

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan dan parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo, serta mengetahui diantara variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo. Data yang digunakan dalam penelitian ini berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pemilik rekening tabungan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo tahun 2017. Jumlah sampel ditentukan sebanyak 100 responden (20 observasi x 5 variabel independen = 100). Untuk analisis data, penulis menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat dinyatakan bahwa kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo. Kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo, sedangkan bukti fisik tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo. Variabel kehandalan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.

**Kata Kunci:** Kualitas Pelayanan, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati, Bukti Fisik, dan Kepuasan Nasabah

## **ABSTRACT**

*This research aim to analyze the effect of reliability, responsiveness, assurance, emphaty, and tangible simultaneously and partially to customer satisfaction on PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Situbondo Branch Office; also know the dominant variable that effect to customer satisfaction on PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Situbondo Branch Office. Data used in this research is primary data was collected by questionnaire. The population of this research is all customers that have bank account at PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Situbondo Branch Office. Ammount of samples is 100 respondent (20 observation x 5 independent variable = 100). The analyze technique used multiple linier regressions analysis. The result of hypothesis testing shown that the reliability, responsiveness, assurance, emphaty, and tangible simultaneously have significant effect to customer satisfaction on PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Situbondo Branch Office. The reliability, responsiveness, assurance, and emphaty partially have significant effect to customer satisfaction on PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Situbondo Branch Office, meanwhile the reliability partially haven't significant effect to customer satisfaction on PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Situbondo Branch Office. The reliability is the dominant variable that effect to customer satisfaction on PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Situbondo Branch Office.*

**Keywords:** *Service Quality, Reliability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible, and Customer Satisfaction*

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sektor perbankan saat ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis perbankan yang kompetitif dan ketat. Dunia perbankan sekarang memasuki era baru persaingan, bahkan kalangan analis perbankan menyebut persaingan di bisnis ini hampir tanpa batas (*boundarriess*) dan tidak mengenal tempat (*nowhere*) atau *hypercompetition*, dimana pertarungan antar perbankan sudah "saling mematikan", *market* yang ada tidak bertambah secara signifikan, sehingga ketika terjadi peningkatan *market* oleh satu perbankan pasti akan mengurangi *market* perbankan yang lain (Tjiptono, 2007: 72).

Persaingan perbankan dan situasi bisnis di pasar saat ini berubah dengan sangat cepat. Kondisi tersebut berhadapan pula dengan sistem pasar global dengan tingkat persaingan yang semakin tajam di pasar domestik maupun pasar internasional. Masing-masing bank berlomba untuk menarik nasabah yang pada akhirnya nasabah mendapatkan keuntungan dari keadaan tersebut, karena itu dunia perbankan tidak mempunyai banyak pilihan kecuali meningkatkan profesionalisme, kompetensi dan daya saing. Peranan perbankan dalam era pembangunan yang terus menerus berlangsung ternyata amatlah penting untuk terus ditingkatkan, apalagi dalam era globalisasi sekarang ini, semua pembangunan yang dijalankan tiada maksud lain selain untuk membawa perubahan dan pertumbuhan yang fundamental dimana sektor perbankan akan menjadi dominan yang ditunjang oleh dana pihak ketiga (Hasibuan, 2005: 24).

Trend perilaku konsumen saat ini menunjukkan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen yang menuntut pelayanan prima dalam waktu sependek mungkin dari pemasar di segala aspek yang berawal dari perumusan konsep sampai perwujudan bauran pemasaran. Dengan pemberian pelayanan prima tentunya akan bermuara pada kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen menurut Tjiptono (2007: 67) merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi

ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Kualitas layanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh dari perbandingan antara layanan yang diharapkan pelanggan dengan kinerja aktual yang diterima pelanggan. Berkaitan dengan perbankan, pimpinan bank harus berusaha mengetahui tingkat kepuasan pelanggan (nasabah) agar bank yang bersangkutan dapat memberikan segala sesuatu yang diharapkan pelanggan.

Bank merupakan organisasi yang bergerak di bidang jasa khususnya berkaitan dengan kegiatan menghimpun dana, memberikan kredit, dan memperlancar arus pembayaran (Kasmir, 2012: 12). Salah satu bank yang ada di Kabupaten Situbondo adalah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo. Pertumbuhan sektor jasa semakin kompetitif dan besarnya kontribusi jasa dalam perekonomian sering menjadi indikator kemajuan suatu negara. Kebutuhan masyarakat yang semakin kompleks akan jasa menyebabkan permintaan di sektor perbankan juga meningkat. Oleh karena itu suatu organisasi, termasuk PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo harus mampu memberikan dan menyediakan layanan yang memuaskan konsumen, sehingga pada akhirnya mampu membentuk *Brand Image* tersendiri di benak konsumen.

Pengertian kepuasan pelanggan berarti bahwa kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Jika kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli tidak terpuaskan. Jika kinerja melebihi yang diharapkan, pembeli lebih terpuaskan. Pendekatan strategi kepuasan pelanggan ini memberikan ruang yang lebih luas bagi pengembangan pelayanan dan digunakan sebagai strategi bersaing. Selanjutnya Kotler (2008:85) menyatakan bahwa konsumen atau pelangganlah yang berbaik hati memberikan kesempatan pada kita untuk melayani mereka, jika konsumen sudah tidak lagi memberikan kesempatan lagi pada kita untuk melayani mereka apalah artinya perusahaan yang kita miliki. Dengan demikian jelas bahwa pihak perusahaan harus benar-benar memahami keinginan atau kebutuhan konsumen terhadap suatu produk yang ditawarkan untuk menjaga *image* dalam benak konsumen. Dalam hal ini sebagai perusahaan di bidang jasa PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang

Situbondo harus mampu terus meningkatkan pelayanannya demi kepuasan konsumennya.

Tjiptono (2007: 146) menyatakan bahwa terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan empat manfaat yaitu hubungan antar perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, terciptanya loyalitas pelanggan, serta terbentuknya rekomendasi mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan perusahaan. Perusahaan jasa memiliki faktor penentu dalam menciptakan loyalitas para pelanggannya yaitu kepuasan terhadap kualitas jasa yang diberikan. Dengan demikian, kualitas pelayanan jasa yang baik dapat menciptakan dan mempertahankan kepuasan serta menjadi loyal.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan adalah kualitas layanan. Untuk menciptakan kepuasan pada pelanggan tentunya diperlukan penilaian mengenai kualitas layanan yang diberikan. Layanan yang baik membuat konsumen akan puas terhadap produk dari perusahaan tersebut. Stanton (2003: 74) menyatakan kualitas jasa berkaitan dengan kemampuan sebuah organisasi untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Menurut Payne (2004: 8) layanan adalah rasa (menyenangkan atau tidak menyenangkan) yang oleh penerima layanan pada saat memperoleh layanan. Fitzsimmons & Fitzsimmons (2004) menyatakan kualitas layanan (*service quality*) didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara harapan dan layanan sebagai keinginan para pelanggan ketimbang layanan yang mungkin diberikan oleh perusahaan. Dari seluruh definisi tersebut dapat dinyatakan bahwa kualitas layanan adalah sebagai sebuah tingkat kemampuan (*ability*) dari sebuah perusahaan dan memberikan segala yang menjadi harapan pelanggan dalam memenuhi kebutuhannya.

Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2006: 158) mengidentifikasi lima faktor utama yang dipergunakan konsumen di dalam menilai atau menentukan kualitas layanan. Lima faktor tersebut adalah (1) Keandalan (*reliability*), yakni kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. (2) Bukti fisik (*tangible*), yakni merupakan bukti fisik dari layanan, bisa berupa fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang

dipergunakan dan sarana komunikasi. (3) Ketanggapan (*responsibility*), yakni keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat, tepat dan informasi yang jelas. (4) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya, bebas dari resiko bahaya dan keragu-raguan. (5) Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memenuhi kebutuhan para konsumen.

Sistempelayanan bank pada umumnya telah mengalami perubahan dari pola transaksi lama yaitu penulisan data terlebih dahulu, mengantri, tatap muka langsung, atau dengan kata lain transaksi secara langsung antara nasabah dengan *Teller* bank yang membutuhkan waktu tidak sedikit menjadi suatu pelayanan yang bersifat *simple* dan praktis. Pelayanan secara manual seperti itu dirasa kurang efisien, karena secara riil kesibukan orang pada saat ini semakin meningkat, sehingga dibutuhkan suatu sistem yang dapat memenuhi segala kebutuhan dengan efisien dan praktis. Oleh karena itu diciptakan sebuah sistem yang akan membantu pelayanan dengan menggunakan telepon seluler dan internet.

Perpaduan antara teknologi telepon selular dengan teknologi internet belakangan ini semakin marak dibahas. Telepon selular, saat ini banyak digunakan untuk mendapatkan informasi serta berbagai layanan yang dibutuhkan oleh konsumen. Maraknya pengguna teknologi canggih di sektor perbankan dipastikan bakal mengubah pola transaksi. Bank yang tadinya lebih banyak disibukkan oleh transaksi yang berkaitan dengan uang tunai, penarikan dan atau penyetoran uang, akan menjadi lebih praktis dan cepat tanpa harus repot-repot untuk antri dan menulis setoran. Hal ini dikarenakan adanya fasilitas *SMS banking*. Produk yang mengimplementasikan perbankan dengan teknologi informasi atau yang biasa disebut *mobile banking* ini, terus berkembang seiring dengan menjamurnya pengguna *hand phone*.

Dengan semakin meningkatnya teknologi informasi di perbankan, PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo mengeluarkan inovasi produk berteknologi tinggi yaitu berupa fasilitas *mobile banking*. Dengan *mobile banking* konsumen akan mendapatkan pelayanan yang bersifat modern serta praktis

dibandingkan harus berdiri-diri berjam-jam untuk mengantri. Dan hal ini juga sangat membantu pada efisiennya waktu yang digunakan yaitu hanya dengan menekan beberapa tombol pada telepon seluler yang konsumen miliki, lalu apa yang diinginkan pada pelayanan akan terlayani dengan cepat. Tetapi hal ini juga tidak lepas dari kualitas yang diberikan oleh pelayanan yang diberikan. Apabila kualitas pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen/nasabah, maka konsumen/nasabah akan merasa puas. Oleh karena itu sangat dibutuhkan kualitas sesuai harapan konsumen.

Tinggi-rendahnya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang dirasakan akan sangat berpengaruh pada penilaian akhir pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Pelayanan terhadap konsumen sering terlewatkan begitu saja, sehingga konsumen merasa kurang atau bahkan tidak puas. Setiadi (2003) mengemukakan bahwa konsumen cenderung memilih tawaran yang paling sesuai dengan kebutuhan dan harapan masing-masing serta membeli berdasarkan pandangan nilai mereka. Nilai konsumen ini merupakan bagian dari bagaimana kepedulian konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan, yaitu konsumen menganggap seberapa penting arti sebuah pelayanan.

PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo juga telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dengan menyediakan layanan *e-channel* sehingga mempermudah nasabah melakukan kegiatan yang berkaitan dengan perbankan seperti memperoleh informasi rekening, melakukan transaksi keuangan dan pembayaran *online* dalam 24 jam sehari, 7 hari seminggu, dimanapun nasabah berada. Layanan ini terdiri dari Mandiri ATM, Mandiri SMS, Mandiri internet, Mandiri Internet Bisnis, Mandiri *Mobile*, dan Mandiri Call. Demo petunjuk layanan *e-channel* tersebut dimuat pada *Website* pada alamat <http://www.bankmandiri.co.id/demo/index.htm> sehingga dapat diakses oleh nasabah dan masyarakat luas. Fitur produk *existing* dikembangkan sesuai kebutuhan nasabah di setiap segmen sehingga diharapkan dapat menarik minat nasabah. Bank Mandiri secara aktif memperkenalkan fitur maupun produk baru melalui berbagai program yang ditujukan untuk memberikan layanan perbankan yang mampu meningkatkan kepuasan nasabah.

PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo selalu dituntut untuk dalam meningkatkan kepuasan nasabah. Bank Mandiri senantiasa melakukan pengembangan akses layanan dan fitur produk untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini dikarenakan adanya persaingan yang ketat dalam industri perbankan sehingga Bank Mandiri harus memberikan kualitas pelayanan yang baik yang akan memberikan kepuasan kepada nasabah, namun masih ada berbagai keluhan nasabah terhadap kualitas layanan yang ada, sebagaimana tercatat dalam Tabel 1.1 berikut ini.

Tabel 1.1 Kritik dan Saran Pelayanan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo Tahun 2016

No.	Keluhan dan Saran	Jumlah Keluhan
1	Prosedur dan Persyaratan	9
2	Waktu Pelayanan	10
3	Biaya Pelayanan	0
4	Fasilitas Pelayanan	8
5	Kesopanan dan Keramahan	3
6	Lainnya	3

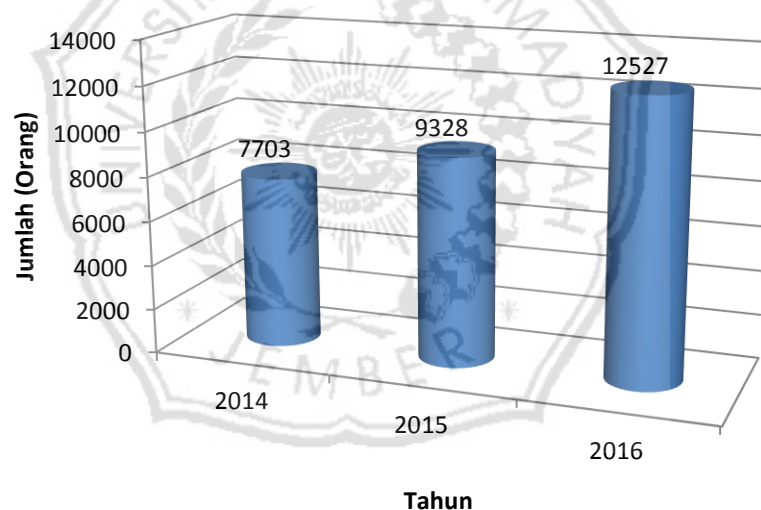
Sumber: PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo, 2017

Berdasarkan Tabel 1.1, keluhan terbanyak pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo adalah masalah waktu pelayanan dimana nasabah masih merasa waktu yang diperlukan untuk menyelesaikan transaksi perbankan dinilai masih relatif lama. Selain itu masalah prosedur dan persyaratan berkaitan dengan layanan produk bank baik tabungan maupun kredit yang terlalu banyak juga dinilai sebagai hal yang sering dikeluhkan nasabah. Keluhan berkaitan dengan waktu pelayanan salah satunya tercermin dari masalah waktu tunggu antri yang dinilai terlalu lama. Banyaknya aktivitas pelayanan perbankan yang ada di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo ditambah lagi banyaknya nasabah yang melakukan transaksi secara manual membuat banyak nasabah yang harus menunggu, sementara fasilitas pelayanan tidak bertambah.

Berbagai masalah tersebut tentunya membutuhkan manajemen yang baik, sehingga tidak membuat nasabah kecewa dan akhirnya memutuskan untuk berpindah ke bank lainnya. Berkaitan dengan pelayanannya PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo dituntut harus mengedepankan kualitas serta kepuasan para nasabahnya, sehingga akan terjadi kemajuan dalam kualitas layanan



terhadap nasabah dan akan memberikan dampak yang positif terhadap kelangsungan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo. Karena dengan terciptanya kualitas yang bagus serta ditunjang dengan kuantitas yang baik, maka eksistensinya bisa terus meningkat dikancah perbankan nasional dan dapat terus bersaing dengan bank lainnya yang ada di Kabupaten Situbondo seperti Bank BRI, BNI, BCA, BTPN, Bank Danamon, dan lainnya. PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo tergolong bank yang sudah mapan dan besar, kondisi tersebut mendorong jajaran pimpinan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo selalu menekankan kualitas pelayanan secara maksimal. Gambaran mengenai kualitas pelayanan yang maksimal dari PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo dapat dilihat pada jumlah nasabah selama tiga tahun terakhir yaitu tahun 2014 – 2016 sebagai berikut.



**Gambar 1.1 Grafik Jumlah Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo Tahun 2014 - 2017**

Sumber: PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo, Tahun 2017

Berdasarkan Gambar 1.1 dapat diketahui bahwa jumlah nasabah keseluruhan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo secara umum mengalami peningkatan setiap tahunnya. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan nasabah terhadap layanan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo dinyatakan baik.

Berdasarkan penjelasan di atas, berbagai inovasi berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo kepada nasabahnya diharapkan mampu memberikan nilai lebih pada nasabah. *Consumer satisfaction* (kepuasan konsumen) dapat diartikan sebagai kepuasan konsumen dalam menggunakan produk secara menyeluruh terhadap mutu yang baik atau keunggulan dari suatu produk tersebut, sehingga PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo selalu dapat meningkatkan pelayanan kepada seluruh nasabahnya karena dengan meningkatkan pelayanan maka akan tercipta kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo dan dalam jangka panjang akan menciptakan loyalitas nasabah. Untuk itu peneliti mengangkat tema "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Tingkat Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo".

## **1.2 Pokok Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas adalah:

1. Apakah variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo?
2. Apakah variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo?
3. Manakah diantara variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo?

## **1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1.3.1 Tujuan Penelitian**

Berkaitan dengan rumusan masalah tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.
2. Mengetahui pengaruh variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara parsial terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.
3. Mengetahui diantara variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.

### **1.3.2 Manfaat Penelitian**

Kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah:

1. Terhadap aspek operasional  
Sebagai bahan referensi dan informasi bagi perusahaan (PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo) dalam menentukan kebijakan khususnya *marketing* dalam menghadapi persaingan dan mengetahui tingkat kualitas layanan yang telah diberikan kepada para nasabah.
2. Terhadap aspek akademis  
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Manajemen Pemasaran, serta mengundang pemikiran-pemikiran yang lebih luas dari kalangan akademisi untuk penyempurnaan penelitian ini.

## METODE PENELITIAN

### 3.1 Identifikasi Variabel

Identifikasi variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Terikat (dependen)

Variabel terikat adalah tipe variabel yang dijelaskan atau dipengaruhi oleh variabel independen atau variabel yang diduga sebagai akibat dari variabel independen (Ferdinand, 2011: 12). Variabel terikat pada penelitian ini adalah kepuasan nasabah dan dilambangkan dengan notasi Y.

2. Variabel Bebas (independen)

Variabel bebas adalah tipe variabel yang menjelaskan atau mempengaruhi variabel lain atau variabel yang diduga sebagai sebab dari variabel dependen (Ferdinand, 2011: 12). Variabel bebas pada penelitian ini adalah nilai nasabah dan dilambangkan dengan notasi X, yaitu:

- a. X<sub>1</sub> adalah Keandalan
- b. X<sub>2</sub> adalah Daya Tanggap
- c. X<sub>3</sub> adalah Jaminan
- d. X<sub>4</sub> adalah Empati
- e. X<sub>5</sub> adalah Bukti Fisik

### 3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah faktor-faktor atau variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini definisi operasional variabel yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan (Kotler, 2008). Kepuasan nasabah dalam penelitian ini adalah harapan nasabah atas proses layanan bank yang dapat terpenuhi dan bahkan melebihi harapan. Indikator yang digunakan adalah (Harun, 2015):

- a. Tidak ada komplain atau keluhan ( $Y_{1.1}$ ) adalah tidak ada komplain atau keluhan dari nasabah terhadap PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.
  - b. Kenyamanan nasabah pada saat melakukan pembelian ( $Y_{1.2}$ ) adalah kenyamanan yang dirasakan oleh nasabah pada saat melakukan transaksi perbankan di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.
  - c. Terpenuhinya keinginan dan harapan nasabah saat melakukan transaksi perbankan ( $Y_{1.3}$ ) adalah terpenuhinya keinginan dan harapan pelanggan saat melakukan transaksi perbankan di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.
  - d. Nasabah akan memberikan referensi yang baik terhadap produk bank kepada orang lain ( $Y_{1.4}$ ) adalah nasabah akan memberikan referensi yang baik kepada orang lain untuk menggunakan transaksi perbankan di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.
2. Kualitas Layanan ( $X$ )
- Kualitas Layanan merupakan tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan merupakan tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2007). Kualitas Layanan dalam penelitian ini berkaitan dengan kemampuan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo untuk memberikan layanan yang dapat memenuhi atau melebihi harapan nasabah.
- a. *Kehandalan/Reliability* ( $X_1$ ), kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan dengan indikator (Farisman dan Satrio, 2013):
    - 1) Kemampuan memberikan pelayanan seperti yang dijanjikan.
    - 2) Kesiapan memberikan pelayanan kepada setiap nasabah yang datang.
  - b. *Daya Tanggap/Responsiveness* ( $X_2$ ), keinginan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan cepat, tepat dan informasi yang jelas dengan indikator:
    - 1) Kesigapan karyawan dalam menangani transaksi nasabah.
    - 2) Perhatian penanganan keluhan nasabah.

- c. Jaminan/*Assurance*( $X_3$ ), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya, bebas dari resiko bahaya dan keragu-raguan dengan indikator (Farisman dan Satrio, 2013):
  - 1) Jaminan keamanan.
  - 2) Pengetahuan dan kecakapan petugas bank.
- d. Empati/*Empathy* ( $X_4$ ), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memenuhi kebutuhan para konsumen dengan indikator (Farisman dan Satrio, 2013):
  - 1) Sikap ramah dan perhatian karyawan kepada nasabah.
  - 2) Pemahaman terhadap keinginan nasabah.
- e. Bukti Fisik/*Tangibles* ( $X_5$ ), merupakan bukti fisik dari layanan, bisa berupa fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan dan sarana komunikasi dengan indikator (Farisman dan Satrio, 2013):
  - 1) Gedung dan Kenyamanan Ruang.
  - 2) Kerapian Karyawan.

### 3.3 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo. Penelitian ini termasuk klasifikasi penelitian survey deskriptif yaitu penelitian yang mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data utama. Setelah data diperoleh kemudian hasilnya akan dipaparkan secara deskriptif dan pada akhir penelitian akan dianalisis untuk menguji hipotesis yang diajukan pada awal penelitian (Riduwan, 2004).

Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan antar variabel penelitian (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, bukti fisik, dan kepuasan nasabah), sehingga penelitian ini termasuk penelitian eksplanatori yaitu suatu penelitian untuk mencari dan menjelaskan hubungan kausal antar variabel melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bermaksud memberikan penjelasan hubungan kausalitas antar variabel melalui pengujian hipotesis.

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.4.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data Primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya (Suliyanto, 2005). Data primer ini saya dapatkan dari responden yaitu nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.

#### **3.4.2 Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diberikan kepada responden penelitian dengan mempergunakan daftar pertanyaan yang tertulis atau dijalankan dengan menggunakan gambar dimana responden memberikan komentar terhadap gambar tersebut (Supranto, 2003).

### **3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

Populasi dan sampel dapat digunakan sebagai sumber data. Riduwan (2004) berpendapat bahwa populasi adalah objek atau subjek yang berada dalam suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian.

#### **3.5.1 Populasi**

Menurut Santoso dan Tjiptono (2007) populasi merujuk pada sekumpulan orang atau objek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal dan yang membentuk masalah pokok dalam suatu riset khusus. Populasi pada penelitian ini adalah para nasabah pemilik rekening tabungan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo tahun 2017.

#### **3.5.2 Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Sampel penelitian ini adalah nasabah pemilik rekening tabungan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo. Adapun jumlah nasabah tabungan sebagai populasi penelitian tidak dapat diketahui jumlahnya, hal ini disebabkan terbentur kerahasiaan bank.

Menurut Suratno dan Arsyad (2003), dalam penentuan sampel sebenarnya tidak ada aturan yang tegas berapa jumlah sampel yang harus diambil dari populasi yang tersedia. Jumlah sampel tergantung dari faktor-faktor lain seperti biaya, fasilitas, waktu yang tersedia, populasi yang ada atau yang bersedia dijadikan sampel dan tujuan penelitian. Sebagai aturan umum, beberapa peneliti merekomendasikan untuk analisis regresi, disarankan adalah 15 – 20 observasi per independen variabel (Hair, dkk, 2006). Mengacu pada pendapat tersebut, maka jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan sebanyak 100 responden (20 observasi x 5 variabel independen = 100).

### 3.5.3 Teknik Sampling

Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yaitu dengan cara *purposive sampling*, dimana dalam teknik ini penentuan sampel menggunakan pertimbangan-pertimbangan tertentu antara lain:

- a. Usia diatas 17 tahun, dimana pada usia tersebut diasumsikan responden sudah cukup dewasa dan mengerti serta dapat menanggapi masing-masing pertanyaan dalam kuesioner dengan baik,
- b. Menggunakan layanan jasa perbankan tabungan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo minimal tiga tahun.

### 3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data dilakukan dengan (Indriantoro dan Supomo, 2007):



1. Observasi

Yaitu proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), obyek (benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan/komunikasi dengan individu-individu yang diteliti.

2. *Survey*

Yaitu metode pengumpulan data yang menggunakan pertanyaan lisan dan tertulis yang dilakukan dengan cara wawancara maupun dengan mengedarkan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada responden.

### **3.7 Teknik Pengukuran Data**

Pada penelitian ini tingkat pengukuran yang digunakan bersifat interval yaitu dengan memberikan angka-angka yang mengandung arti tingkatan, skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Likert. Menurut Sugiyono (2006), Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi orang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Skala Likert umumnya menggunakan lima angka penelitian (Rangkuti, 2001). Melalui daftar pertanyaan yang ada diperoleh dari masing-masing item dalam tiap variabel.

Untuk setiap item dalam daftar pertanyaan menggunakan lima kriteria, sebagai berikut:

1. Untuk jawaban A diberikan nilai 5 (lima)
2. Untuk jawaban B diberikan nilai 4 (empat)
3. Untuk jawaban C diberikan nilai 3 (tiga)
4. Untuk jawaban D diberikan nilai 2 (dua)
5. Untuk jawaban E diberikan nilai 1 (satu)

### **3.8 Statistik Deskriptif Responden**

Penggunaan analisis statistik deskriptif adalah untuk mengetahui gambaran umum mengenai data penelitian yaitu informasi mengenai data demografi responden (usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan tingkat pendapatan) yang digunakan dalam penelitian. Menurut Indriantoro dan Supomo

(2009: 27), statistik dalam penelitian pada dasarnya merupakan proses transformasi data penelitian dalam bentuk tabulasi sehingga mudah dipahami dan diintreprestasikan.

### 3.9 Instrumen Data

#### 3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur tersebut mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas bertujuan untuk menguji apakah tiap butir pertanyaan benar-benar telah sah. Suatu instrumen dikatakan sah atau valid jika mempunyai validitas tinggi, analisis ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Koefisien yang nilai signifikansinya lebih kecil dari 5 % (*level of significant*) menunjukkan bahwa item-item tersebut sudah sah sebagai pembentuk indikator.

Untuk menguji validitas instrumen digunakan korelasi *Product Moment* (Arikunto, 2010).

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2) - (\sum X)^2} \sqrt{(n \sum Y^2) - (\sum Y)^2}}$$

dimana:

r = koefisien *Product Moment*

n = jumlah sampel

$\sum X$  = jumlah skor item

$\sum Y$  = jumlah skor total

Valid tidaknya suatu item instrumen diperoleh dari hasil antara item yang dikorelasikan dengan skor total kemudian dibandingkan dengan nilai kritis r yang tercantum pada bagian paling bawah *critical value*. Jika nilai korelasi setiap item pertanyaan lebih besar dari nilai kritis r maka item tersebut dikatakan valid.

#### 3.9.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas atau kehandalan dilakukan untuk mengetahui sampai sejauh mana kuesioner yang diajukan dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan pengukuran kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang

berlainan. Setiap alat pengukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Pengujian reliabilitas dan konsistensi, dilakukan dengan menghitung *cronbach alpha*. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memiliki *cronbach alpha* lebih dari 0,5 (Ghozali, 2011).

### 3.10 Analisis Regresi Berganda

Model regresi berganda dapat dirumuskan sebagai berikut Maholtra (2009):

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + e$$

Keterangan:

Y	: Kepuasan Nasabah
$\alpha$	: Bilangan konstanta
$X_1$	: Kehandalan
$X_2$	: Daya Tanggap
$X_3$	:Jaminan
$X_4$	:Empati
$X_5$	:Bukti fisik
e	: error
$\beta_1$ - $\beta_5$	: Koefisien regresi dari masing-masing variabel independen $X_1 - X_5$

### 3.11 Uji Asumsi Klasik

Metode analisis data dalam penelitian ini adalah regresi yang sesuai dengan standar, maka pengolahan data selanjutnya adalah dilakukan pendugaan parameter sesuai dengan BLUE (*Best Linear Unbiased Estimator*). Asumsi BLUE yang harus dipenuhi antara lain: tidak ada multikolinearitas, homoskedastisitas, dan berdistribusi normal.

#### 1. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Menurut

Ghozali (2011) untuk mengetahui gejala adanya multikolinearitas dalam model regresi linear berganda dapat dilakukan dengan melihat koefisien korelasi. Koefisien korelasi yang melebihi 0,50 menunjukkan adanya multikolinearitas. Gejala multikolinearitas juga dapat dideteksi dengan menggunakan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang didapat dengan menggunakan program SPSS, yaitu multikolinearitas terjadi bila nilai VIF mendekati 10.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain (Ghozali, 2011). Jika variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

Salah satu cara yang digunakan untuk mendeteksi ada atau tidak heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai variabel terikat dengan residualnya. Dasar analisis yang digunakan menurut Ghozali (2011), adalah:

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik yang ada membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka dapat diidentifikasi bahwa dalam sebuah model telah terjadi heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik yang ada menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat diidentifikasi bahwa dalam sebuah model tidak terjadi heteroskedastisitas.

## 3. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2011). Cara untuk menguji normalitas adalah dengan melihat penyebaran titik pada sumbu diagonal dari grafik. Dasar pengambilan keputusan menurut Ghozali (2011), adalah:

- a. Jika titik menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- b. Jika titik menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### 3.12 Analisis Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh komponen bebas (X) terhadap komponen terikat (Y) secara bersama-sama dengan rumus sebagai berikut (Ghozali, 2011):

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y_i + b_2 \sum X_2 Y_i + \dots + b_n \sum X_n Y_i}{\sum Y_i^2}$$

Dimana:

$R^2$  : Koefisien determinasi

$b_1$ – $b_5$  : Koefisien regresi

$X_1$ – $X_5$  : Komponen independen

Y : Kepuasan Nasabah

Digunakan untuk mengukur ketepatan dari model analisis yang dibuat. Secara umum dapat dikatakan bahwa besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) berada antara 0 dan 1 atau  $0 \leq R^2 \leq 1$ .

### 3.13 Pengujian Hipotesis

#### 3.13.1 Uji Regresi Secara Simultan/Bersama-sama (*F test*)

Uji F untuk mengetahui apakah secara serentak variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Tahapan dalam uji F adalah (Gujarati, 2005):

- a. Merumuskan Hipotesis

$H_0$ :  $b_1, \dots, b_5 = 0$  (Berarti variabel-variabel bebas tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat).

$H_a$ :  $b_1, \dots, b_5 > 0$  (Berarti variabel-variabel bebas mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat).

- b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi yang diharapkan adalah  $\alpha = 5\%$  atau *confidence interval* sebesar 95% dan dengan *degree of freedom* (k-1) dan (n-k), dimana n adalah jumlah observasi dan k merupakan variabel *regresor*.

- c. Menghitung nilai  $F_{hitung}$

Nilai F dihitung dengan rumus:

$$F_{hitung} = \frac{R^2 / (k - 1)}{(1 - R^2) / (n - k)}$$

- d. Membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dengan  $F_{Tabel}$

Untuk menentukan apakah hipotesis nol diterima atau ditolak dibuat ketentuan sebagai berikut:

$F_{hitung} \leq F_{Tabel}$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

$F_{hitung} > F_{Tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

### 3.13.2 Uji Parsial (*t test*)

Uji ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Adapun tahapan dalam uji t adalah sebagai berikut (Gujarati, 2005):

- a. Merumuskan Hipotesis

$H_0: b_1, \dots, b_5 = 0$  (Berarti variabel-variabel bebas tidak mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen).

$H_a: b_1, \dots, b_5 > 0$  (Berarti variabel-variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen).

- b. Menentukan tingkat signifikansi

Tingkat signifikansi yang diharapkan adalah  $\alpha = 5\%$  atau *confidence interval* sebesar 95%.

- c. Menghitung nilai  $t_{hitung}$

Nilai t dihitung dengan rumus:

$$t = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

dimana:

t : statistik uji

$b_i$  : koefisien regresi

$S_{b_i}$  : standar error koefisien regresi.

- d. Membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan  $t_{Tabel}$

Untuk menentukan apakah hipotesis nol diterima atau ditolak dibuat ketentuan sebagai berikut:

$-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$  berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

$t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

### 3.13.3 Analisis Koefisien Korelasi Parsial ( $r_{partial}$ )

Koefisien korelasi parsial merupakan koefisien untuk mengukur keeratan hubungan dari dua variabel, sedangkan variabel lainnya dianggap konstan (tidak memberikan pengaruh) pada hubungan yang melibatkan lebih dari dua variabel (Hasan, 2004: 69) dimana hasilnya dapat dilihat dari hasil perhitungan dengan menggunakan komputer program *SPSS for Windows*. Untuk mengetahui variabel bebas mana yang dominan, dapat diketahui dari koefisien korelasi parsial atau variabel yang memiliki nilai  $t_{hitung}$  tertinggi serta nilai signifikansi (sig.) terkecil.

## **BAB 4**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum**

##### **4.1.1 Sejarah Singkat PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.**

Bank Mandiri berdiri pada tanggal 2 Oktober 1998 sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank milik Pemerintah yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia, bergabung menjadi Bank Mandiri. Keempat Bank tersebut telah turut membentuk riwayat perkembangan perbankan di Indonesia dimana sejarahnya berawal pada lebih dari 140 tahun yang lalu.

Kini, Bank Mandiri menjadi penerus suatu tradisi layanan jasa perbankan dan keuangan yang telah berpengalaman selama lebih dari 140 tahun. Masing-masing dari empat bank bergabung telah memainkan peranan yang penting dalam pembangunan ekonomi. Setelah selesainya proses merger, Bank Mandiri kemudian memulai proses konsolidasi. Di antaranya menutup 194 kantor cabang yang saling tumpang tindih dan mengurangi jumlah pegawai dari 26.000 menjadi 17.620. Selanjutnya diikuti dengan peluncuran *single brand* di seluruh jaringan melalui iklan dan promosi. Salah satu pencapaian penting adalah penggantian secara menyeluruh *platform* teknologi.

Bank Mandiri mewarisi sembilan sistem perbankan dari keempat *legacy* bank. Setelah investasi awal untuk konsolidasi sistem yang berbeda tersebut, Bank Mandiri mulai melaksanakan program penggantian *platform* yang berlangsung selama tiga tahun dengan investasi USD 200 juta, di mana program pengganti tersebut difokuskan untuk kegiatan *consumer banking*. Pada saat ini, infrastruktur teknologi informasi Bank Mandiri sudah mampu memfasilitasi *straightthrough processing* dan *interface* yang seragam untuk nasabah. Nasabah *corporate* kami merupakan penggerak utama perekonomian Indonesia.

Berdasarkan sektor usaha, nasabah Bank Mandiri bergerak di bidang usaha yang sangat beragam. Persetujuan kredit dan pengawasan dilaksanakan dengan



prinsip *'four eyes,'* dimana persetujuan kredit dipisahkan dari kegiatan pemasaran dan *business unit* kami. Bank Mandiri juga berhasil mencetak kemajuan yang signifikan dalam melayani Usaha Kecil dan Menengah (UKM) dan nasabah ritel.

Tepat memasuki tahun 2008, Bank Mandiri tampil dengan wajah baru, semangat baru sebagai bagian dari visualisasi kesiapan untuk meraih masa depan gemilang. Sebuah logo dan *tagline* baru (Terdepan, Terpercaya. Tumbuh bersama Anda) yang merupakan bagian yang tak terpisahkan dari proses *brand transformation*, yang merefleksikan jiwa baru Bank Mandiri.

#### **4.1.2 Visi dan Misi PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk.**

Setiap bentuk badan usaha yang didirikan pastilah mempunyai visi dan misi yang ingin dicapai tidak terkecuali PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Adapun visi, misi dari PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk sebagai berikut:

##### **Visi PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk.**

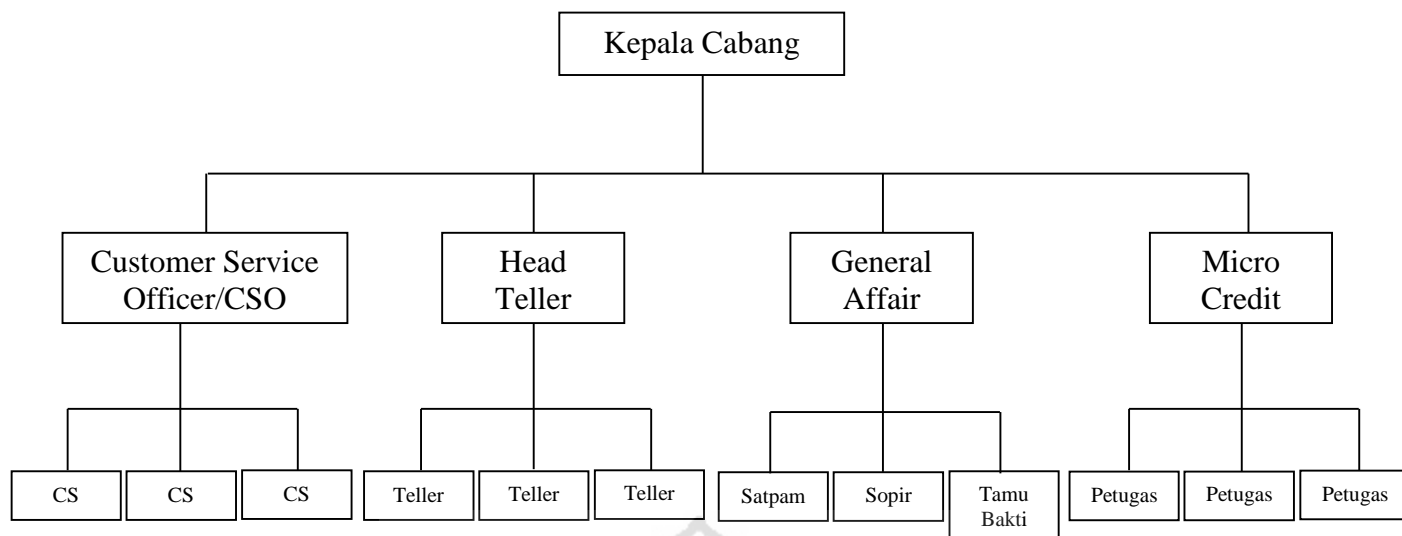
Bank terpercaya pilihan anda

##### **Misi PT. Bank Mandiri (Persero), Tbk.**

- a. Berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pasar.
- b. Mengembangkan sumber daya manusia profesional.
- c. Memberi keuntungan yang maksimal bagi *stakeholder*.
- d. Melaksanakan Manajemen terbuka.
- e. Peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan.

#### **4.1.3 Struktur Organisasi PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo**

Organisasi merupakan perkumpulan dua orang atau lebih yang mempunyai tujuan atau cita-cita bersama. Untuk mengendalikan tujuan yang direncanakan dapat tercapai maka perlu adanya struktur organisasi. Selain itu untuk mengetahui secara jelas mengenai tugas, wewenang dan tujuan dari semua pihak yang ada dalam suatu organisasi perusahaan. Adapun struktur organisasi yang ada pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo

Sumber: PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo, tahun 2017

Adapun uraian secara terperinci tentang tugas dan tanggung jawab masing-masing bagian antara lain sebagai berikut:

1. Kepala Cabang Bank Mandiri bertugas sebagai pimpinan cabang dan bertanggung jawab atas semua fungsi Bank Mandiri tersebut.
2. *Customer Service Officer/CSO* terdapat tiga(3) posisi sebagai *Customer Service* bertugas melayani nasabah bila ada komplain, mutasi buku, buka rekening, dan lain-lain.
3. *Head Teller* adalah bertugas sebagai pengawas *teller-teller* yang melayani nasabah dan bertanggung jawab terhadap penyetoran modal yang masuk.
4. *Teller* adalah yang bertugas melayani nasabah yang melakukan setoran rekening, transfer, dan lain-lain.
5. *General Affair* adalah bertugas melayani dan bertanggung jawab atas tamu-tamu penting yang akan datang, keamanan Bank selain itu juga dapat bertanggung jawab atas nasabah Bank Mandiri.
6. *Mikro Credit* adalah yang bertanggung jawab atas nasabah yang akan memohon bantuan kredit, dan mencari *database* yang menjadi calon nasabah yang akan melakukan perkreditan.

#### 4.1.4 Statistik Deskriptif Responden

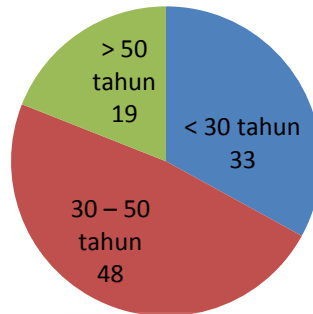
Karakteristik responden digunakan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai data demografi responden (usia, jenis kelamin, lama menjadi nasabah, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan tingkat pendapatan). Responden penelitian adalah nasabah pemilik rekening tabungan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo tahun 2017. Adapun jumlah responden dalam penelitian ini ditentukan adalah 100 orang. Berikut ini disajikan statistik demografi responden yang merupakan nasabah pemilik rekening tabungan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.

Tabel 4.1 Statistik Deskriptif Demografi Responden

	Kriteria	Frekwensi (orang)	Persentase (%)
Usia	< 30 tahun	33	33,0
	30 – 50 tahun	48	48,0
	> 50 tahun	19	19,0
	Jumlah	100	100,0
Jenis Kelamin	Laki-Laki	44	44,0
	Perempuan	56	56,0
	Jumlah	100	100,0
Lama menjadi Nasabah	3 tahun	46	46,0
	4 – 5 tahun	30	30,0
	>5 tahun	24	24,0
	Jumlah	100	100,0
Pendidikan Terakhir	SMP/Sederajat	7	7,0
	SMU/Sederajat	26	26,0
	Diploma	36	36,0
	Sarjana (S1)	28	28,0
	Pascasarjana (S2)	3	3,0
	Doktor (S3)	-	-
Jumlah	100	100,0	
Pekerjaan	PNS/TNI/POLRI	33	33,0
	Pegawai Swasta	39	39,0
	Wiraswasta	19	19,0
	Lainnya	9	9,0
	Jumlah	100	100,0
Tingkat Pendapatan	<Rp. 2juta	35	35,0
	Rp. 2 juta - Rp. 5 juta	49	49,0
	>Rp. 5 juta	16	16,0
	Jumlah	100	100,0

Sumber: Data primer, diolah

## Deskriptif Responden Berdasarkan Usia

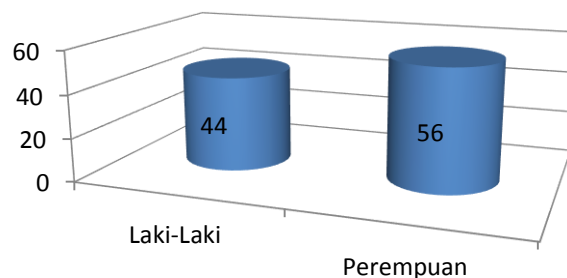


Gambar 4.2 Deskripsi Nasabah berdasarkan Usia pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo tahun 2017

Sumber: data primer diolah, tahun 2017

Berdasarkan Gambar 4.2 dapat diketahui bahwa responden penelitian ini terdiri dari responden dengan usia kurang dari 30 tahun sebanyak 33 orang, usia 30 – 50 tahun sebanyak 48 orang, dan usia di atas 50 tahun sebanyak 19 orang. Gambaran tersebut menunjukkan bahwa nasabah tabungan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo merupakan kelompok usia produktif.

## Deskriptif Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

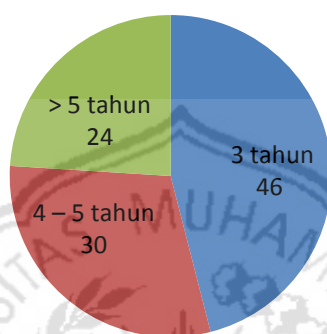


Gambar 4.3 Deskripsi Nasabah berdasarkan Jenis Kelamin pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo tahun 2017

Sumber: data primer diolah, tahun 2017

Berdasarkan Gambar 4.3 dapat diketahui bahwa responden penelitian ini terdiri dari 44 orang laki-laki dan 56 orang perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah tabungan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo lebih banyak pada nasabah perempuan.

### Deskriptif Responden Berdasarkan Lama menjadi Nasabah



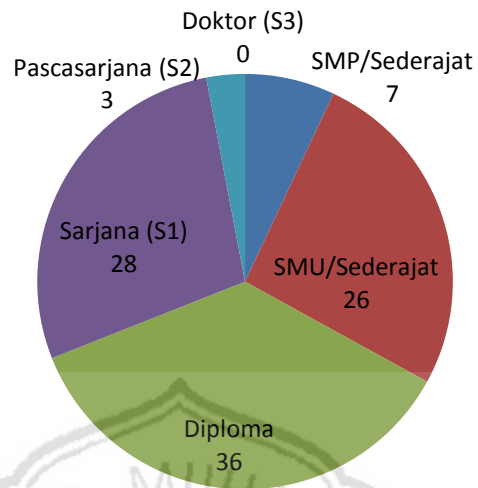
Gambar 4.4 Deskripsi Nasabah berdasarkan Lama menjadi Nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo tahun 2017

Sumber: data primer diolah, tahun 2017

Berdasarkan Gambar 4.4 dapat diketahui bahwa responden penelitian ini terdiri dari responden dengan lama menjadi nasabah kurang dari 3 tahun sebanyak 46 orang, lama menjadi nasabah 4 – 5 tahun sebanyak 30 orang, dan lama menjadi nasabah di atas 5 tahun sebanyak 24 orang. Gambaran tersebut menunjukkan bahwa nasabah tabungan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo merupakan nasabah yang baru dan dinilai memiliki loyalitas yang baik.

Berdasarkan Gambar 4.5 dapat diketahui bahwa responden penelitian ini terdiri dari responden dengan tingkat pendidikan SMP/ sederajat sebanyak 7 orang, SMU/ sederajat 26 orang, Diploma sebanyak 36 orang, Sarjana (S1) sebanyak 28 orang, dan S2 sebanyak 3 orang. Gambaran tersebut menunjukkan bahwa nasabah tabungan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo merupakan nasabah yang memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, sehingga pengetahuan dan kesadaran untuk menabungnya dinilai baik.

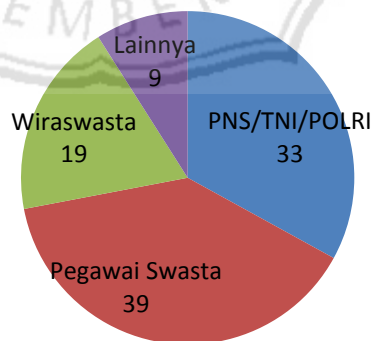
## Deskriptif Responden Berdasarkan Pendidikan



Gambar 4.5 Deskripsi Nasabah berdasarkan Pendidikan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo tahun 2017

Sumber: data primer diolah, tahun 2017

## Deskriptif Responden Berdasarkan Pekerjaan

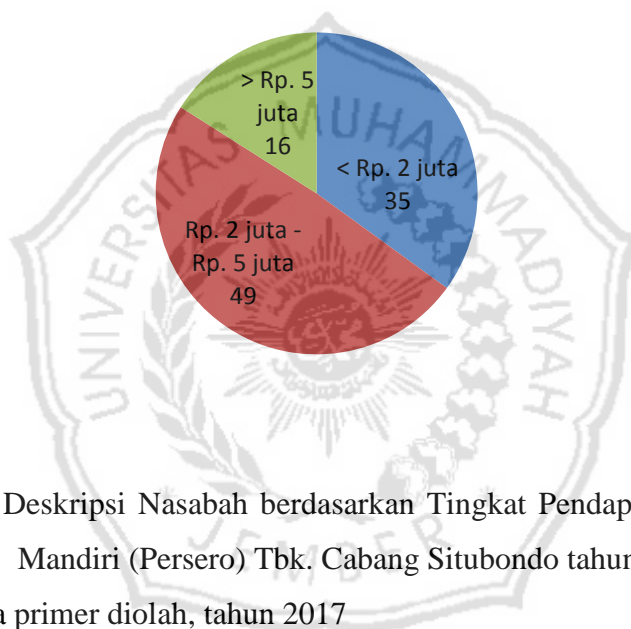


Gambar 4.6 Deskripsi Nasabah berdasarkan Pekerjaan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo tahun 2017

Sumber: data primer diolah, tahun 2017

Berdasarkan Gambar 4.6 dapat diketahui bahwa responden penelitian ini terdiri dari responden dengan pekerjaan PNS/TNI/POLRI sebanyak 33 orang, Pegawai Swasta sebanyak 39 orang, Wiraswasta sebanyak 19 orang, dan pekerjaan lainnya sebanyak 9 orang. Gambaran tersebut menunjukkan bahwa nasabah tabungan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo merupakan nasabah yang bekerja sebagai pegawai swasta serta PNS/TNI/POLRI.

### Deskriptif Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan



Gambar 4.7 Deskripsi Nasabah berdasarkan Tingkat Pendapatan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo tahun 2017

Sumber: data primer diolah, tahun 2017

Berdasarkan Gambar 4.7 dapat diketahui bahwa responden penelitian ini terdiri dari responden dengan pendapatan kurang dari Rp. 2 juta sebanyak 35 orang, Rp. 2 juta - Rp. 5 juta sebanyak 49 orang, dan lebih dari Rp. 5 juta sebanyak 16 orang. Gambaran tersebut menunjukkan bahwa nasabah tabungan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo merupakan nasabah dengan tingkat pendapatan yang cukup tinggi.

## 4.2 Jenis Data untuk Kebutuhan Analisis

### 4.2.1 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian berguna untuk mendukung hasil analisis data. Adapun hasil distribusi responden atas jawaban dari masing-masing indikator variabel penelitian (kuisisioner) sebagai berikut:

Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Kehandalan

Item	Frekuensi Jawaban Responden										Total
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	
X <sub>1.1</sub>	17	17,0	46	46,0	30	30,0	6	6,0	1	1,0	100
X <sub>1.2</sub>	21	21,0	46	46,0	26	26,0	6	6,0	1	1,0	100

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat dijelaskan berkaitan dengan variabel kehandalan yang diukur dengan dua indikator dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban dengan skor 4 yang berarti kehandalan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo dipersepsikan baik. Baiknya kehandalan dapat dilihat dari PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan perbankan seperti yang dijanjikan dan pegawai PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo selalu siap memberikan pelayanan kepada setiap nasabah yang datang.

Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Daya Tanggap

Item	Frekuensi Jawaban Responden										Total
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	
X <sub>2.1</sub>	20	20,0	44	44,0	30	30,0	6	6,0	0	0,0	100
X <sub>2.2</sub>	21	21,0	46	46,0	27	27,0	6	6,0	0	0,0	100

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dijelaskan berkaitan dengan variabel daya tanggap yang diukur dengan dua indikator dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban dengan skor 4 yang berarti daya tanggap pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo dipersepsikan baik. Baiknya daya tanggap dapat dilihat dari pegawai PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo mampu untuk cepat tanggap dalam melayani setiap transaksi yang dilakukan nasabah dan pegawai PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo mampu untuk menangani dan memperhatikan keluhan nasabah.



Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Jaminan

Item	Frekuensi Jawaban Responden										Total
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	
X <sub>3.1</sub>	23	23,0	50	50,0	17	17,0	9	9,0	1	1,0	100
X <sub>3.2</sub>	26	26,0	46	46,0	22	22,0	6	6,0	0	0,0	100

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan variabel jaminan yang diukur dengan dua indikator dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban dengan skor 4 yang berarti jaminan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo dipersepsikan baik. Baiknya jaminan dapat dilihat dari PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo memberikan jaminan keamanan atas semua transaksi perbankan yang dilakukan nasabah dan pegawai PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo memiliki pengetahuan dan kecakapan yang baik berkaitan dengan produk dan layanan perbankan.

Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Empati

Item	Frekuensi Jawaban Responden										Total
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	
X <sub>4.1</sub>	21	21,0	40	40,0	25	25,0	13	13,0	1	1,0	100
X <sub>4.2</sub>	18	18,0	46	46,0	20	20,0	13	13,0	3	3,0	100

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan variabel empati yang diukur dengan dua indikator dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban dengan skor 4 yang berarti empati pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo dipersepsikan baik. Baiknya empati dapat dilihat dari pegawai PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo bersikap baik dan perhatian dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan pegawai PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo memiliki pemahaman yang baik terhadap keinginan perbankan.

Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Bukti Fisik

Item	Frekuensi Jawaban Responden										Total
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	
X <sub>5.1</sub>	16	16,0	43	43,0	35	35,0	5	5,0	1	1,0	100
X <sub>5.2</sub>	14	14,0	43	43,0	37	37,0	6	6,0	0	0,0	100

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan variabel bukti fisik yang diukur dengan dua indikator dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban dengan skor 4 yang berarti bukti fisik pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo dipersepsikan baik. Baiknya bukti fisik dapat dilihat dari PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo memiliki gedung dan ruang pelayanan yang memadai dan pegawai PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo selalu berpenampilan rapi.

Tabel 4.7 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden terhadap Variabel Kepuasan Nasabah

Item	Frekuensi Jawaban Responden										Total
	5	%	4	%	3	%	2	%	1	%	
Y <sub>1</sub>	14	14,0	44	44,0	35	35,0	7	7,0	0	0,0	100
Y <sub>2</sub>	14	14,0	57	57,0	25	25,0	4	4,0	0	0,0	100
Y <sub>3</sub>	11	11,0	36	36,0	48	48,0	5	5,0	0	0,0	100
Y <sub>4</sub>	8	8,0	44	44,0	42	42,0	6	6,0	0	0,0	100

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat dijelaskan bahwa berkaitan dengan variabel kepuasan nasabah yang diukur dengan empat indikator dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memberikan jawaban dengan skor 4 yang berarti kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo dipersepsikan baik. Baiknya kepuasan nasabah dapat dilihat dari nasabah tidak memiliki komplain atau keluhan atas layanan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo, nasabah merasa nyaman selama melakukan transaksi perbankan di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo, nasabah merasa bahwa keinginan dan harapan pelanggan saat melakukan transaksi perbankan di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo telah cukup terpenuhi, dan nasabah akan memberikan referensi yang baik kepada orang lain untuk menggunakan transaksi perbankan di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.

#### 4.2.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

##### 1. Uji Validitas

Validitas mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur (dalam hal ini kuesioner) melakukan fungsi ukurnya. Pengujian validitas

dalam penelitian ini dilakukan dengan korelasi *Pearson Validity* dengan teknik *product moment*. Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r hitung	Sig.	Keterangan
Kehandalan	X <sub>1.1</sub>	0,899	0,000	Valid
	X <sub>1.2</sub>	0,904	0,000	Valid
Daya tanggap	X <sub>2.1</sub>	0,909	0,000	Valid
	X <sub>2.2</sub>	0,909	0,000	Valid
Jaminan	X <sub>3.1</sub>	0,941	0,000	Valid
	X <sub>3.2</sub>	0,931	0,000	Valid
Empati	X <sub>4.1</sub>	0,947	0,000	Valid
	X <sub>4.2</sub>	0,951	0,000	Valid
Bukti fisik	X <sub>5.1</sub>	0,905	0,000	Valid
	X <sub>5.2</sub>	0,893	0,000	Valid
Kepuasan nasabah	Y <sub>1</sub>	0,804	0,000	Valid
	Y <sub>2</sub>	0,811	0,000	Valid
	Y <sub>3</sub>	0,849	0,000	Valid
	Y <sub>4</sub>	0,882	0,000	Valid

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui bahwa masing-masing indikator yang digunakan baik dalam variabel independen (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) maupun variabel dependen (kepuasan nasabah) mempunyai nilai r hitung yang lebih besar dari r tabel (0,256) serta nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini berarti indikator-indikator yang digunakan dalam variabel penelitian ini layak atau valid digunakan sebagai pengumpul data.

## 2. Uji Reliabilitas

Pengujian ini dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten. Suatu pertanyaan yang baik adalah pertanyaan yang jelas mudah dipahami dan memiliki interpretasi yang sama meskipun disampaikan kepada responden yang berbeda dan waktu yang berlainan. Hasil pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	$\alpha$	Keterangan
Kehandalan	0,770	
Daya tanggap	0,790	
Jaminan	0,857	Reliabel
Empati	0,889	$\alpha > 0,70$
Bukti fisik	0,762	
Kepuasan nasabah	0,850	

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel, karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih besar dari 0,70. Sesuai yang disyaratkan oleh Ghozali (2013) bahwa suatu konstruk dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,70.

#### 4.2.3 Uji Asumsi Klasik

Model empiris yang tepat berarti koefisien regresi harus memenuhi syarat *Best Linear Unbiased Estimation* (BLUE) yaitu data berdistribusi normal atau mendekati normal, tidak ada multikolinearitas, dan tidak heteroskedastisitas.

##### 1. Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas berarti terjadi interkorelasi antar variabel bebas yang menunjukkan adanya lebih dari satu hubungan linier yang signifikan. Apabila koefisien korelasi variabel yang bersangkutan nilainya terletak di luar batas-batas penerimaan (*critical value*) maka koefisien korelasi bermakna dan terjadi multikolinearitas. Apabila koefisien korelasi terletak di dalam batas-batas penerimaan maka koefisien korelasinya tidak bermakna dan tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.10 *Collinearity Statistic*

Variabel	VIF	Keterangan
Kehandalan	1,251	
Daya tanggap	1,160	
Jaminan	1,469	VIF < 10
Empati	1,842	Tidak ada multikolinearitas
Bukti fisik	1,333	

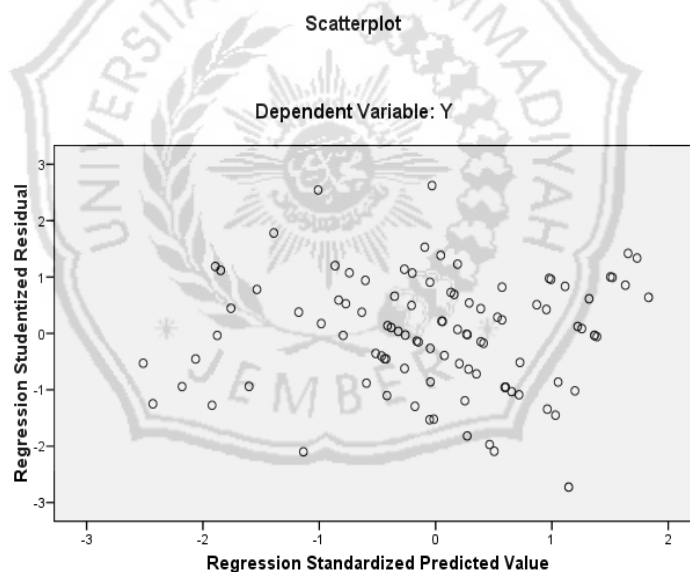
Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan hasil analisis *Collinearity Statistic* diketahui bahwa dalam model tidak terjadi multikolinearitas. Hal ini dapat dilihat pada lampiran 6 dimana nilai VIF dari masing-masing variabel kurang dari 10.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Prosedur dilakukan adalah mendeteksi dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada *scatter plot* pada lampiran 6, dimana sumbu X adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu Y adalah residual ( $Y$  prediksi –  $Y$  sesungguhnya) yang telah di-*studentized*. Dasar pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (*points*) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

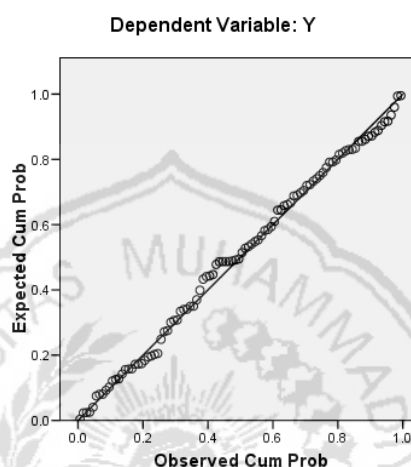
Sumber: Lampiran 6

Hasil analisis dari grafik *scatterplots* pada Gambar 4.2 terlihat titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

## 3. Uji Normalitas

Normalitas data adalah syarat yang harus dipenuhi oleh suatu sebaran data sebelum melakukan analisis regresi. Hal ini berguna untuk menghasilkan model regresi yang baik. Model regresi yang baik adalah data yang berdistribusi normal atau mendekati normal (Ghozali, 2013:147). Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Gambar 4.3 berikut.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.3 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Gambar 4.3 diketahui grafik hasil uji normalitas terhadap model regresi, terdapat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka model regresi layak dipakai karena telah memenuhi asumsi normalitas.

#### 4.2.4 Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian regresi linear berganda berguna untuk mengetahui tingkat pengaruh variabel independen (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah). Berdasarkan pengujian diperoleh hasil yang dapat disajikan dalam tabel berikut.

Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda

Variabel	Koef. Regresi	$t_{hitung}$	Sig.	Keterangan
Konstanta	1,871	1,398	0,439	-
Kehandalan	0,439	3,506	0,001	Signifikan

Daya tanggap	0,324	2,617	0,010	Signifikan
Jaminan	0,396	3,090	0,003	Signifikan
Empati	0,268	2,149	0,034	Signifikan
Bukti fisik	0,254	1,849	0,068	Tidak Signifikan
				<i>Adj. R Square</i> = 0,520
				<i>F<sub>hitung</sub></i> = 22,433
				<i>Sig. F</i> = 0,000
				<i>n</i> = 100

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan hasil tersebut dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 1,871 + 0,439X_1 + 0,324X_2 + 0,396X_3 + 0,268X_4 + 0,254X_5$$

Interpretasi atas hasil analisis tersebut dapat dinyatakan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 1,871, menunjukkan kepuasan nasabah pada saat variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik sama dengan nol. Dalam hal ini kepuasan nasabah masih tercapai meskipun tanpa kelima variabel tersebut yang disebabkan oleh faktor lain.
2.  $b_1 = 0,439$ , artinya apabila variable daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisiksama dengan nol, maka peningkatan variabel kehandalan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,439 satuanatau dikatakan cukup besar.
3.  $b_2 = 0,324$  artinya apabila variable kehandalan, jaminan, empati, dan bukti fisiksama dengan nol, maka peningkatan variabel daya tanggap sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,324 satuanatau dikatakan kecil.
4.  $b_3 = 0,396$  artinya apabila variable kehandalan, daya tanggap, empati, dan bukti fisik sama dengan nol, maka peningkatan variabel jaminan sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,396 satuanatau dikatakan kecil.
5.  $b_4 = 0,268$  artinya apabila variable kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan bukti fisik sama dengan nol, maka peningkatan variabel empatisebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,268 satuan atau dikatakan kecil.
6.  $b_5 = 0,254$  artinya apabila variable kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan

empati sama dengan nol, maka peningkatan variabel bukti fisik sebesar satu satuan akan meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,254 satuan atau dikatakan kecil.

#### 4.2.5 Koefisien Determinasi Berganda ( $R^2$ )

Nilai koefisien determinasi berganda ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui besarnya sumbangan dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Nilai koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1. Apabila  $R^2 = 1$ , maka garis regresi dari model tersebut memberikan sumbangan sebesar 100% terhadap perubahan variabel terikat. Apabila  $R^2 = 0$ , maka model tersebut tidak bisa mempengaruhi atau tidak bisa memberikan sumbangan terhadap perubahan variabel terikat. Kecocokan model akan semakin lebih baik apabila mendekati satu.

Berdasarkan hasil analisis yang bisa dilihat pada Tabel 4.11 diperoleh hasil koefisien determinasi berganda (Adj.  $R^2$ ) sebesar 0,520, hal ini berarti 52,0% variasi perubahan kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik sedangkan sisanya sebesar 48,0% disebabkan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam persamaan regresi yang dibuat seperti promosi, *customer relationship management*, produk, dan lainnya.

#### 4.2.6 Pengujian Hipotesis

##### 1. Hasil Uji F

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah secara bersama-sama. Secara bersama-sama variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik akan terbukti berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah jika nilai probabilitas  $< 0,05$ . Sebaliknya jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat dilihat bahwa nilai F hitung sebesar 22,433 lebih besar daripada F tabel ( $22,433 > 3,31$ ) dan nilai probabilitas (Pvalue)  $< 0,05$  atau ( $0,000 < 0,05$ ) maka disimpulkan kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati,



dan bukti fisik terbukti berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo terbukti kebenarannya atau  $H_{a1}$  diterima.

## 2. Hasil Uji t

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Caranya adalah dengan membandingkan nilai signifikansi  $t_{hitung}$  dengan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) yang digunakan yaitu 5%. Masing-masing variabel bebas dikatakan mempunyai pengaruh yang signifikan (nyata) apabila nilai signifikansi  $t_{hitung}$  lebih kecil dari 5% ( $\alpha$ ).

Hasil perhitungan uji t dengan menggunakan program *SPSS for Windows* dapat dilihat pada Tabel 4.11. Berdasarkan tabel tersebut dapat diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut:

a. Pengaruh variabel kehandalan ( $X_1$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui signifikansi variabel kehandalan ( $X_1$ )  $< \alpha$  yaitu  $0,001 < 0,05$ . Karena tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka  $H_0$  ditolak, berarti variabel kehandalan ( $X_1$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo (Y). Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel kehandalan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo terbukti kebenarannya atau  $H_{a2}$  diterima.

b. Pengaruh variabel daya tanggap ( $X_2$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui signifikansi variabel daya tanggap ( $X_2$ )  $< \alpha$  yaitu  $0,010 < 0,05$ . Karena tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka  $H_0$  ditolak, berarti variabel daya tanggap ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo (Y). Sehingga, hipotesis yang

menyatakan bahwa variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo terbukti kebenarannya atau  $H_{a3}$  diterima.

c. Pengaruh variabel jaminan ( $X_3$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui signifikansi variabel jaminan ( $X_3$ )  $< \alpha$  yaitu  $0,003 < 0,05$ . Karena tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka  $H_0$  ditolak, berarti variabel jaminan ( $X_3$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo (Y). Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel jaminan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo terbukti kebenarannya atau  $H_{a4}$  diterima.

d. Pengaruh variabel empati ( $X_4$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui signifikansi variabel empati ( $X_4$ )  $< \alpha$  yaitu  $0,034 < 0,05$ . Karena tingkat probabilitasnya lebih kecil dari 5%, maka  $H_0$  ditolak, berarti variabel empati ( $X_4$ ) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo (Y). Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel empati mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo terbukti kebenarannya atau  $H_{a5}$  diterima.

e. Pengaruh variabel bukti fisik ( $X_5$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y)

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui signifikansi variabel bukti fisik ( $X_5$ )  $> \alpha$  yaitu  $0,068 > 0,05$ . Karena tingkat probabilitasnya lebih besardari 5%, maka  $H_0$  diterima, berarti variabel bukti fisik ( $X_5$ ) tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo (Y). Sehingga, hipotesis yang menyatakan bahwa variabel bukti fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo tidak terbukti kebenarannya atau  $H_{a6}$ ditolak.

### 3. Hasil Analisis Koefisien Korelasi Parsial ( $r_{\text{partial}}$ )

Analisis koefisien korelasi parsial digunakan untuk mengetahui variabel bebas mana yang dominan terhadap variabel terikat yaitu dengan melihat variabel yang memiliki nilai  $t_{\text{hitung}}$  tertinggi = 3,506 serta nilai signifikansi (sig.) terkecil = 0,001. Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa dari kelima variabel (kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) yang memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen adalah variabel kehandalan ( $X_1$ ). Sehingga, hipotesis yang menyatakan variabel kehandalan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo terbukti kebenarannya ( $H_{a7}$  diterima).

### 4.3 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo. Setelah dilakukan pengujian statistik secara parsial (individu) dengan menggunakan uji F, uji t, dan koefisien korelasi parsial ( $r_{\text{partial}}$ ), maka analisis lebih lanjut dari hasil analisis regresi adalah sebagai berikut.

*Pertama*, variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Pengaruh yang signifikan ini dapat diartikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang terdiri dari kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang ada pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo akan meningkatkan kepuasan nasabah konsumen. Temuan penelitian ini sesuai dan mendukung temuan penelitian yang dilakukan Farisman dan Satrio (2013) menyebutkan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Tjiptono (2007: 24) yang menyatakan bahwa dengan kualitas pelayanan yang baik maka kepuasan akan tercipta pada konsumen dan dengan kepuasan ini mereka akan selalu berusaha untuk menggunakan produk atau jasa tersebut yang pada dasarnya hal ini akan menjadi

suatu keunggulan bersaing bagi penyedia layanan jasa ataupun produk itu sendiri, semakin kuatnya persaingan di era globalisasi ini tentu diperlukan pemikiran yang kuat dan smart dari para manager-manager perusahaan, mereka harus mengombinasikan kualitas pelayanan yang baik dengan tujuan kepuasan konsumennya akan tetapi harga yang di tetapkannyapun harus mampu bersaing di pasaran, tentunya dengan tidak meninggalkan pentingnya kualitas pelayanannya.

*Kedua*, variabel kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Pengaruh yang positif dapat diartikan bahwa semakin baik kehandalan yang ada pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo akan meningkatkan kepuasan nasabah konsumen. Temuan penelitian ini sesuai dan mendukung temuan penelitian yang dilakukan Farisman dan Satrio (2013), Koestanto (2015), dan Yulianti (2013) menyebutkan bahwa variabel kehandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pelanggan. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Lupiyoadi (2001:148) yang menyatakan bahwa jika penilaian konsumen terhadap kehandalan buruk, maka kepuasan konsumen akan rendah yang selanjutnya mempengaruhi kepuasan nasabah konsumen. Hasil penelitian yang menyatakan kehandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah konsumen pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo didukung oleh penilaian konsumen yang positif terhadap kehandalan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo. Penilaian positif konsumen dapat dilihat dari tanggapan konsumen bahwa PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo memiliki kemampuan untuk memberikan pelayanan perbankan seperti yang dijanjikan dan pegawai PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo selalu siap memberikan pelayanan kepada setiap nasabah yang datang dalam hal kehandalan, mampu mendorong terciptanya kepuasan nasabah konsumen.

*Ketiga*, variabel daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung temuan penelitian yang dilakukan Farisman dan Satrio (2013), Koestanto (2015), dan Yulianti (2013) menyebutkan bahwa variabel keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pelanggan. Temuan penelitian ini sesuai dengan teori Lupiyoadi (2001:148) yang menyatakan bahwa semakin baik penilaian konsumen terhadap

daya tanggap maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi. Pengaruh daya tanggap yang signifikan terhadap kepuasan nasabah konsumen pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo didukung oleh penilaian konsumen yang positif terhadap daya tanggap pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo. Faktor daya tanggap yang dinilai baik dapat dilihat melalui pegawai PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo mampu untuk cepat tanggap dalam melayani setiap transaksi yang dilakukan nasabah dan pegawai PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo mampu untuk menangani dan memperhatikan keluhan nasabah merupakan suatu faktor yang menentukan kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.

*Keempat*, variabel jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung temuan penelitian yang dilakukan Farisman dan Satrio (2013), Koestanto (2015), dan Yulianti (2013) menyebutkan bahwa variabel jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pelanggan. Temuan penelitian ini sesuai dengan teori Lupiyoadi (2001:148) yang menyatakan bahwa semakin baik penilaian konsumen terhadap jaminan maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi dan akhirnya mendorong konsumen untuk loyal. Pengaruh jaminan yang signifikan terhadap kepuasan nasabah konsumen pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo didukung oleh penilaian konsumen yang positif terhadap jaminan pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo. Faktor jaminan yang dinilai baik dapat dilihat melalui PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo memberikan jaminan keamanan atas semua transaksi perbankan yang dilakukan nasabah dan pegawai PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo memiliki pengetahuan dan kecakapan yang baik berkaitan dengan produk dan layanan perbankan merupakan suatu faktor yang menentukan kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.

*Kelima*, variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dan mendukung temuan penelitian yang dilakukan Farisman dan Satrio (2013), Koestanto (2015), dan Yulianti (2013) menyebutkan bahwa variabel empati berpengaruh positif terhadap kepuasan

nasabah pelanggan. Temuan penelitian ini sesuai dengan teori Lupiyoadi (2001:148) yang menyatakan bahwa semakin baik penilaian konsumen terhadap empati maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi dan akhirnya mendorong konsumen untuk loyal. Pengaruh empati yang signifikan terhadap kepuasan nasabah konsumen pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo didukung oleh penilaian konsumen yang positif terhadap empati pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo. Hal ini berarti faktor empati yang diukur melalui pegawai PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo bersikap baik dan perhatian dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan pegawai PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo memiliki pemahaman yang baik terhadap keinginan perbankan merupakan suatu faktor yang menentukan kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.

*Keenam*, variabel bukti fisik berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan temuan penelitian yang dilakukan Farisman dan Satrio (2013), Koestanto (2015), dan Yulianti (2013) yang menyebutkan bahwa variabel bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pelanggan. Temuan penelitian ini juga tidak sesuai dengan teori Lupiyoadi (2001:148) yang menyatakan bahwa semakin baik penilaian konsumen terhadap bukti fisik maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi dan akhirnya mendorong konsumen untuk loyal. Pengaruh bukti fisik yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah konsumen pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo lebih disebabkan adanya penilaian nasabah bahwa kondisi bukti fisik hampir setiap bank adalah sama, seperti kondisi gedung, ruang pelayanan, serta kerapian karyawan. Hal ini berarti faktor bukti fisik yang diukur melalui gedung dan ruang pelayanan yang memadai serta penampilan pegawai yang rapi bukan merupakan suatu faktor yang menentukan kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.

Dan *ketujuh*, variabel kehandalan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori Lupiyoadi (2001:148), bahwa berkaitan dengan layanan perbankan, nasabah lebih memperhatikan aspek kehandalan dalam menilai kualitas layanan perbankan. Kehandalan layanan

perbankan merupakan yaitu kemampuan bank dan pegawainya untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.



## **BAB 5**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.
2. Variabel kehandalan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.
3. Variabel daya tanggap mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.
4. Variabel jaminan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.
5. Variabel empati mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.
6. Variabel bukti fisik tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.
7. Variabel kehandalan memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo.

#### **5.2 Saran**

Dari hasil penelitian ini kiranya peneliti dapat memberikan saran, diantaranya:

1. Hasil penelitian membuktikan bahwa kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo, oleh karena itu hendaknya pihak PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. Cabang Situbondo selalu memperhatikan hal-hal khususnya yang berkaitan dengan kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, seperti pemberian pelayanan perbankan seperti yang dijanjikan, cepat tanggap dalam



melayani setiap transaksi yang dilakukan nasabah, jaminan keamanan atas semua transaksi perbankan yang dilakukan nasabah, pemahaman yang baik terhadap keinginan perbankan, dan lainnya.

2. Hasil penelitian ini hanya mampu menjelaskan kepuasan nasabah sebesar 54,4%, sehingga masih ada faktor lain di luar model yang diteliti yang mampu menjelaskan kepuasan nasabah. Oleh karena itu disarankan bagi penelitian lanjutan untuk menambahkan variabel lain seperti promosi, *customer relationship management*, produk, dan lain-lain. Sehingga dapat memperoleh hasil temuan yang lebih baik dan berguna bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.



