijaksana tersebut mengantar individu yang mendapat pelayanan mampu mengerti dan menyetujui segala bentuk pelayanan yang diterima.
2. Memberikan penjelasan yang mendetail yaitu bentuk penjelasan yang substantif dengan persoalan pelayanan yang dihadapi, yang bersifat jelas, transparan, singkat dan dapat dipertanggungjawabkan.
3. Memberikan pembinaan atas bentuk-bentuk pelayanan yang dianggap masih kurang atau belum sesuai dengan syarat-syarat atau prosedur pelayanan yang ditunjukkan.
4. Mengarahkan setiap bentuk pelayanan dari individu yang dilayani untuk menyiapkan, melaksanakan dan mengikuti berbagai ketentuan pelayanan yang harus dipenuhi.
5. Membujuk orang yang dilayani apabila menghadapi suatu permasalahan yang dianggap bertentangan, berlawanan atau tidak sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku.

2.1.1.3 Indikator Daya Tanggap

Menurut Tjiptono dan Chandra (dalam Tandhia 2016:3) menjelaskan bahwa dimensi-dimensi kualitas layanan memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

Daya tanggap (*responsiveness*), indikatornya adalah:

1. Menginformasikan kepada konsumen tentang kepastian waktu penyampaian layanan.
2. Memberikan layanan yang cepat bagi konsumen.
3. Bersedia membantu konsumen.
4. Kesiapan untuk merespon permintaan konsumen.

2.1.2 Konsep Dan Teori Jaminan (*assurance*) Jasa Perbankan

2.1.2.1 Konsep Jaminan Jasa Perbankan

Jaminan yaitu kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah tamahan perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu layanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan semakin puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang berikan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.

2.1.2.2 Teori Jaminan

Jaminan (*assurance*) merupakan jaminan dan kepastian yang diperoleh dari sikap sopan santun karyawan yang baik, dan pengetahuan yang dimiliki, sehingga mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan atau nasabah. Jaminan berkaitan dengan kepastian, tepatnya kepastian yang didapatkan pelanggan dari perilaku pelaku usaha. Jaminan (*assurance*) ini bisa didapatkan, misalnya dari komunikasi yang baik, pengetahuan yang luas, hingga sikap sopan santun kepada pelanggan atau nasabah. Jaminan juga dapat diartikan sebagai pengetahuan dan keramah-tamahan karyawan serta kemampuan mereka dalam membantu

kepercayaan (*trust and confidence*). Menurut Akbar, *et al.* (2016:4) dimensi *assurance* ini merupakan penggabungan dari dimensi:

1. Kompetensi (*Competence*), artinya ketrampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan pelayanan.
2. Kesopanan (*Courtesy*), meliputi keramahan, perhatian, dan sikap para karyawan.
3. Kredibilitas atau kepercayaan (*Credibility*), meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan perusahaan, seperti : reputasi, prestasi dan sebagainya.
4. Keamanan (*Security*), artinya tidak ada bahaya, resiko atau keraguan dalam memanfaatkan pelayanan yang ditawarkan.

2.1.2.3 Perbankan

Peranan perbankan sangat memengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara (Kasmir, 2014:2). Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank.

Bank adalah salah satu lembaga keuangan yang beroperasi tidak ubahnya sama seperti perusahaan lainnya, yaitu tujuannya mencari keuntungan (Supriyono, 2011: 1). Seluruh pelaku usaha maupun bukan, tidak lepas dari kebutuhan jasa bank, karena apapun yang berhubungan dengan uang baik uang fisik maupun non fisik tidak terlepas dari kebutuhan jasa bank.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.10 tahun 1998 tentang perbankan yaitu “Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Dapat juga disimpulkan, bank merupakan lembaga perantara keuangan antara masyarakat yang berkelebihan dana dengan masyarakat yang kekurangan dana (Kasmir, 2014: 5).

Menurut Kasmir (dalam Dasar-dasar Perbankan 2014: 4-5), bank memiliki fungsi utama yaitu:

1. Menghimpun dana (uang) dari masyarakat dalam bentuk simpanan, maksudnya dalam hal ini bank sebagai tempat menyimpan uang atau berinvestasi bagi masyarakat.
2. Menyalurkan dana ke masyarakat, maksudnya adalah bank memberikan pinjaman (kredit) kepada masyarakat yang mengajukan permohonan.
3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya, seperti pengiriman uang (*transfer*), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari dalam kota (*clearing*), penagihan surat-surat berharga yang berasal dari luar kota dan luar negeri (*inkaso*), *letter of credit* (L/C), *safe deposit box*, bank garansi, bank notes, *travellers cheque*, dan jasa lainnya.

2.1.2.4 Indikator Jaminan Jasa Perbankan

Menurut Tjiptono dan Chandra (dalam Tandhia 2016:3) menjelaskan bahwa dimensi-dimensi kualitas layanan memiliki indikator-indikator sebagai berikut:

Jaminan jasa perbankan, indikatornya adalah sebagai berikut:

1. Karyawan mampu menumbuhkan rasa percaya para konsumen.
2. Membuat konsumen merasa aman sewaktu melakukan transaksi.
3. Karyawan secara konsisten bersikap sopan.
4. Karyawan mampu menjawab pertanyaan yang diajukan konsumen.

2.1.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Wibowo (2017: 14-15) “Factor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dapat diidentifikasi dalam lima aspek kunci sebagai berikut:

- a. Factor fisik (*tangibles*): fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan personil.
- b. Reliabilitas (*reliability*): kemampuan melakukan atau jasa yang diharapkan secara meyakinkan, akurat dan konsisten.

- c. Daya Tanggap (*responsibility*): kemauan memberikan layanan dan membantu pelanggan.
- d. Jaminan (*assurance*): pengetahuan sopan santun, dan kemampuan karyawan menyampaikan kepastian dan kepercayaan.
- e. Empati (*emphaty*): perhatian individual kepada pelanggan.

2.1.4 Konsep Dan Teori Kepuasan Nasabah

2.1.3.1 Konsep Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan menurut Oliver dalam Kusumaningtyas (2016:69) “menyatakan bahwa sebagai evaluasi purna beli, dimana persepsi kinerja alternative produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian”. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan maka yang terjadi adalah ketidakpuasan.

Dalam upaya mewujudkan pelayanan yang berkualitas, perusahaan perlu memperhatikan standar kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen dan standar pelayanan yang diberikan pesaing serta standar kualitas pelayanan yang dikomunikasikan kepada konsumen. Sunyoto (2014:193) mengemukakan bahwa:

Tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan dan meningkatkan reputasi bisnis.

Jadi kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan atau nasabah tidak puas, sedangkan jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat merasa puas atau senang.

2.1.3.2 Teori Kepuasan Nasabah

Menurut Sunyoto (2017:115) “kepuasan didefinisikan sebagai evaluasi pascakonsumsi bahwa suatu alternative yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan”. Menurut Maulana (2016:115) teori tentang kepuasan pelanggan terbagi menjadi dua yaitu:

1. Kepuasan fungsional, merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk. Misal: karena makan membuat perut kita menjadi kenyang.
2. Kepuasan psikologikal, merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud. Misal: perasaan bangga karena mendapatkan pelayanan yang sangat istimewa dari sebuah rumah makan yang mewah.

Menurut Philip Kotler dalam Maulana (2016:115) ada empat metode yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen yaitu:

- a. System keluhan dan saran
Untuk mengidentifikasi masalah maka perusahaan harus mengumpulkan informasi langsung dari konsumen dengan cara menyediakan kotak saran. Informasi yang terkumpul untuk memberikan masukan bagi perusahaan.
- b. Survey kepuasan konsumen
Survey kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara survey melalui pos surat, telephone, maupun wawancara pribadi. Dengan metode ini perusahaan dapat menciptakan komunikasi 2 arah dan menunjukkan perhatiannya kepada konsumen.
- c. Ghost shopping
Metode ini digunakan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan perusahaan pesaing dan membandingkannya dengan perusahaan yang bersangkutan.
- d. Analisis kehilangan konsumen
Tingkat kehilangan konsumen menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan konsumennya. Perusahaan seharusnya menganalisa dan memahami mengapa konsumen tersebut berhenti mengonsumsi produk kita.

2.1.3.3 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Factor utama yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah sumber daya manusianya. Artinya, peranan manusia (karyawan) yang melayani nasabah merupakan faktor utama karena hanya dengan manusialah nasabah dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka.

Menurut Kasmir (2017:237) “adapun factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah selain factor pelayanan” yaitu:

1. Kualitas produk
2. Harga
3. Lokasi
4. Merek
5. Pembungkus
6. Design
7. Warna
8. Dan lainnya

2.1.3.4 Indikator Kepuasan Nasabah

Indikator kepuasan pengguna yang digunakan diadaptasi dari pengertian kepuasan menurut Sitinjak (2018:57) adalah sebagai berikut:

1. Perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan atas kesesuaian keseluruhan layanan (manfaat) yang diharapkan berdasarkan janji penyedia jasa dengan kenyataan yang diterima atau dialaminya.
2. Perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan atas kesesuaian keseluruhan biaya (pengorbanan) yang diperkirakan berdasarkan ketetapan penyedia jasa dengan kenyataan yang diterima atau dialaminya.
3. Perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan pengalamannya menggunakan jasa perusahaan tersebut dengan pengalamannya menggunakan jasa perusahaan lainnya (pesaing).

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang menjadi referensi utama penelitian ini terlihat pada tabel 2.1

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

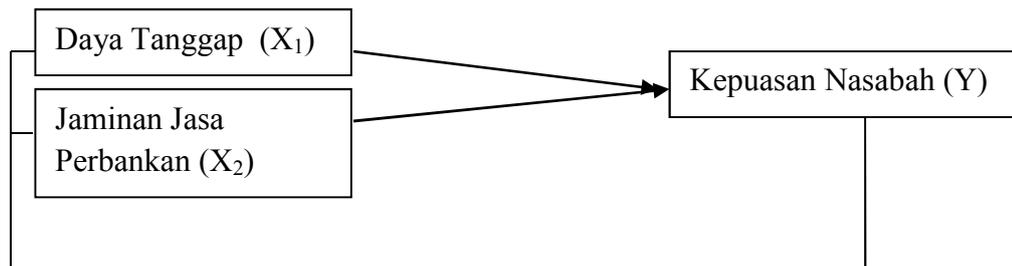
No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Anita Martalena Buulolo (2018)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Pemuda Medan)	Persamaan penelitian ini dengan Anita Martalena Buulolo yaitu terletak pada variabel Daya tanggap dan Jaminan	Tempat dan waktu penelitian serta penulis Anita Martalena Buulolo membahas tentang reliabilitas, bukti fisik, empati.
2	Sally Garar Murti, Edy Yulianto, Kadarisman Hidayat	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (Survey pada Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur Cabang Pasuruan)	Persamaannya yaitu sama-sama membahas tentang kepuasan pelanggan	Tempat dan waktu penelitian
3	Muhammad taufik (2011)	Dimensi kualitas pelayanan terhadap Tingkat kepuasan pelanggan Pada PT. Dewi Sartika Tour & Travel Di Kota Makassar	Persamaan penelitian ini dengan Muhammad Taufik adalah terletak pada kepuasan pelanggan	Tempat dan waktu penelitian

2.3 Kerangka Konseptual Penelitian

Menurut Uma Sekaran dalam bukunya Business Research (dalam Sugiyono 2011:65) “kerangka konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting”. Kerangka konseptual dari penelitian ini adalah pengaruh daya tanggap dan jaminan terhadap kepuasan nasabah. Dengan variable

yang akan diteliti yaitu pengaruh daya tanggap (X_1) dan pengaruh jaminan jasa perbankan (X_2) dan kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel terikat.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual Penelitian



2.4 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2011:70) “hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, diaman rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan”. Berdasarkan masalah yang diteliti hipotesis yang dikembangkan pada penelitian ini adalah:

- H_{01} : Tidak ada pengaruh positif Daya Tanggap terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sumut KCP Krakatau.
- H_{a1} : Ada pengaruh positif Daya Tanggap terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sumut KCP Krakatau.
- H_{02} : Tidak ada pengaruh positif Jaminan Jasa Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sumut KCP Krakatau.
- H_{a2} : Ada pengaruh positif Jaminan Jasa Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sumut KCP Krakatau.

- H_03 : Tidak ada pengaruh positif Daya Tanggap dan Jaminan Jasa perbankan secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sumut KCP Krakatau.
- H_a3 : Ada pengaruh positif Daya Tanggap dan Jaminan Jasa Perbankan secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Sumut KCP Krakatau.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah kuantitatif. Pendekatan kuantitatif memandang tingkah laku manusia dapat diramal dan direalitas social, objektif dan dapat diukur. Menurut Winarni (2018:24) “Pengertian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme* yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu”..

3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini sebagai lokasi atau tempat dilakukan di Kota Medan, Provinsi Sumatera Utara. Keputusan pemilihan lokasi ini dilakukan berdasarkan pertimbangan bahwa PT. Bank Sumut KCP Krakatau memiliki jumlah nasabah yang cukup banyak di kota Medan.

Adapun yang menjadi jadwal pelaksanaan penelitian ini yang dijabarkan dalam bentuk tabel dibawah ini :

Tabel 3.1
Jadwal kegiatan penelitian dan penulisan skripsi

NO	KEGIATAN	WAKTU KEGIATAN																											
		Feb-21				Mar-21				Apr-21				Mei-21				Jun-21				Jul-21				Agu-21			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul		■																										
2	ACC Judul			■																									
3	Persetujuan Pembimbing				■																								
4	Penyusunan Proposal					■	■																						
5	Bimbingan Proposal						■	■	■	■	■																		
6	Seminar Proposal											■	■																
7	Revisi Proposal													■	■														
8	Pengumpulan Data															■	■												
9	Pengolahan dan Analisis Data																■	■	■										
10	Bimbingan Skripsi																			■	■	■	■	■					
11	Periksa Buku																										■		

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Yusuf (2014:145) “dalam kerangka penelitian (terutama sekali penelitian kuantitatif), populasi merupakan salah satu hal yang esensial dan perlu mendapatkan perhatian dengan saksama apabila peneliti ingin menyimpulkan suatu hasil yang dapat dipercaya dan tepat guna untuk daerah (*area*) atau objek penelitiannya”.

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Sumut KCP Krakatau yang berjumlah 9.072.

3.3.2 Sampel

Menurut Yusuf (2014:150) “secara sederhana dapat dikatakan, bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut”.

Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah PT. Bank Sumut KCP Krakatau. Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dapat menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

n = Sampel

N = Populasi

e = Derajat ketelitian atau nilai kritis yang diinginkan

Dengan rumus slovin tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$S = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$S = \frac{9.072}{1+9.072(0,1)^2}$$

$$S = \frac{9.072}{91,72}$$

$$S = 98,9 \rightarrow 99 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka nasabah yang dipilih 99 nasabah (pembulatan). Untuk memperoleh sampel diatas, maka saya menggunakan tipe *nonprobability sampling* dengan jenis *snowball sampling*. *Snowball sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan dengan sistem jaringan responden. Mulai dari mewawancarai responden/ melakukan pembagian angket

kemudian, responden tersebut akan menunjukkan responden lain dan responden lain tersebut akan menunjukkan responden berikutnya. Hal ini dilakukan secara terus menerus sampai dengan terpenuhinya jumlah anggota sampel yang diinginkan oleh peneliti. Artinya, ketika penelitian memperoleh satu orang responden yang dianggap layak sebagai sumber data, maka selanjutnya akan menggali informasi kepada responden tersebut untuk memperoleh responden yang lain sebagai sumber data selanjutnya.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder. Dalam setiap penelitian pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting, karena data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner (angket)

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi yang bisa terpengaruh oleh sistem yang sudah ada.

3.5 Defenisi Operasional

Defenisi operasional adalah defenisi yang dibuat spesifik sesuai dengan criteria pengujian atau pengukuran. Tujuan dari defenisi operasional adalah tidak lain agar pembaca lain juga memiliki pengertian yang sama.

Metode pemecahan masalah terhadap objek pembahasan ditentukan dengan menetapkan variabel penelitian yang dijabarkan ke dalam subvariabel. Selanjutnya dijabarkan kedalam indikator, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument (alat ukur) yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Variabel independen (X) adalah Daya Tanggap (X1) dan Jaminan Jasa Perbankan (X2). Variabel dependen (Y) atau variable terikat yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel variabel dependen adalah Kepuasan Nasabah (Y).

Tabel 3.2
Defenisi Operasional

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala ukur
Daya Tanggap (<i>responsiveness</i>) (X1)	Daya tanggap adalah respon atau kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi defkesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan.	<ul style="list-style-type: none"> • Menginformasikan kepada konsumen tentang kepastian waktu penyampaian layanan. • Memberikan layanan yang cepat bagi konsumen • Bersedia membantu • Kesiapan untuk merespon permintaan 	Likert
Jaminan (<i>assurance</i>) Jasa Perbankan (X2)	Jaminan yaitu kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramah tamahan perhatian dan kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.	<ul style="list-style-type: none"> • Karyawan mampu menumbuhkan rasa percaya para konsumen • Membuat konsumen merasa aman sewaktu melakukan transaksi • Karyawan secara konsisten bersikap sopan • Karyawan mampu menjawab pertanyaan yang diajukan konsumen 	Likert

Kepuasan nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan	<ul style="list-style-type: none"> • Perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan atas kesesuaian keseluruhan layanan (manfaat) yang diharapkan berdasarkan janji penyedia jasa dengan kenyataan yang diterima atau dialaminya. • Perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan atas kesesuaian keseluruhan biaya (pengorbanan) yang diperkirakan berdasarkan ketetapan penyedia jasa kenyataan yang diterima atau dialaminya. • Perasaan senang atau kecewa yang dirasakan pelanggan setelah membandingkan pengalamannya menggunakan jasa perusahaan tersebut dengan pengalamannya menggunakan jasa perusahaan lainnya (pesaing). 	Likert
----------------------	---	--	--------

3.6 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat-alat yang diperlukan atau dipergunakan untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan sebagai alat dalam mengumpulkan data dari subjek penelitian yaitu angket. Dalam penelitian ini, angket akan digunakan menggunakan skala likert. Berikut merupakan tabel pengukuran angket dengan menggunakan skala likert:

Tabel 3.3
Skala Likert

NO	JAWABAN	SKOR
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

3.7 Uji Validitas Dan Reliabilitas

3.7.1 Uji Validitas

Menurut Noor (2012:132) “Uji validitas/kesahihan adalah suatu indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur”. Validitas ini menyangkut akurasi instrument. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid/sahih, maka perlu diuji dengan uji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total kuesioner tersebut. Jika nilai signifikan α 0.05, maka suatu item instrument yang diuji korelasinya valid. Sebaliknya jika diperoleh data yang tidak valid, maka data tersebut akan dikeluarkan atau dibuang dari instrument. Kriteria dalam menentukan validitas suatu kuesioner adalah sebagai berikut:

- a) Jika r hitung $\geq r$ tabel maka pertanyaan tersebut valid.
- b) Jika r hitung $< r$ tabel maka pertanyaan tersebut tidak valid.

3.7.2 Uji Reliabilitas

Menurut Noor (2012:130) “Reliabilitas/keterandalan adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan”. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat pengukuran dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama.

Tujuan pengujian reliabilitas adalah untuk melihat apakah instrument yang handal dan dapat dipercaya. Adapun criteria dari pengujian reliabilitas adalah:

- a) Jika koefisien reliabilitas ≥ 0.6 , maka instrument yang di uji tersebut Reliabel.

b) Jika koefisien reliabilitas < 0.6 , maka instrument yang di uji tersebut tidak Reliabel.

3.8 Analisis Data

Analisis data adalah pengelompokkan data berdasarkan variabel, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan pertimbangan untuk menjawab perumusan masalah, melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Analisis data digunakan untuk menyederhanakan data agar lebih mudah diinterpretasikan.

3.8.1 Uji Asumsi Klasik

3.8.1.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang digunakan, variabel terikat, variabel bebas atau keduanya memiliki distribusi normal atau tidak. Kriteria untuk menentukan normal atau tidaknya data, maka dapat dilihat dari probabilitasnya. Dengan asumsi jika signifikan $>$ dari 0.05 disimpulkan bahwa data yang di uji berdistribusi normal.

Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot. Pada grafik normal plot, dengan asumsi

- 1) Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2) Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas.

3.8.1.2 Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk melihat apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka tersebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas. Adapun dasar untuk menganalisisnya yaitu:

1. Jika titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebur, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.8.1.3 Uji Multikolonieritas

Uji Multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel bebas. Multikolonieritas dapat diukur dari nilai tolerance dan varian inflation (VIF). Jika nilai tolerance $> 0,1$ dan $VIF < 10$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi. Namun jika nilai tolerance $< 0,1$ dan $VIF > 10$, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat multikolonieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

3.8.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh daya tanggap dan jaminan jasa perbankan terhadap kepuasan pelanggan adalah metode regresi linier berganda. Menurut Siregar (2013:301) rumus yang digunakan adalah

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 \dots + b_n X_n$$

Dimana:

Y	= Variabel terikat
a	= Konstanta
X ₁	= Variabel bebas pertama
X ₂	= Variabel bebas kedua
X ₃	= Variabel bebas ketiga
b ₁	= Konstanta
b ₂	= Konstanta

3.8.3 Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis yang telah dibuat berdasarkan data penelitian. Suatu perhitungan variabel disebut signifikan secara statistic apabila nilai uji statistiknya berada dalam daerah kritis (daerah dimana H_0 ditolak). Namun sebaliknya, disebut tidak signifikan apabila nilai uji statistiknya berada dalam (daerah dimana H_0 diterima). Uji hipotesis yang dilakukan adalah sebagai berikut:

3.8.3.1 Uji Parsial (Uji-t)

Uji-t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Apakah Daya tanggap (X1) dan Jaminan Jasa Perbankan (X2) mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap variabel terikat atau dependen variabel (Y) yaitu terhadap

Kepuasan Nasabah. Uji ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_a diterima, variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

3.8.3.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F (Uji Simultan) merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Apabila $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ maka H_a diterima atau secara bersama-sama variabel bebas (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y), sebaliknya $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima atau secara bersama-sama variabel bebas tidak memiliki pengaruh terhadap variabel terikat. Untuk mengetahui signifikan atau tidak berpengaruh secara bersama-sama variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan probabilitas sebesar 0,5% ($\alpha = 0,5$). Dimana criteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

1. H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ pada $\alpha = 0,5\%$, pada signifikansi = 0,025%
2. H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ pada $\alpha = 0,5\%$, pada signifikansi = 0,025%

3.8.3.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 pada intinya mengukur kadar pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Nilai koefisien berkisar antara 0 dan 1 ($0 < R^2 < 1$). Jika R^2 mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) adalah besar terhadap variabel terikat (Y). sebaliknya jika R^2

semakin mendekati nol, maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) adalah kecil. Hal ini berarti model yang digunakan tidak kuat untuk menerangkan pengaruh variabel bebas yang diteliti terhadap variabel terikat.

