

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Tingkat penduduk Indonesia dari tahun ketahun semakin bertambah, hal tersebut dapat dilihat dari tingginya angka kelahiran penduduk Indonesia, dari adanya hal tersebut dapat mengakibatkan tingginya kebutuhan yang harus dipenuhi, baik dari segi pangan, ekonomi, maupun sandang. Mereka harus mampu memenuhi kebutuhan hidupnya untuk dapat bertahan hidup. Berbagai macam cara yang dapat dilakukan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan mereka, salah satunya adalah dengan cara mencari nafkah. Namun, yang terjadi adalah pendapatan yang didapat tidak sepenuhnya dapat memenuhi kebutuhan mereka , sehingga masyarakat harus lebih pandai dalam menemukan cara untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Jika mereka tidak dapat memenuhi kebutuhan mereka, maka yang terjadi kehidupan dalam masyarakat tidak dapat berjalan dengan baik, dan terjadi kesenjangan dalam kehidupan bermasyarakat.

Pemerintah memberikan macam cara untuk dapat memenuhi kebutuhan warganya, baik secara finansial maupun non finansial. Penawaran yang diberikan oleh pemerintah bertujuan untuk memudahkan masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya. Selain itu, adanya lembaga keuangan perbankan dan lembaga keuangan bukan bank banyak menawarkan berbagai penawaran untuk masyarakat, hal ini merupakan kebijakan yang diberikan pemerintah kepada masyarakat untuk dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari. Salah satu lembaga keuangan bukan bank yang digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan mereka adalah pegadaian . Outlet pegadaian sudah tersedia diseluruh Indonesia, dari sabang

sampai marauke sudah terlibat pegadaian baik di daerah perkotaan maupun di daerah desa. PT Pegadaian (Persero) memiliki tujuan untuk memberikan pembiayaan tercepat, termudah, aman, dan selalu memberikan pembinaan terhadap usaha golongan kebawah untuk mendorong pertumbuhan ekonomi negara. Suatu perusahaan yang baik adalah perusahaan mampu memberikan kualitas pelayanan kepada konsumennya, bukan perusahaan dengan tujuan untuk mendapatkan profit yang tinggi. Kepuasan konsumen adalah nomor satu yang harus diperhatikan oleh perusahaan, sehingga kelima unsur dalam kualitas pelayanan tersebut harus dipenuhi oleh perusahaan agar kepuasan konsumen dapat diterima oleh perusahaan. Salah satu PT Pegadaian (Persero) yang memberikan kualitas pelayanan kepada nasabahnya adalah PT Pegadaian (Persero) Cabang Binjai selalu mengutamakan kepentingan dan keperluan nasabah dalam melakukan transaksi maupun dalam mendapatkan informasi. Tidak hanya dalam memberikan pelayanan saja, tersedianya fasilitas yang memadai serta penggunaan peralatan yang canggih dan modern dalam menunjang pelayanan yang telah dilakukan oleh PT Pegadaian (Persero) Cabang Binjai, hal itu dilakukan demi meningkatkan pada nasabah.

Berdasarkan uraian yang terjadi pada latar belakang masalah yang terjadi di atas maka peneliti ingin mengetahui adakah pengaruh keandalan dan daya tanggap terhadap kepuasan nasabah dapat diajukan sebagai sebuah penelitian dengan judul **“Pengaruh Keandalan Dan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.Pegadaian Cabang Binjai”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian ini, maka permasalahan yang ingin dibahas dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apakah Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Cabang Binjai?
2. Apakah Daya Tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Cabang Binjai?
3. Apakah Keandalan dan Daya Tanggap secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Cabang Binjai?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan memperoleh data yang terkumpul untuk di analisis dan diinterpretasikan sehingga dapat memperoleh gambaran mengenai pengaruh keandalan dan daya tanggap terhadap kepuasan nasabah di PT Pegadaian Cabang Binjai. Adapun tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Untuk mengetahui apakah pengaruh keandalan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian Cabang Binjai
2. Untuk mengetahui apakah pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian Cabang Binjai
3. Untuk mengetahui apakah pengaruh keandalan dan daya tanggap secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT Pegadaian Cabang Binjai

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Merupakan kesempatan bagi peneliti agar dapat menerapkan ilmu yang telah didapatkan selama menjalani perkuliahan, serta menambah pengetahuan dan wawasan melalui hasil penelitian mengenai kepuasan nasabah.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai sumber informasi untuk pengambilan keputusan dalam usaha meningkatkan keandalan dan daya tanggap melalui peningkatan tersebut diharapkan mampu memuaskan nasabah dan menjadi pertimbangan dalam pengembangan strategi dimasa yang akan datang.

3. Bagi Akademi

Sebagai tambahan kepustakaan mengenai keandalan dan daya tanggap terhadap kepuasan nasabah serta sebagai bahan masukan atau tambahan pengetahuan bagi rekan-rekan mahasiswa serta masyarakat umum mengenai kepuasan nasabah.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Teori Keandalan

2.1.1 Pengertian Keandalan

Menurut Parasuraman dalam Wahyuni, dkk (2015:15) bahwa “Keandalan (*Reliability*) berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati”.

Ariani dalam jurnal Najmi (2017:253) menyatakan bahwa “*realibility* adalah konsistensi kerja pemberi jasa dan kemampuan pemberi jasa dalam memenuhi janji para penerima jasa”.

Menurut Algifari (2019:5) “Keandalan adalah kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan jasa atau pelayanan secara tepat dan akurat sehingga konsumen dapat mempercayai dan mengandalkannya”.

Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Kriteria mutu layanan yang paling diprioritaskan oleh anggota pelanggan, yaitu sikap empati petugas layanan yang senantiasa memiliki tingkat kehadiran pada waktu layanan yang tinggi. Pelanggan membutuhkan petugas layanan yang memiliki komitmen terhadap waktu layanan. Dengan terbuktinya kinerja *front line staf* berpengaruh terhadap pembentukan mutu layanan, maka upaya-upaya yang mengarah pada modifikasi kinerja perlu menjadi perhatian selanjutnya (Nina Rahmayanty 2010 : 173).

Parasuraman dalam Sangadji, dkk (2013 : 100) menyatakan Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan, dan tanpa melakukan kesalahan.

2.1.2 Faktor-Faktor yang mempengaruhi keandalan

Menurut Supranto (2018:66) berbagai factor dapat mempengaruhi keandalan skala. Dua diantaranya yaitu:

1. Banyaknya butir dalam skala
2. Sampel pelanggan yang dipergunakan untuk menghitung perkiraan keandalan.

2.1.3 Indikator Keandalan

Menurut Tjiptono dan Chandra dalam jurnal Tandhia (2016:3-2) menyatakan indikator sebagai berikut :

1. Menyediakan layanan sesuai yang dijanjikan
2. Menyampaikan layanan secara benar sejak awal
3. Menyelesaikan layanan secara benar sejak awal
4. Menyimpan catatan atau dokumen tanpa kesalahan

2.2 Teori Daya Tanggap (responsiveness)

2.2.1 Pengertian Daya Tanggap (responsiveness)

Responsiveness atau daya tanggap merupakan respon atau kesigapan karyawan dalam membantu dan memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau menimbulkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menerkan 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.

Menurut penelitian Zeithaml dalam, dkk, (2017:14) menyatakan Daya Tanggap (*Responsiveness*) berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merepon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

Menurut Fandy Tjiptono (2016 : 199) *Responsiveness* (Daya Tanggap) yaitu “kesediaan dan kesiapann para karyawan untuk membantu dan melayani para pelanggan dengan segera. Beberapa contoh diantaranya : ketepatan waktu layanan, pengiriman slip transaksi secepatnya, kecepatan menghubungi Kembali pelanggan, dan penyampaian layanan secara cepat”.

Menurut Parasuraman dalam Farida Jasfar (2005:51) *Responsiveness* (Daya Tanggap) yaitu : Kemauan atau keinginan para karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen. Membiarkan konsumen menunggu, terutama tanpa alasan yang jelas akan menimbulkan kesan negatif yang tidak seharusnya terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat, maka bisa menjadi sesuatu yang berkesan dan menjadi pengalaman yang menyenangkan. Misalnya, karena keterlambatan keberangkatan pesawat, penumpang diberikan makanan dan minuman.

2.2.2 Unsur-Unsur Daya Tanggap (*responsiveness*)

Margaretha terdapat dalam jurnal Ratnah (2018:39-40) menyatakan bahwa kualitas pelayanan daya tanggap adalah “suatu bentuk pelayanan dalam meberikan 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 secara mendetail dalam bentuk penjelasan yang substaniif dnegan persoalan pelayanan yang di hadapi 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 sesuatu permasalahan yang dianggap bertentangan, berlawanan atau tidak sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku.

2.2.3 Indikator Daya Tanggap

Menurut Tjiptono dan Chandara dalam jurnal Merry Tandhia (2016:3) menyatakan indikator daya tanggap sebagai berikut :

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.

2.3 Kepuasan Nasabah

2.3.1 Teori Kepuasan Nasabah

Hal yang harus dilakukan oleh perusahaan agar berhasil menghadapi pesaing yaitu berusaha menciptakan dan mempertahankan pelanggan sehingga dapat mencapai tujuan. Agar tujuan dapat tercapai perusahaan harus bisa menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan keinginan konsumen serta harga yang sesuai, maka setiap perusahaan seharusnya bisa memahami perilaku konsumen sarannya.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan konsumen setelah merasakan antara apa yang sudah dia terima dengan harapan yang diinginkannya. Pelanggan akan merasa puas jika nilai yang diberikan oleh produk atau jasa memuaskan dalam waktu yang lama.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane (2006) dalam Nel Arianty, dkk (2015 : 21) mengemukakan kepuasan pelanggan adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan”.

Menurut Windarti (2012) dalam jurnal Rohaeni dan Marwa (2018 : 314) menjelaskan bahwa “kepuasan pelanggan adalah “sejauh mana suatu tingkatan produk dan jasa yang dipersepsikan sesuai dengan harapan pelanggan atau pembeli”.

Menurut (Philip Kotler) dalam Danang Sunyoto (2012 : 227) menjelaskan “Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan”.

Siddiqi dalam jurnal Ria Octavia (2019:3) mengidentifikasi komponen kepuasan berikut :

1. Kepuasan pelanggan adalah salah satu jenis respon (kognitif atau emosional).
2. Respon tersebut menekankan pada focus tertentu (produk,pengalaman konsumsi,harapan).
3. Respon terjadi pada waktu tertentu (setelah pilihan, berdasarkan akumulasi pengalaman).

Menurut Kotler dalam Jurnal Apriyani, dkk (2017:3) menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”.

2.3.2 Faktor – Faktor Kepuasan Pelanggan

Adapun faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan selain faktor pelayanan yaitu :

1. Kualitas Produk
2. Harga
3. Lokasi
4. Merek
5. Pembungkus
6. Design
7. Warna
8. Dan lainnya (Kasmir 2018 : 237)

2.3.3 Indikator Kepuasan Nasabah

1. Kepuasan pelanggan keseluruhan, yaitu kepuasan pelanggan diukur berdasarkan produk dan membandingkan dengan produk pesaing.
2. Penilaian pelanggan, yaitu pelanggan memberikan penilaian terhadap produk dan produk pesaing.
3. Konfirmasi harapan, yaitu kesesuaian/ketidakesuaian pelanggan antara harapan dan kinerja actual produk.
4. Minat pembeli ulang, yaitu perilaku pelanggan dalam berbelanja dan menggunakan produk Kembali.
5. Kesiediaan untuk merokomendasi, yaitu keinginan pelanggan untuk memberikan rekomendasi produk kepada teman atau keluarga.
6. Ketidakpuasaan pelanggan, meliputi complain, retur, dan konsumen beralih kepesaing lain.

2.4 Penelitian Terdahulu

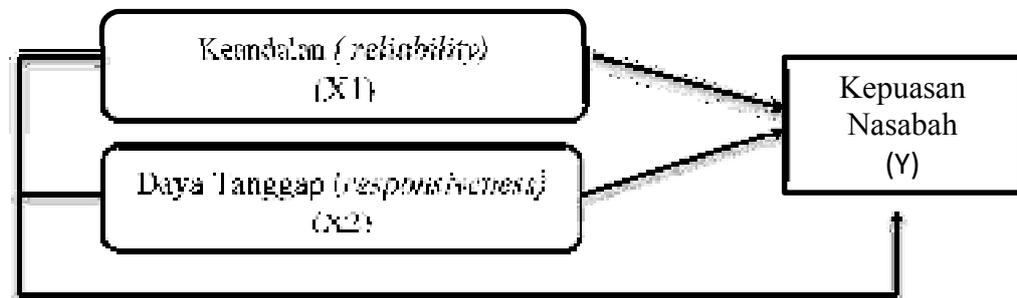
Penelitian terdahulu yang menjadi referensi utama penelitian ini terlihat pada tabel 2.1

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Metodologi Penelitian	Hasil
1	Nur Samsir (2020)	Pengaruh keandalan dan daya tanggap terhadap kepuasan pada pengguna jasa di Mahakarya Photokarya	a.jenis penelitian kuantitatif b.skala pengukuran : skala likert c. Analisis data : Regresi linear berganda	Keandalan dan Daya Tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Pengguna Jasa di Mahakarya Photography
2	Donny Syahbana (2016)	Pengaruh lima dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan Anggota Koperasi warga Mulya Prwobinangun Pakem Sleman	a.jenis penelitian kuantitatif b.skala pengukuran : skala likert c. Analisis data : Regresi linear berganda	Terdapat pengaruh positif dan signifikan dari dimensi keandalan terhadap kepuasan anggota
3	Ismail Al Hakim (2019)	Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pegadaian Syariah	a.jenis penelitian kuantitatif b.skala pengukuran : skala likert c. Analisis data : Regresi linear berganda	Variabel daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah

2.5 Kerangka Konseptual Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menentukan variabel-variabel yang akan dibahas adalah 2 variabel bebas dan 1 variabel terikat. 2 variabel bebas tersebut adalah Keandalan (*reliability*) dan Daya Tanggap (*responsiveness*) dan untuk variabel terikatnya adalah Kepuasan Nasabah. Berdasarkan hal tersebut, kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual Penelitian

2.6 Hipotesis

Berdasarkan pada landasan teori dan kerangka berpikir yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

A. Hipotesis 1

Ho : Keandalan tidak pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

H1 : Keandalan pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

B. Hipotesis 2

Ho : Daya Tanggap tidak pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

H1 : Daya Tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

C. Hipotesis 3

Ho : Daya Tanggap dan Keandalan tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

H1 : Daya Tanggap dan Keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian adalah suatu langkah prosedur yang akan dilakukan untuk menghimpun data dengan tujuan memecahkan masalah serta menjawab hipotesis sebagai jawaban sementara. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif dengan metoden asosiatif kausal atau sebab-akibat dengan tujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat dari antara dua atau lebih variabel.

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini sebagai lokasi atau tempat di PT Pegadaian (Persero) Cabang Binjai, yang beralamat di Jl.Jen Ahmad Yani no10, Binjai.

3.2.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dimulai dari penetapan judul hingga selesai, dimulai dari bulan Februari 2021 dari pengajuan judul proposal sampai dengan penyusunan laporan hasil penelitian.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2017:119) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan kemudian ditarik kesimpulannya. Selain dari pengertian diatas , pengertian populasi lainnya adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah PT Pegadaian JL. Jend. Ahmad Yani no.10, Binjai dan jumlah populasi pada penelitian ini 4.260 nasabah dengan data terakhir pada bulan April 2021.

3.3.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2017:120) Sampel adalah adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Rumus penarikan sampel yaitu : $n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e^2 = Presentasi kesalahan sampel yang diinginkan

Perhitungan :

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

$$n = \frac{4.260}{1+(4.260 \times 10\%^2)}$$

$$n = \frac{4.260}{43,6}$$

$$n = 97,7 = 98$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 97,7 responden yang dibulatkan menjadi 98. Jadi jumlah sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah berjumlah 98 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Data Primer

Data Primer adalah sumber data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapanagn oleh orang yang melakukan penelitian atau orang yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer ini dikumpulkan dengan Teknik :

Kuesioner (angket), yaitu Teknik pengumpulan data melalui pemberian daftar pertanyaan secara tertutup responden yang dilengkapi dengan beberapa alternatif jawaban.

2. Data Sekunder

Data Sekunder adalah sumber data yang diperoleh secara tidak langsung atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Biasanya data sekunder ini diperoleh dari dokumentasi,video, perusahaan dan laporan penelitian terdahulu.

3.5 Defenisi Operasional

Definisi Operasional adalah suatu definisi dan dinyatakan dalam kriteria yang dapat diuji secara khusus. Operasional variable yang dikemukakan dalam penelitian ini meliputi :

Tabel 3.2
Tabel Variabel dan Indikator

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
1	Keandalan (X1)	Keandalan adalah kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan jasa atau pelayanan secara tepat dan akurat sehingga konsumen dapat mempercayai dan mengandalkannya.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan layanan sesuai yang dijanjikan 2. Dapat diandalkan dalam menangani masalah jasa konsumen. 3. Menyelesaikan layanan secara benar sejak awal 4. Menyimpan catatan atau dokumen tanpa kesalahan 	Skala Likert
2	Daya Tanggap (X2)	<i>Responsiveness</i> yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (<i>responsive</i>) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.	<ol style="list-style-type: none"> 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. 	Skala Likert
3	Kepuasan Nasabah (Y)	Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia persepsikan dibandingkan dengan harapannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan pelanggan keseluruhan, yaitu kepuasan pelanggan diukur berdasarkan produk dan membandingkan dengan produk pesaing. 2. Konfirmasi harapan, yaitu kesesuaian/ketidaksesuaian pelanggan antara harapan dan kinerja actual produk. 3. Minat pembeli ulang, yaitu perilaku pelanggan dalam berbelanja dan menggunakan produk Kembali. 4. Kesiapan untuk merokomendasi, yaitu keinginan pelanggan untuk memberikan rekomendasi produk kepada teman atau 	Skala Likert

			keluarga.	
--	--	--	-----------	--

3.6 Analisis Data

Analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variable dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variable dari seluruh responden, menyajikan data dari tiap variable yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan

Tabel 3.3
Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

Instrument penelitian adalah suatu alat pengumpulan data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Instrument penelitian yang dipergunakan ini berupa angket atau kuesioner yang dibuat sendiri oleh peneliti sebagai skala pengukuran variabel penelitian . kriterial kuesioner yang baik salah satunya memenuhi validitas dan reliabilitas.

3.6.1.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah keabsahan atau tingkat kecocokan alat ukur pengukuran, yang benar-benar cocok mengukur sesuatu yang sedang diukur. Validitas berasal dari kata Validity yang mempunyai arti sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu instrument pengukur kedalam melakukan fungsi ukurnya. Kriteria pengujian yaitu item dikatakan valid apabila $p\text{-value} \geq 0,05$ untuk

melakukan uji validitas dilihat dari table item total Statistics. Nilai tersebut dibandingkan dengan nilai jika :

1. $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$, maka dikatakan valid
2. $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, maka dikatakan tidak valid

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah menyangkut ketetapan atau presisi suatu pengukuran atau alat pengukuran walaupun reliabilitas mempunyai berbagai nama lain seperti keandalan, konsistensi, kestabilan, dan sebagainya. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsistensi atau stabil dari waktu untuk mengukur reliabilitas dari instrument penelitian ini dilakukan dengan Cronbach's Alpha $> 0,60$. Uji reliabilitas dilakukan dengan one shot dimana pengukuran dilakukan hanya satu kali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi dengan jawaban. Dalam pengukurannya one shot akan dilakukan dengan Analisa Cronbach's Alpha.

3.6.2 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. Cara yang digunakan untuk menguji gejala penyimpangan asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.6.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apabila 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. Pengujian normalitas dilakukan dengan cara:

- a) Melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal.

Data sesungguhnya diplotkan sedangkan distribusi normal akan membentuk garis diagonal.

- b) Kriteria uji normalitas

1. Apabila $p \text{ value } (p \text{ v}) < \alpha (0,05)$ artinya data tidak berdistribusi normal.
2. Apabila $p \text{ value } (p \text{ v}) > \alpha (0,05)$ artinya data berdistribusi normal.

3.6.2.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. Untuk mendeteksinya dengan cara menganalisis nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor (VIF)*.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan yang tetap. maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, antara lain dengan cara melihat grafik *scatter plot*.

3.6.3 Regresi Linear Berganda

Pada regresi berganda digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang positif atau negative dari variabel seluruh indenpenden (X) terhadap variabel dependen (Y) dengan model regresi :

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

Keterangan :

Y = Varibel dependen (Kepuasan Nasabah)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X1 = Keandalan

X2 = Daya Tanggap

e = Error

3.6.4 Uji Hipotesis

Berkaitan dengan output regresi linear berganda yang dihasilkan melalui program SPSS, perlu dilakukan uji parsial dengan uji t, uji simultan dengan dengan uji F, dan koefisien determinasi (R^2). Penjelasan untuk masing-masing uji tersebut adalah sebagai berikut:

3.6.4.1 Uji t (Uji Parsial)

Diketahui uji t, yaitu uji untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terkait secara parsial.

Ho : $\beta = 0$, tidak ada pengaruh positif dan signifikan dari keandalan dan daya tanggap terhadap kepuasan nasabah.

H1 : $\beta \neq 0$, ada pengaruh positif dan signifikan dari keandalan dan daya tanggap terhadap kepuasan nasabah.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara lain t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan kriteria keputusan adalah :

- a) Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ maka H_0 ditolak, H_1 diterima.
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima, H_1 ditolak.

3.6.4.1 Uji F (Uji Simultan)

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat didalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel-variabel berikut. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F:

- a) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas $Sig(0,05 \leq Sig)$ maka H_0 diterima, dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi linear tidak mampu menjelaskan variabel terikat.
- b) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas $Sig(0,05 \geq Sig)$ maka H_0 ditolak, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi linear mampu menjelaskan variabel terkait.

3.6.5 Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

