

**PENGARUH KEADILAN LAYANAN, KUALITAS LAYANAN,
KEPERCAYAAN DAN CITRA BANK TERHADAP
KEPUASAN NASABAH**
(Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang
Semarang)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Menyelesaikan Jenjang Strata Satu
pada Program Studi Manajemen**



Disusun Oleh :

Nama	: Siti Romdhonah
Nim	: 1.21.15.0010
Program Studi	: Manajemen
Jenjang	: Strata Satu (S1)

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNNIVERSITAS AKI
SEMARANG
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Keadilan Layanan, Kualitas Layanan,
Kepercayaan dan Citra Bank Terhadap Kepuasan
Nasabah (Studi kasus pada PT. Bank Tabungan Negara
(Persero) Tbk Cabang Semarang)

Penulis : Siti Romdhonah

NIM : 1.21.15.0010

Program Studi : Manajemen

Jenjang : Strata Satu (S1)

Pembimbing I : Yani Prihati, S.Si., M.Kom

Pembimbing II : Ika Listyawati, S.E., M.Si.,Akt

Telah disetujui dan diterima oleh pembimbing
untuk diujikan

Semarang, Maret 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

(Yani Prihati, S.Si., M.Kom)
NIDN : 0602017001

(Ika Listyawati, S.E., M.Si.,Akt)
NIDN : 0611108801

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

(Puji Setya Sunarka, S.Pd., S.E., M.Si)

NIDN : 0614098603

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Keadilan Layanan, Kualitas Layanan,
Kepercayaan dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah
(Studi kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero)
Tbk Cabang Semarang)

Penulis : Siti Romdhonah

NIM : 1.21.15.0010

Program Studi : Manajemen

Jenjang : Strata Satu (S1)

Telah diuji dan dinyatakan LULUS oleh

Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas AKI

di : Semarang

pada : ... April 2019

	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Yani Prihati, S.Si., M.Kom	1.....
2. Sekretaris	: Ika Listyawati, S.E., M.Si.,Akt	2.....
3. Penguji Tamu	: Dr. Tri Purwani, S.E., M.M	3.....

Disahkan di Semarang, April 2019

Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

(Dr. Harries Arizona Ismail, S.E., M.M., M.Kom)

NIDN : 0618127802

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Romdhonah

NIM : 1.21.15.0010

Program Studi : Manajemen

Jenjang : Strata Satu (S1)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

“PENGARUH KEADILAN LAYANAN, KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN CITRA BANK TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang)”

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari skripsi orang lain. apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, April 2019
Pembuat Pernyataan

Siti Romdhonah
NIM : 1.21.15.0010

MOTTO dan PERSEMBAHAN

MOTTO

- Selalu mengutamakan yang empunya kehidupan Allah SWT dan orang tua dalam segala hal.
- Jadi diri sendiri dalam keadaan apapun, selalu bersyukur dengan apa yang kita dapat dan miliki saat ini.
- Berdo'a dan berusaha untuk dapat mencapai suatu hal. Karena berdo'a tanpa usaha tidak akan ada hasil yang berkah, begitupun sebaliknya.
- Bersahabatlah dan lebih menghargai waktu karena ia yang akan membawamu pada keberhasilan.
- Kerjakan apapun yang bisa kita kerjakan, kalau bisa dikerjakan hari ini jangan nunggu besok.
- Bersikap dan perlakukan orang lain sebagaimana kita ingin diperlakukan.

PERSEMBAHAN

- Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT yang memberikan rahmat dan anugerah-Nya kemudahan serta kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- Kepada bapak ibuk, saudara dan semua keluarga tersayang atas doa dan support kalian yang luar biasa.
- Kepada manajemen 2015 serta teman-teman sahabat senasib seperjuangan yang saling mengingatkan, menguatkan, dan memotivasi.

- Nurul, Widia, Sekar, Ida, Pak Budi

-Sholihah 627 A (Bu Ana, Susi, Uus, Fera, Devi, Tiyas)

- Keluarga besar Bank Tabungan Negara kantor Cabang Semarang yang telah mengijinkan untuk magang serta melakukan penelitian.
- Lembaga tercinta Universitas AKI Semarang

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga laporan kerja praktek ini dapat berjalan dengan lancar dan selesai tepat waktu. Skripsi ini disusun berdasarkan kode etik penulisan karya ilmiah.

Pada kesempatan ini banyak terimakasih penulis sampaikan atas bimbingan, arahan, dukungan, kerjasama, dan semangat kepada :

1. Dr. Tri Purwani, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas AKI
2. Yani Prihati, S.si.,M.Kom selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahnya dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ika Listyawati, S.E., M.Si.Akt selaku pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahnya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Harries Arizonia Ismail, S.E., M.M., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis
5. Puji Setya Sunarka, S.Pd.,S.E.,M.Si selaku Kaprodi Manajemen
6. Keluarga besar dan teman-teman yang sudah memberikan doa serta dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
7. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang yang telah menijinkan magang dan keluarga besar Unit Accounting yang selalu memberikan pengarahan dan ilmu sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta pengalaman yang bermanfaat.

8. Seluruh dosen dan staff pengajaran program studi Ekonomika dan Bisnis Universitas AKI yang telah memberikan nasehat dan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan khususnya bagi mahasiswa prodi manajemen dan lembaga Universitas AKI serta PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta penyempurnaan kepuasan nasabah pada instansi. Demikian laporan ini dibuat. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan, untuk itu saran dan kritik bersifat membangun diharapkan demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Semarang, Maret 2019

Penulis

Siti Romdhonah

NIM : 1.21.15.0010

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang. Data pada penelitian ini berupa data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada 75 responden, menggunakan teknik *random sampling*.

Data dianalisis menggunakan *regresi linear berganda* dengan aplikasi *software SPSS20*. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Keadilan layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang. (2) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang. (3) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang. (4) Citra bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang.

Implikasi penelitian ini adalah pihak PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang harus lebih mencermati dan menindaklanjuti aspek-aspek keadilan layanan melalui indikator-indikator pada variabel tersebut karena hasil yang tidak signifikan tetap berpengaruh namun tidak cukup bukti sehingga dapat menerima H_0 namun belum tentu menolak H_a . Pada variabel lainnya yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dapat dipertahankan. Bank perlu menjaga keberlangsungan keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra agar tetap mencapai kepuasan nasabah.

Kata Kunci : Keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan, citra bank, kepuasan nasabah

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of justice service, quality service, trust and bank image on customer satisfaction at PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Semarang. The data in this study are primary data. Data collection is done by distributing questionnaires to 75 respondents, using random sampling techniques.

Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS20 software application. The results of the study show: (1) Justice services have a positive and not significant effect on customer satisfaction at PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. (2) Quality Service has a positive and significant effect on customer satisfaction of PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk (3) Trust has a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Semarang Branch State Savings Bank (Persero) Tbk. (4) Bank image has positive and significant effect on customer satisfaction of PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk

The implication of this research is PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk must pay more attention and follow up on aspects of justice service through indicators on these variables because insignificant results remain influential but there is insufficient evidence to be able to accept H_0 but not necessarily reject H_a . In other variables that have a positive and significant effect on customer satisfaction can be maintained. Banks need to maintain the continuity of service justice, service quality, trust and image in order to continue to achieve customer satisfaction.

Keywords: Justice

service, quality service, trust, bank image, customer satisfaction.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO DAN PERSEMAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Keadilan Layanan	13
2.1.2 Kualitas Layanan	15

2.1.3 Kepercayaan.....	16
2.1.4 Citra Bank	17
2.1.5 Kepuasan Nasabah	18
2.2 Penelitian Terdahulu	20
2.3 Kerangka Pikir Teoritis	26
2.4 Hipotesis Penelitian.....	27
2.4.1 Keadilan Layanan	27
2.4.2 Kualitas Layanan	28
2.4.3 Kepercayaan.....	29
2.4.4 Citra Bank	30
BAB III METODE PENELITIAN	33
3.1 Jenis Penelitian.....	33
3.2 Lokasi Penelitian.....	33
3.3 Definisi Operasional.....	34
3.4 Jenis dan Sumber Data	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	36
3.6 Populasi dan Sampel	38
3.7 Teknik Pengambilan Sampel.....	39
3.8 Teknik Analisis Data.....	39
3.8.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	39
3.9 Uji Asumsi Klasik	41
3.9.1 Uji Normalitas	41
3.9.2 Uji Multikolinieritas	41

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas	42
3.10 Analisis Regresi Berganda	44
3.11 Uji Hipotesis	44
3.11.1 Uji Parsial (Uji t)	44
3.11.2 Uji Simultan (Uji F).....	44
3.12 Uji Koefisien Determinasi	45
BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	47
4.1 Sejarah Singkat BTN.....	47
4.2 Visi dan Misi	50
4.3 Struktur Organisasi	50
4.4 Lokasi Perusahaan.....	53
4.5 Budaya Kerja.....	53
4.6 <i>Job Descriptions</i> Setiap Unit BTN Cabang Semarang	55
4.7 Produk Dana dan Jasa Bank Tabungan Negara	69
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	73
5.1 Deskripsi Responden.....	73
5.1.1 Deskripsi Resonden Berdasarkan Jenis Kelamin	74
5.1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	74
5.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	75
5.2 Analis Deskriptif	75
5.2.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Keadilan Layanan	77
5.2.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan	79
5.2.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan.....	81

5.2.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Bank	83
5.2.5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan nasabah	84
5.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	86
5.3.1 Uji Validitas	86
5.3.1 Uji Reliabilitas.....	87
5.4 Uji Asumsi Klasik	88
5.4.1 Uji Normalitas.....	88
5.4.2 Uji Multikolinieritas.....	90
5.4.3 Uji Heteroskedastisitas.....	91
5.5 Analisis Regresi Linier Berganda	93
5.6 Pengujian Hipotesis.....	95
5.6.1 Uji t	98
5.6.2 Uji F	99
5.7 Koefisien Determinasi.....	99
5.8 Pembahasan.....	100
5.8.1 Pengaruh Keadilan Layanan terhadap Kepuasan Nasabah	100
5.8.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah	101
5.8.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap kepuasan Nasabah	103
5.8.4 Pengaruh Citra Bank terhadap Kepuasan Nasabah.....	104
BAB VI PENUTUP	108
6.1 Kesimpulan Penelitian	108
6.2 Saran.....	110
DAFTAR PUSTAKA	112

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Research Gap</i>	6
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.2 Definisi Operasional	34
Tabel 5.1 Jenis Kelamin Responden	73
Tabel 5.2 Kategori Usia Responden.....	74
Tabel 5.3 Tingkat Pendidikan Responden	75
Tabel 5.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keadilan Layanan (X_1)	77
Tabel 5.5 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan (X_2)	79
Tabel 5.6 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X_3).....	81
Tabel 5.7 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Bank (X_4).....	83
Tabel 5.8 Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	84
Tabel 5.9 Hasil Uji Validitas.....	86
Tabel 5.10 Hasil Uji Reliabilitas	88
Tabel 5.11 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 5.12 Hasil Uji Multikolinieritas	90
Tabel 5.13 Hasil Uji Glejser	92
Tabel 5.14 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	93
Tabel 5.15 Hasil Uji t.....	96
Tabel 5.16 Hasil Uji F	99
Tabel 5.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir Teoritis	27
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	52
Gambar 5.1 Hasil Uji Normalitas.....	89
Gambar 5.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas	92

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini, salah satu usaha jasa yang telah mengalami perkembangan yaitu dalam usaha perbankan yang merupakan bagian penting dari sistem keuangan guna kelancaran kegiatan perekonomian suatu negara. Bank adalah suatu badan usaha yang menyimpan dana dari masyarakat yang kemudian akan disalurkan kembali pada masyarakat ke dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat (Kasmir, 2010).

Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kemudian disebut Bank BTN sebagai salah satu Bank BUMN yang berdiri 57 tahun yang lalu, telah mampu mengemban tugas Negara dalam membantu mendorong pertumbuhan ekonomi terutama di sektor perumahan rakyat. Kepercayaan masyarakat dan tempaan waktu telah mengantarkan Bank BTN terus melangkah maju di tengah pasang surut perekonomian makro dan persaingan perbankan yang cukup ketat. Sampai dengan 31 Desember 2005 PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk telah memiliki 207 Kantor Cabang dan 151 Kantor Pos online yang mampu menjangkau wilayah Indonesia dengan fasilitas 211 unit ATM dan didukung ± 5,000 ATM yang tergabung dalam jaringan ATM Link HIMBARA (Bank BTN, Bank BNI, Bank Mandiri dan Bank BRI) ditambah 7 Kantor Cabang Syariah yang tersebar di 8 kota, yaitu : Jakarta, Surabaya, Semarang, Bandung, Yogyakarta, Medan, Makasar, dan Solo (www.btn.co.id)

Tujuan paling utama dari suatu usaha adalah menciptakan kepuasan bagi para konsumen. Apakah nasabah terpuaskan setelah dilayani tergantung pada kinerja penawaran dengan ekspektasi nasabah dan apakah nasabah menginterpretasikan adanya penyimpangan antara keduanya. Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting untuk dipertahankan oleh Bank dan perusahaan karena kepuasan tersebut berkaitan langsung dengan nilai keberhasilan dari suatu produk dan pelayanan yang diberikan (Naik *et al.*, 2010).

Menurut Alfisyahrin (2012) kepuasan nasabah merupakan konsep yang sangat relevan. Logika sederhana dari para pelaku bisnis adalah bahwa apabila nasabahnya puas, pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis mereka di masa mendatang. Alfisyahrin (2012) mendefinisikan bahwa kepuasan nasabah akan mempengaruhi kinerja keuangan setiap perusahaan. Ini logika dan pengalaman sehari-hari dalam menjalankan bisnis membuktikan hal ini. Jadi dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis.

Mencermati perkembangan bisnis perbankan, berbagai upaya dilakukan perusahaan perbankan untuk tetap bertahan hidup dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat dengan perusahaan-perusahaan perbankan lainnya. Salah satu cara yang harus ditempuh perusahaan dalam hal ini adalah menentukan strategi yang tepat supaya dapat bertahan ditengah persaingan serta meningkatkan pelayanannya. Namun dalam melakukan strateginya, perusahaan akan mengalami suatu kegagalan apabila tanpa didukung baik oleh pihak internal perusahaan itu

sendiri maupun pihak luar perusahaan yang dalam hal ini adalah para nasabah yang selalu menuntut kepuasan dari perusahaan perbankan. Strategi yang dapat dilakukan yakni dengan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan antara lain keadilan layanan, kualitas layanan, citra bank, dan kepercayaan.

Keadilan Layanan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan dari tingkat keadilan dalam perilaku layanan perusahaan. Penilaian pelanggan terhadap keadilan layanan muncul ketika pelanggan membandingkan layanan yang dirasakan dengan standar layanan pelanggan, berdasarkan perbandingan tersebut pelanggan merasa diperlakukan adil atau tidak adil (Seiders *et al* dalam Zhu *et al*, 2012). Keadilan layanan dapat diukur dengan menggunakan empat dimensi yang meliputi keadilan distributif (*distributive fairness*), keadilan prosedural (*procedural fairness*), keadilan interpersonal (*interpersonal fairness*), dan keadilan informasional (*informational fairness*).

Kualitas layanan merupakan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi nasabahnya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut kermulut, keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Yavas *et al.*, 2004). Berry dalam Sainy (2010) mengatakan kualitas pelayanan merupakan hal penting untuk mengetahui perilaku pelanggan, bertambahnya pelanggan dan pesaing. Kualitas Layanan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan pelanggan jangka panjang di dalam Institusi Keuangan (Lymperopoulus *et al.*, 2006 dalam Zhu *et al*, 2012) Terutama pada Strategi Perbankan yang mulai berfokus pada pelanggan dengan cara meningkatkan Kualitas Pelanggan, didalam ekspektasi pelanggan dan persepsi pelanggan terdapat lima komponen yaitu, bukti fisik

(*tangibility*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kualitas pelayanan yang baik menjadi salah satu syarat kesuksesan dalam perusahaan jasa. Kualitas layanan dalam perusahaan jasa sering dikondisikan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima secara nyata.

Kepercayaan juga termasuk dalam persepsi pelanggan atas kepuasan pelanggan selain itu kepercayaan juga akan membuat hubungan menjadi lebih kuat (Chen *et al.*, 2012). Menurut Lau dan Lee dalam (Chen *et al.*, 2012) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan (*willingness*) seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan risiko tertentu. Sementara Johnson dalam (Chen *et al.*, 2012) mendefinisikan kepercayaan terhadap merek terbentuk pada pihak lain dengan risiko tertentu, kepercayaan terhadap merek terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya. Trust terjadi ketika suatu kelompok percaya bahwa tindakan kelompok yang lain akan memberikan hasil yang positif baginya.

Citra merupakan keyakinan, gagasan dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, maka citra perusahaan merupakan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima oleh nasabah (Kotler dan Keller, 2009). Citra perusahaan dihasilkan dengan pengalaman konsumsi pelanggan yang berikutnya akan menentukan persepsi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian (Gan *et al.*, 2011) citra bank dapat diukur dengan indikator antara lain memiliki citra yang baik dibenak nasabah, bank memiliki kestabilan usaha, dapat dipercaya dibandingkan dengan bank lain dan memiliki citra yang kuat.

Sampel pada penelitian ini yaitu nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang, dengan jumlah sampel sebanyak 75 nasabah. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu suatu sampel dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk ditetapkan sebagai anggota sampel. Dengan teknik semacam itu maka terpilihnya individu menjadi anggota sampel benar-benar atas dasar faktor kesempatan (*chance*) dalam arti memiliki kesempatan yang sama, bukan karena adanya pertimbangan subjektif dari peneliti (Uma Sekaran dan Roger Bougie, 2017). Dari data yang diperoleh, maka dilakukan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda guna mengetahui atau memprediksi perubahan yang terjadi pada variabel tertentu karena dipengaruhi oleh berubahnya variabel yang lain.

Hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Arde Prayoga (2017) menunjukkan bahwa keadilan layanan dan kualitas layanan berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil lain dari penelitian sebelumnya oleh Marina Malian (2015) menunjukkan bahwa kepercayaan dan citra berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu terdapat hasil dari beberapa lainnya dari penelitian terdahulu yang telah rangkum dalam tabel 1.1 *Research Gap*.

Tabel 1. 1
Research Gap

Variabel Dependen	Variabel Independen	Pengaruhnya	Nama Jurnal	Nama Peneliti
Kepuasan Nasabah	Keadilan Layanan	Signifikan	Jurnal Siasat Bisnis Vol.17, No.2	Albari (2013)
		Tidak Signifikan	Artikel Ilmiah	Arde Prayoga (2017)
	Kualitas Layanan	Signifikan	Jurnal EMBA Vol.3, N0.3	Natalia Ribka Lumempo, Silvy Mandey, Jopie Jorie Rotinsulu
		Tidak Signifikan	Artikel Ilmiah	Arde Prayoga (2017)
	Kepercayaan	Signifikan	Jurnal BISNISS Vol.3, No.1	Muhammad Bahrudin, Siti Zuhrio (2015)
		Positif dan signifikan	Jurnal EMBA Vol.4, No.4	Farah Diza,Silcyjeova Moniharapon, Imelda W. Jogi (2016)
	Citra Bank	Positif dan Signifikan	Jurnal Bisnis Darmawijaya Vol.2, No.2	Marina Malian (2015)
		Signifikan	Artikel Ilmiah	Maria Hanik Dwi Artika (2017)

Sumber : Berbagai Jurnal Penelitian Terdahulu

Berdasarkan latar belakang yang telah diungkapkan maka penulis membuat penelitian berjudul “Pengaruh Keadilan Layanan, Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Semarang)”.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah keadilan layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
3. Apakah kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
4. Apakah citra bank berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?
5. Apakah keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan menjadi terarah dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan dan menjelaskan ruang lingkup penelitian, maka diperlukan sebuah batasan masalah. Dalam hal ini penulis membatasi dengan beberapa hal berikut ini:

1. Penelitian ini hanya dilakukan pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang, Indonesia.
2. Penelitian ini memfokuskan pada faktor-faktor variabel dependen kepuasan nasabah (Y) diantaranya :
 - a) Keadilan layanan (X_1). Pada variabel keadilan layanan (X_1) terdapat 4 dimensi yaitu keadilan interpersonal, keadilan informasional, keadilan distributif, dan keadilan prosedural.
 - b) kualitas layanan (X_1). Pada variabel kualitas layanan (X_2) terdapat 5 dimensi yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.
 - c) kepercayaan (X_3) , citra bank (X_4).

1.4 Tujuan penelitian

Pada penelitian ini yang hendak dicapai, diharapkan dan diprediksikan tindakan yang akan dilakukan sehingga hambatan yang mungkin terjadi dapat dikurangi. Adapun secara umum tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini antara lain :

1. Untuk menganalisis pengaruh keadilan layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang.
3. Untuk menganalisis pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang.
4. Untuk menganalisis pengaruh citra bank terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang.
5. Untuk menganalisis pengaruh keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

Hasil penelitian ini sebagai saran melatih untuk berfikir secara ilmiah pada bidang perbankan yang khususnya berkaitan dengan faktor-faktor kepuasan nasabah diantaranya keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank.

2. Bagi Universitas AKI

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan pada ruang lingkup manajemen, khususnya dibidang manajemen marketing. Selain itu terciptanya hubungan kerja sama yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak, yaitu dapat menempatkan mahasiswa yang potensial untuk mendapatkan pengalaman di lembaga keuangan yang bersangkutan.

3. Bagi Bank BTN

Merupakan sarana untuk menjembatani antara instansi atau perusahaan dengan lembaga pendidikan untuk bekerja sama lebih lanjut baik bersifat akademis maupun non akademis. Perusahaan dapat melihat tenaga kerja yang potensial dikalangan mahasiswa, apabila suatu saat perusahaan membutuhkan karyawan bisa merekrut mahasiswa tersebut. Selanjutnya hasil dari penelitian ini dapat menjadikan informasi bagi Bank BTN mengenai tercapainya kepuasan nasabah sehingga dapat melakukan tindakan-tindakan yang tepat dalam mencapai kepuasan nasabah.

4. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan rujukan bagi penelitian selanjutnya serta sebagai pertimbangan bagi organisasi yang menghadapi masalah serupa.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini dikelompokkan menjadi enam bab, yaitu bab pendahuluan, bab landasan teori, bab metode penelitian, bab gambaran umum perusahaan, bab hasil dan pembahasan, serta bab penutup.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisikan tentang Latar Belakang yang akan dibahas, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan berisi teori-teori yang mendasari masalah yang diteliti, dan apa saja yang mempengaruhi nilai perusahaan serta penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis yang akan diuji dalam penelitian ini untuk kelayakan dari hasil penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan rencana dan prosedur penelitian yang dilakukan untuk memperoleh jawaban yang sesuai dengan penelitian yang berupa pendekatan penelitian, tempat dan waktu penelitian serta berisi tentang variabel penelitian, menentukan populasi dan sampel jenis, sumber data, dan metode pengumpulan data.

BAB IV : GAMBAR UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini membahas tentang mengenai gambaran umum perusahaan, obyek penelitian meliputi data-data dan hal lain yang dapat digunakan untuk memaparkan permasalahan yang akan di bahas pada perusahaan yang akan diteliti.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas tentang hasil penelitian, analisis data pengujian hipotesis dengan menggunakan alat analisis.

BAB VI : PENUTUP

Dalam menganalisis permasalahan yang ada. Pada bab ini berisi landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Landasan Teori

Pada penelitian kali ini, penulis mengacu pada teori signal dalam pengambilan judul serta hasil ahir dari penelitian. Teori signal (*signaling theory*) merupakan salah satu langkah yang digunakan oleh menejemen perusahaan untuk ditujukan kepada para investor tentang cara pandang manajemen terhadap prospek dimasa yang akan datang (Brigham dan Houston, 2006). Hardiningsih (2009) menyatakan bahwa sinyal positif yang diberikan dalam konsep *signaling theory* dari manajemen dapat dimanfaatkan untuk memberikan gambaran kelanjutan perusahaan berdasarkan tingkat profitabilitas yang ada.

Perusahaan diharapkan mengurangi informasi yang asimetris guna meningkatkan nilai perusahaan, yaitu suatu informasi dimana pihak eksternal memiliki informasi yang berbeda tentang prospek perusahaan, karena pihak internal mendapatkan informasi yang lebih baik (Brigham & Houston, 2006). Menurut (Rosiana *et al.*, 2013) dengan memberikan tanda berupa informasi kinerja perusahaan yang dapat dipercaya kepada pihak eksternal menjadi salah satu cara untuk mengurangi informasi asimetris serta ketidaktentuan terhadap kemajuan perusahaan pada masa yang akan datang.

2.1.1 Keadilan Layanan

Keadilan Layanan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan dari tingkat keadilan dalam perilaku layanan perusahaan. Penilaian pelanggan terhadap

keadilan layanan muncul ketika pelanggan membandingkan layanan yang dirasakan dengan standar layanan pelanggan, berdasarkan perbandingan tersebut pelanggan merasa diperlakukan adil atau tidak adil (Seiders *et al* dalam Zhu *et al.*, 2012). Keadilan layanan dapat diukur dengan menggunakan empat dimensi yang meliputi, keadilan distributif (*distributive fairness*), keadilan prosedural (*procedural fairness*), keadilan interpersonal (*interpersonal fairness*), dan keadilan informasional (*informational fairness*).

Keadilan merupakan nilai universal dan menjadi hak asasi yang telah diterima secara luas (Held dalam oleh Mahmudah, 2010). Keadilan dapat diartikan sebagai bentuk yang dinilai atau dipersepsikan baik oleh anggota dalam organisasi. (Sheppard, dkk. dalam Beugre 2012) mengajukan definisi keadilan yang lebih tepat bagi wacana organisasi yang mendasarkan pada dua prinsip, yaitu:

1. Keadilan memerlukan sebuah penilaian atas keseimbangan (*balance*), yakni perbandingan dua kegiatan yang serupa dalam situasi yang serupa pula, dengan mengevaluasi hasil dari dua orang atau lebih dan menyamakan hasil tersebut kepada nilai input yang diberikan.
2. Kebenaran (*correctness*) yang mengacu pada sebuah kualitas yang membuat keputusan menjadi benar berkaitan dengan aspek-aspek konsistensi, akurasi, kejelasan, kecermatan prosedural dan kesesuaian dengan moral dan nilai dari waktu.

Keadilan layanan dapat diukur dengan menggunakan empat dimensi (Zhu *et al*, 2012) yang meliputi, keadilan distributif (*distributive fairness*), keadilan prosedural (*procedural fairness*), keadilan interpersonal (*interpersonal fairness*), dan keadilan informasional (*informational fairness*).

a. Keadilan Interpersonal

Keadilan Interpersonal adalah perhatian atau sikap yang ditunjukkan oleh individu terkait dengan sikap yang diberikan atau disampaikan. Sebagai contoh, Staf Pelayanan melayani pelanggan dengan baik dan ramah. (Zhu *et al*, 2012)

b. Keadilan Informasional

Keadilan Informasional adalah keseluruhan informasi atau pengetahuan tentang prosedur, pelayanan, dan lain lain. Dan semua prosedur tersebut didemonstrasikan kepada pelanggan untuk penyampaian informasi. Sebagai contoh, Staf Pelayanan memberikan penjelasan sebelum, pada saat proses, dan setelah proses pelayanan (Zhu *et al*, 2012)

c. Keadilan Distributif

Keadilan Distributif adalah sebuah kognitif, afektif, dan reaksi perilaku yang menunjukkan hasil dari distribusi dari sumbernya. Sebagai contoh, semua pelanggan mendapatkan pelayanan yang sama. (Zhu *et al*, 2012).

d. Keadilan Prosedural

Keadilan Prosedural adalah keadilan dalam sebuah kebijakan dan proses kontribusi yang hasilnya dapat diterima. Sebagai contoh, semua pelanggan

menunggu di sistem pengantrian yang sama dan tidak ada seorangpun yang dapat keluar (Zhu *et al*, 2012).

Indikator keadilan layanan :

- Staf bank bersikap sopan
- Staf bank memperlakukan nasabah dengan hormat
- Staf bank memberikan informasi yang lengkap dan tepat tentang produk
- Staf bank memberikan pelayanan yang di butuhkan nasabah

2.1.2 Kualitas Layanan

Kualitas pelayanan merupakan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi nasabahnya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut kermulut, keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Yavas *et al.*, 2004). Berry dalam Sainy (2010) mengatakan kualitas pelayanan merupakan hal penting untuk mengetahui perilaku pelanggan, bertambahnya pelanggan dan pesaing. Kualitas Layanan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan pelanggan jangka panjang di dalam Institusi Keuangan (Lymperopoulus *et al.*, 2006 dalam Zhu *et al.*, 2012) terutama pada strategi perbankan yang mulai berfokus pada pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas pelanggan, didalam ekspektasi pelanggan dan persepsi pelanggan terdapat lima komponen yaitu, bukti fisik (*tangibility*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Kualitas pelayanan yang baik menjadi salah satu syarat kesuksesan dalam perusahaan jasa. Kualitas layanan dalam perusahaan

jasa sering dikondisikan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima secara nyata.

Indikator Kualitas Layanan :

Kemudian dikemukakan pula oleh Moenir (dalam Tangkilisan 2005) agar pelayanan dapat memuaskan orang atau kelompok orang yang dilayani, maka pelaku yang bertugas melayani harus memenuhi empat kriteria pokok yaitu sebagai berikut:

- Staf bank menanyakan harapan pelanggan
- Bank memiliki keamanan yang baik
- Jam buka layanan sesuai dengan informasi
- Fasilitas fisik yang membuat nasabah nyaman

2.1.3 Kepercayaan

Kepercayaan juga termasuk dalam persepsi pelanggan atas kepuasan pelanggan selain itu kepercayaan juga akan membuat hubungan menjadi lebih kuat (Chen *et al.*, 2012). Menurut Lau dan Le dalam Chen *et al* (2012) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan (*willingness*) seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan risiko tertentu. Sementara (Johnson dalam Chen *et al.*, 2012) mendefinisikan kepercayaan terhadap merek terbentuk pada pihak lain dengan risiko tertentu, kepercayaan terhadap merek terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya. Trust terjadi ketika suatu kelompok percaya bahwa tindakan kelompok yang lain akan memberikan hasil yang positif baginya.

Indikator kepercayaan :

- Bank dapat dipercaya
- Melakukan transaksi lancar
- Bank peduli dengan nasabah

2.1.4 Citra Bank

Merek adalah suatu nama, simbol, istilah, rancangan untuk mengidentifikasi suatu produk dari seseorang atau sekelompok penjual untuk mendiferensiasikan produk satu dengan yang lainnya (Kotler dan Keller, 2007). Citra merek merupakan penentu penting kepuasan pelanggan, ada hubungan positif antara citra merek dan kepuasan pelanggan (Chang & Thu, 2005 dalam Martenson, 2007). Citra merupakan keyakinan, gagasan dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, maka citra perusahaan merupakan persepsi pelanggan terhadap pelayan yang diterima oleh nasabah (Kotler dan Keller, 2009). Citra perusahaan dihasilkan dengan pengalaman konsumsi pelanggan yang berikutnya akan menentukan persepsi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian Gan *et al* (2011) citra bank dapat diukur dengan indikator antara lain memiliki citra yang baik dibenak nasabah, bank memiliki kestabilan usaha, dapat dipercaya dibandingkan dengan bank lain dan memiliki citra yang kuat.

Citra secara umum adalah suatu gambaran psikologis yang terbentuk dalam pikiran konsumen yang dihasilkan dari banyak rangsang yang berbeda-beda terhadap setiap inderanya. Pada penelitian yang dilakukan oleh Bloemer dan Ruyter (2001) mengenai citra pada sebuah toko, dijelaskan bahwa citra sebenarnya

adalah suatu persepsi yang kompleks dari pelanggan mengenai toko tersebut yang didasarkan pada beberapa atribut yang melekat padanya. (Marina Malian, 2016). Sehubungan citra merk yang terbentuk pada ahirnya bisa mempengaruhi kepuasan konsumen (Chen, 2010).

Indikator Citra Bank :

- Bank memiliki citra yang baik dibenak nasabah
- Bank memiliki kestabilan usaha
- Bank dapat dipercaya dibandingkan dengan bank lain dan memiliki citra yang kuat.

2.1.5 Kepuasan Nasabah

Menurut Alfisyahrin (2012) kepuasan nasabah merupakan konsep yang sangat relevan. Logika sederhana dari para pelaku bisnis adalah bahwa apabila nasabahnya puas, pastilah akan terjadi sesuatu yang lebih baik untuk bisnis mereka di masa mendatang. Tak perlu mereka mengerti bagaimana teori kepuasan nasabah diformulasikan dan tak perlu mereka tahu bahwa teori kepuasan nasabah masih sampai hari ini didebatkan secara serius. Alfisyahrin (2012) mendefinisikan bahwa kepuasan nasabah akan mempengaruhi kinerja keuangan setiap perusahaan.

Kepuasan berada pada tempat sentral dalam pemasaran, karena kepuasan dapat digunakan sebagai alat yang baik untuk memprediksi niat pembelian, perilaku pembelian ulang, pembelian produk pilihan, dan perilaku beralih ke produk lain yang dilakukan pelanggan (Ghalandari *et al.*, 2012). Morrisson dan

Huppertz (dalam Komunda dan Osarenkhoe, 2012) menyatakan kepuasan bernilai bagi suatu perusahaan jika menciptakan hasil positif dari segi keuangan yang digambar dengan profit atau keuntungan perusahaan. Menurut (Gan *et al.*, 2011) menyatakan bahwa kepuasan nasabah diukur menggunakan indikator tunggal yaitu kepuasan total nasabah ketika berinteraksi dengan bank. Adapun pernyataan yang digunakan yaitu bank dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya, nasabah merasa senang memilih bank x dibandingkan dengan bank lain dan memilih bank x merupakan pilihan yang tepat, sedangkan dalam penelitian (Sabir *et al.*, 2014) indikator kepuasan antara lain menyampaikan hal-hal positif, melakukan pemasaran dari mulut ke mulut, melanjutkan hubungan bisnis dan memiliki preferensi yang kuat. Menurut (Gan *et al.*, 2011) menyatakan bahwa kepuasan nasabah diukur menggunakan indikator tunggal yaitu kepuasan total nasabah ketika berinteraksi dengan bank. Adapun pernyataan yang digunakan yaitu bank dapat memenuhi kebutuhan nasabahnya, nasabah merasa senang memilih bank x dibandingkan dengan bank lain dan memilih bank x merupakan pilihan yang tepat.

Indikator Kepuasan Nasabah

- Nasabah menyampaikan hal-hal yang positif
- Nasabah melakukan pemasaran dari mulut ke mulut
- Nasabah melanjutkan hubungan bisnis dan memiliki preferensi yang kuat

2.2 Penelitian Terdahulu

Tabel 2.2
Tabel Penelitian Terdahulu

No	Nama/Tahun	Judul Penelitian/ Alat Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1	Natalia Ribka Lumempo, Silvy Mandey, Jopie Jorie Rotinsulu (2015)	Analisis faktor-faktor Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado (Regresi linear berganda)	$X_1 = \text{Tangibles}$ $X_2 = \text{Reliability}$ $X_3 = \text{Responsiveness}$ $X_4 = \text{Assurance}$ $X_5 = \text{Empathy}$ $Y = \text{Kepuasan nasabah}$	Hasil penelitian ini yakni variabel <i>tangibles</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , <i>empathy</i> secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah. Namun secara parsial hanya variabel <i>responsiveness</i> yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
2	Arde Prayoga (2015)	Pengaruh Keadilan Layanan, Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan	$X_1 = \text{Keadilan Layanan}$, $X_2 = \text{Kualitas Layanan}$ $X_3 = \text{Kepercayaan}$ $X_4 = \text{Nilai Pelanggan}$ $Y = \text{Kepuasan nasabah}$	Kepercayaan dan nilai pelanggan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan. Sementara keadilan layanan dan kualitas layanan secara parsial

No	Nama/Tahun	Judul Penelitian/ Alat Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		Nasabah pada PT. BRI Indonesia (Persero) Tbk di Surabaya (Regresi linier berganda)		berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.
3	Febry Rusadi, I Wayan Santika (2015)	Pengaruh Persepsi Keadilan terhadap Kepuasan Pelanggan Pasca Pemulihan Layanan Pengguna XL di Kota Denpasar (Regresi linier berganda)	X ₁ = Keadilan Distributif X ₂ = Keadilan Prosedural X ₃ = Keadilan Interaksional Y= Kepuasan Pelanggan	Menunjukkan variabel keadilan distributif, keadilan prosedural, keadilan interaksional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4	Maria Hanik Dwi Artika (2015)	Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Surabaya (Regresi linier berganda)	X ₁ = Kualitas Layanan X ₂ = Citra Bank Y= Kepuasan Nasabah	Variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan citra bank berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5	Maya Dewi Hanggraningrum, Tita Hariyanti, Achmad Rudijanto (2017)	<i>The Effect of Ervice Quality on Outpatient Satisfaction of DR. Soegiri General Hospital</i>	X ₁ =Tangibles X ₂ =Responsiveness X ₃ =Reliability X ₄ =Assurance X ₅ =Emphaty Y= outpatient satisfaction	<i>Quality of service affects outpatient satisfaction of Dr. Soegiri General Hospital</i>

No	Nama/Tahun	Judul Penelitian/ Alat Analisis	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
		<i>Lamongan</i> (Regresi linier berganda)		<i>Lamongan simultaneously and partially. In this research, the most dominant dimension is reliability.</i>

Sumber : Berbagai Jurnal yang di kembangkan

2.2.1 Penjelasan Tabel Penelitian Terdahulu

Penelitian yang dilakukan oleh Natalia Ribka Lumempo *et al.*, 2015 yang berjudul Analisis Faktor-faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Mandiri Tbk. Cabang Bahu Mall Manado yang dimuat dalam Jurnal EMBA Vol.3 No.3 Hal. 1272-1286 dengan variabel X_1 (kualitas pelayanan), X_2 (kepuasan nasabah), Y (kepuasan nasabah) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Faktor *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* sangat mempengaruhi kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan yang baik tentunya akan membuat nasabah senang dan nyaman dalam bertransaksi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Mandiri Tbk, Cabang Bahu Mall Manado, baik secara simultan ataupun secara Parsial. Sampel penelitian menggunakan rumus Slovin sebanyak 100 responden. Metode penelitian menggunakan metode asosiatif dan teknik analisis data adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan

Tangibles, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah dan secara parsial hanya variabel *Responsiveness* yang tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Manajemen Bank Mandiri Tbk, Cabang Bahu Mall Manado sebaiknya memperhatikan *tangible* dan *responsiveness*, untuk dapat memenuhi tujuannya, yaitu kepuasan nasabah dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Selanjutnya penelitian oleh Arde Prayoga (2017) berjudul Pengaruh Keadilan Layanan, Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk di Surabaya. Variabel yang diteliti X_1 (keadilan layanan), X_2 (kualitas layanan), X_3 (kepercayaan), X_4 (nilai pelanggan), terhadap Y (kepuasan nasabah). Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis *wheater service fairness*, *service quality*, *trust*, dan *customer value* secara simultan dan parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Surabaya. Penelitian ini digunakan dengan menggunakan metode kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah pendanaan BRI di Surabaya. Penelitian melibatkan hingga 240 pelanggan BRI. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Accidental Sampling*. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service fairness*, *service quality*, *trust*, dan *customer value* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk di Surabaya. Kepercayaan dan nilai pelanggan secara parsial memiliki pengaruh signifikan positif terhadap kepuasan pelanggan. Keadilan

layanan dan kualitas layanan secara parsial memiliki efek tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Febri Rusadi dan I Wayan Santika (2015) melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Persepsi Keadilan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pasca Pemulihan Layanan Pengguna XL di Kota Denpasar. Variabelnya yakni X_1 (keadilan distributif), X_2 (keadilan prosedural), X_3 (keadilan interaksional), Y (kepuasan pelanggan). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh persepsi keadilan distributif, persepsi keadilan prosedural, dan persepsi keadilan interaksional terhadap kepuasan pelanggan pasca pemulihan layanan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dan membagikan kuesioner kepada 80 responden. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan aplikasi *software* SPSS20. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Persepsi keadilan distributif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pasca pemulihan layanan. (2) Persepsi keadilan prosedural berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pasca pemulihan layanan. (3) Persepsi keadilan interaksional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pasca pemulihan layanan. Implikasi penelitian ini adalah pihak manajemen XL harus dapat memberikan wujud nyata hasil dari suatu perdebatan yang memadai dan bisa diterima pelanggan karena persepsi keadilan distributif memiliki pengaruh paling besar dibandingkan keadilan prosedural dan interaksional terhadap kepuasan pelanggan pasca pemulihan layanan.

Kemudian penelitian oleh Farah Diza *et al.*, 2016 yang berjudul Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Fifogrup Cabang Manado yang dimuat dalam Jurnal EMBA Vol.4 No.1 Hal 109-119. Variabel dalam penelitian ini yakni X_1 (kualitas layanan), X_2 (kualitas produk), X_3 (kepercayaan), Y (kepuasan konsumen). Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan, baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen. Objek penelitian adalah PT. FIFGROUP Cabang Manado. Populasi penelitian adalah konsumen pada tahun 2014 dan sampel penelitian sebanyak 100 responden. Alat analisis menggunakan analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan konsumen. Pihak manajemen sebaiknya memperhatikan harapan dan penilaian konsumen agar terciptanya kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa perusahaan.

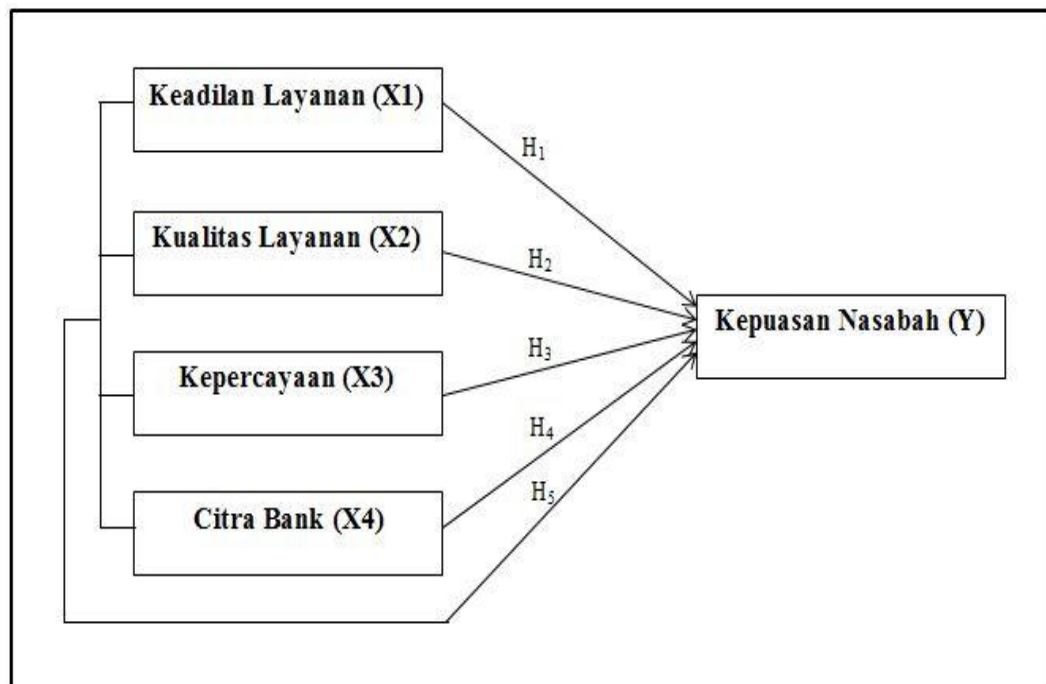
Penelitian oleh Maria Hanik Dwi Artika (2016) berjudul Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank rakyat Indonesia di Surabaya. Variabelnya antara lain X_1 (kualitas layanan), X_2 (citra bank), Y (kepuasan nasabah). Penelitian dilakukan di kota Surabaya dengan mengambil sampel sebanyak 66 responden dengan menggunakan metode purposive sampling atau metode judgement sampling. Mengumpulkan data menggunakan instrumen kuesioner dengan skala Likert 5 poin. Pengujian hipotesis dilakukan dengan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan

bahwa variabel kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, citra bank berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRI di Surabaya, sedangkan kualitas layanan dan citra bank secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah bank BRI di Surabaya.

Selain itu Maya Dewu Hanggraningrum *et al.*, (2017) berjudul *The Effect Of Service Quality On Outpatient Satisfaction Of DR. Soegiri General Hospital Lamongan*, dimuat dalam *Journal Of Applied Management (JAM)* Vol.15 No.4 . variabel yang diteliti X_1 (*tangibles*), X_2 (*responsiveness*), X_3 (*reliability*), X_4 (*assurance*), X_5 (*emphaty*), terhadap Y (*outpatient satisfaction*). Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pasien rawat jalan di Rumah Sakit Dr. Soegiri Lamongan secara bersamaan dan sebagian. Penelitian ini menggunakan pendekatan *cross sectional* yang melibatkan 235 responden pasien rawat jalan secara bersamaan. Instrumen menggunakan kuesioner oleh menggunakan variabel independen dan dependen kepuasan pada layanan berkualitas. Itu sampel diambil dengan menerapkan metode sampling yang diusulkan. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh kepuasan pasien rawat jalan.

2.3 Kerangka Pikir Teoritis

Berdasarkan tinjauan landasan teori dan penelitian terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka pikir teoritis dalam penelitian ini seperti yang disajikan pada Gambar 2.3.



Sumber : Berbagai Jurnal Penelitian Terdahulu

Gambar 2.1
Kerangka Pikir Teoritis

2.4 Hipotesis Penelitian

2.4.1 Keadilan Layanan

Keadilan merupakan nilai universal dan menjadi hak asasi yang telah diterima secara luas (Held dalam oleh Mahmudah, 2010). Konsep dasar penelitian keadilan di bidang SDM tersebut kemudian digunakan juga oleh peneliti di bidang pemasaran. Lingkup penelitian berkaitan dengan penilaian atau persepsi konsumen terhadap perlakuan manajemen kepada semua konsumen bisnisnya, seperti kepuasan konsumen tentang tanggapan manajemen terhadap keluhan mereka (Severtand Rompf, 2006). Adanya kepuasan konsumen atas keadilan layanan yang diberikan kepada mereka dan minat konsumen untuk berperilaku ulang (Cengiz et al., 2007). Keadilan layanan dapat diukur dengan menggunakan

empat dimensi (Zhu et al, 2012) yang meliputi, keadilan distributif (*distributive fairness*), keadilan prosedural(*procedural fairness*), keadilan interpersonal (*interpersonal fairness*), dan keadilan informasional (*informational fairness*).

Pada penelitian Arde Prayoga (2017) menyatakan variabel keadilan layanan berpengaruh positif tidak signifikan. Kemudian pada penelitian Djumilah Hadiwijoyo *et al.*, (2012) bahwa keadilan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Febri Rusadi dan I Wayan Santika (2015) menyatakan variabel persepsi keadilan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga dapat dirumuskan hipotesis penelitian.

H₁ : Keadilan layanan (X₁) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)

2.4.2 Kualitas Layanan

Lewis and booms dalam Tjiptono & Gregorius (2011) mendefinisikan kualitas pelayanan di tentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas layanan adalah layanan yang di harapkan pelanggan dan persepsi terhadap layanan, perasuraman et al dalam Tjiptono (2008), apabila *preceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas layanan bersangkutan akan dinilai baik dan positif. Apabila *perceived service* melebihi *expected service*, maka kulaitas layanan yang di persepsikan sebagai kualitas ideal. Baik tidaknya kualitas layanan bergantung pada

kemampuan perusahaan dan stafnya memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Penelitian sebelumnya mengenai kualitas layanan yang dilakukan oleh Arde Prayoga (2017) menyatakan variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan. Selanjutnya oleh Eka Afran Troena *et al.*, 2012 bahwa variabel independen kualitas layanan berpengaruh positif signifikan terhadap variabel terikat kepuasan nasabah. Kemudian, dalam penelitian Maya Dewi Hanggrainingrum *et al.*, 2017 menyatakan variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien rawat jalan. Berdasarkan beberapa hasil penelitian terdahulu dapat dirumuskan hipotesis penelitian :

H₂ : Kualitas layanan (X₂) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah(Y)

2.4.3 Kepercayaan

Kepercayaan juga termasuk dalam persepsi pelanggan atas kepuasan pelanggan selain itu kepercayaan juga akan membuat hubungan menjadi lebih kuat (Chen *et al.*, 2012). Menurut Lau dan Le dalam (Chen *et al.*, 2012) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan (*willingness*) seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan risiko tertentu. Menurut (Farah Diza *et al.*, 2016) kepercayaan adalah ekspektasi yang dipegang oleh individu bahwa ucapan seseorang dapat diandalkan. Membangun kepercayaan terhadap konsumen bukanlah suatu pekerjaan yang mudah dalam kondisi persaingan yang semakin tajam. Kepercayaan konsumen terhadap perusahaan jasa dikarenakan

perusahaan tersebut dikenal dan telah memiliki nama yang baik di kalangan masyarakat, kejujuran para karyawannya serta mampu menepati janji, adanya bentuk perhatian dan motivasi dari pihak perusahaan yang dipercaya untuk bertindak sesuai dengan kepentingan konsumen yang mempercayai perusahaan.(Farah Diza *et al.*,2016).

Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Bahrudin *et al.*,2015 menyatakan variabel independen kepercayaan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian dalam penelitian Imelda W Jogi *et al.*,2016 bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selain itu penelitian oleh Lukman Khakim *et al.*,2014 menunjukan hasil yang sama bahwa variabel independen kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga berdasarkan hasil yang diperoleh dari beberapa penelitian yang telah dilakukan dapat dirumuskan hipotesis penelitian :

H₃ : Kepercayaan (X₃) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)

2.4.4 Citra Bank

Citra merupakan keyakinan, gagasan dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, maka citra perusahaan merupakan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima oleh nasabah (Kotler dan Keller, 2009). Citra perusahaan dihasilkan dengan pengalaman konsumsi pelanggan yang berikutnya akan menentukan persepsi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam

penelitian Gan *et al* (2011) citra bank dapat diukur dengan indikator antara lain memiliki citra yang baik dibenak nasabah, bank memiliki kestabilan usaha, dapat dipercaya dibandingkan dengan bank lain dan memiliki citra yang kuat.

Telah dilakukan penelitian mengenai pengaruh citra bank terhadap kepuasan nasabah. Pada penelitian Marina Malian (2016) menyatakan variabel independen citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Selain itu penelitian oleh Maria Hanik Dwi Artika (2016) menyatakan variabel independen citra bank memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya dalam penelitian Putri (Apriyanti *et al.*,2017) yang menyatakan bahwa variabel citra mempengaruhi kepuasan nasabah secara positif dan signifikan. Berdasarkan pemikiran tersebut dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H₄ : Citra bank (X₄) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)

2.4.5 Keadilan Layanan, Kualitas Layanan, Kepercayaan dan Citra Bank

Dalam perumusan hipotesis yang kelima yakni secara bersama-sama (simultan) antara variabel keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang didukung dari beberapa penelitian yang telah dilakukan terlebih dahulu, diantaranya penelitian yang dilakukan oleh Hadiwijoyo *et al.*, (2012) bahwa keadilan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Maya Dewi Hanggrainingrum *et al.*,2017 menyatakan variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap

kepuasan pasien rawat jalan. Penelitian oleh Imelda W Jogi *et al.*, 2016 bahwa kepercayaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Penelitian yang dilakukan oleh Marina Malian (2016) menyatakan variabel independen citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan pemikiran tersebut dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut :

H₅ : Keadilan layanan (X₁), kualitas layanan (X₂), kepercayaan (X₃) dan citra bank (X₄) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y)

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Menurut sugiyono (2014) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

3.2 Lokasi Penelitian

Lokasi sebuah perusahaan sangat menentukan kelangsungan hidup dari perusahaan yang bersangkutan di masa yang akan datang. Pemilihan lokasi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang yang terletak di Jl. MT Haryono No.171 Semarang memiliki pertimbangan-pertimbangan tersendiri. Pertimbangan-pertimbangan yang dikemukakan, antara lain sebagai berikut :

1. BTN adalah bank yang bekerjasama dengan proyek Perumahan Nasional (perumnas) dan beberapa pengembang swasta yang berada di wilayah Semarang sehingga BTN membuka cabang di Semarang.
2. Lokasi BTN di tengah kota sehingga strategis untuk kantor cabang di Semarang yang membawahi beberapa Kantor Cabang Pembantu. Wilayah usaha BTN tersebar di seluruh wilayah Indonesia dengan jumlah 45 Kantor Cabang. Sedangkan di Semarang terdapat 1 Kantor Cabang, 1 kantor wilayah,

dan 14 (empat belas) Kancapem dan 13 (tiga belas) Kantor Kas, dengan pusatnya berada di Jl. MT Haryono No. 171 Semarang 50242 serta kancapem dan kankas PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk yang berkedudukan di wilayah Semarang.

3.3 Definisi Operasional

Semua organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau sama lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan/kelemahan internal, digabung dengan peluang/ancaman dari eksternal dan pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk menetapkan tujuan dan strategi. Menurut Fred R David (2008) tujuan dan strategi di tetapkan dengan maksud dan memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan.

Tabel 3. 1
Definisi Operasional

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Kepuasan Nasabah	Kepuasan adalah perasaan seseorang dari kesenangan atau kekecewaan yang timbul dari apa yang telah diterima membandingkan apa yang dirasakan dalam kaitannya dengan harapan (Singh and Thakur, 2012)	- Nasabah menyampaikan hal-hal yang positif - Nasabah melakukan pemasaran dari mulut ke mulut - Nasabah melanjutkan hubungan bisnis dan memiliki preferensi yang kuat (Sumber : <i>International Review of Management and Business</i> . June 2014. Vol.3)
2	Keadilan Layanan	Keadilan merupakan nilai universal dan menjadi hak asasi	- Staf bank bersikap sopan - Staf bank memperlakukan nasabah dengan hormat

No	Variabel	Definisi	Indikator
		yang telah diterima secara luas (Held dalam oleh Mahmudah, 2010).	- Staf bank memberikan informasi yang lengkap dan tepat tentang produk - Staf bank memberikan pelayanan yang di butuhkan nasabah (Sumber : Artikel ilmiah oleh Arde Prayoga, 2017)
3	Kualitas layanan	Kualitas pelayanan merupakan hal penting untuk mengetahui perilaku pelanggan, bertambahnya pelanggan dan pesaing (Berry dalam Sainy 2010)	– Staf bank menanyakan harapan pelanggan – Bank memiliki keamanan yang baik – Jam buka layanan sesuai dengan informasi – Fasilitas fisik yang membuat nasabah nyaman (Sumber : Jurnal EMBA 113 Vol.4 No.1 2016)
4	Kepercayaan	Kepercayaan sebagai kesediaan (<i>willingness</i>) seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan risiko tertentu (Lau dan Le dalam Chen <i>et al</i> (2012)	– Bank berlaku jujur – Bank dapat dipercaya – Melakukan transaksi lancar – Bank peduli dengan nasabah (Sumber : E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 5, 2015)
5	Citra Bank	Citra merupakan keyakinan, gagasan dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, maka citra perusahaan merupakan persepsi pelanggan terhadap pelayan yang diterima oleh nasabah (Kotler dan Keller, 2009)	– Bank memiliki citra yang baik dibenak nasabah – Bank memiliki kestabilan usaha – Bank dapat dipercaya dibandingkan dengan bank lain dan memiliki citra yang kuat. (Sumber : <i>International Review of Management and Business</i>. June 2014. Vol.3)

3.4 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, diamati secara seksama aspek-aspek tertentu yang berkaitan dengan masalah yang diteliti sehingga diperoleh data-data yang menunjang penyusunan laporan penelitian, baik berupa data primer maupun data sekunder.

1. Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber asli, tidak melalui perantara (Uma Sekaran, 2011). Data primer dalam penelitian ini meliputi data mengenai gambaran umum Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang, data hasil kuisisioner.
2. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung yang berupa literatur ilmiah maupun data dokumentasi, dan lainnya (Uma Sekaran, 2011). Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka baik berupa buku, jurnal-jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi dalam penelitian ini yaitu keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank serta kepuasan nasabah.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan beberapa teknik dalam pengumpulan data yang berkaitan dengan judul penelitian ini, agar penelitian ini dapat memberikan suatu gambaran yang sifatnya kebenaran dan untuk memperoleh data yang diperlukan dalam penelitian. Menurut (Sugiyono, 2013) Adapun teknik pengumpulan data yang diterapkan adalah :

1. Studi Kepustakaan (*Library Research*) studi kepustakaan digunakan untuk mengumpulkan data sekunder. Landasan teori dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini. Studi yang dilakukan antara lain dengan mengumpulkan data yang bersumber dari literatur-literatur, bahan kuliah, dan hasil penelitian lainnya yang ada hubungannya dengan penelitian. Hal ini dilakukan untuk mendapat tambahan pengetahuan mengenai masalah yang sedang dibahas.
2. Studi Lapangan (*Field Research*) yaitu penulis melakukan pengamatan langsung pada perusahaan yang bersangkutan, baik observasi, penyebaran kuesioner, serta wawancara kepada narasumber dari perusahaan.
 - a.) Observasi merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung (Sugiyono, 2013). Adapun jenis observasi yang peneliti gunakan guna mendapat data yang diperlukan untuk mengetahui tujuan penelitian ini adalah observasi ke Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang, Jl. MT. Haryono No. 171 Semarang.
 - b.) Kuesioner, merupakan suatu teknik atau pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden). Menurut (Sugiyono, 2013) Instrumen atau alat pengumpulan datanya disebut angket dan berisi jumlah pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab atau direspons oleh responden. Sama dengan pedoman wawancara, bentuk pertanyaan bisa bermacam-macam yaitu pertanyaan terbuka, pertanyaan berstruktur, dan pertanyaan tertutup. Dengan kata

lain, angket (*questionnaire*) adalah daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain yang bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan peneliti. Tujuan penyebaran angket ialah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan. Selain itu responden mengetahui informasi tertentu yang diminta. Angket dibedakan menjadi dua jenis, yaitu : angket terbuka dan angket tertutup. Data angket digunakan peneliti untuk memperoleh data yang lebih lengkap. Adapun jenis angket yang digunakan adalah angket tertutup atau sudah disiapkan jawabannya sehingga informan tinggal memilih.

3.6 Populasi dan Sampel

Menurut Ismiyanto (2015), populasi adalah keseluruhan subjek atau totalitas subjek penelitian yang dapat berupa orang, benda, atau suatu hal yang didalamnya dapat diperoleh dan atau dapat memberikan informasi (data penelitian). Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang, Jl. MT Haryono No. 171 Semarang 50242.

Menurut Ismiyanto (2015), sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti, sebagai suatu pendugaan terhadap populasi, namun bukan populasi itu sendiri. Sampel pada penelitian ini sejumlah 72 nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang, Jl. MT Haryono No. 171 Semarang 50242.

3.7 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik *random sampling*. Teknik *random* yaitu suatu sampel dengan memberikan kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk ditetapkan sebagai anggota sampel (Sugiyono, 2013). Pada penelitian ini kriteria sebagai sumber yang dipertimbangkan oleh peneliti adalah : nasabah BTN kantor cabang utama Semarang yang sudah lebih dari satu tahun. Dikarenakan ukuran populasi tidak diketahui, maka digunakan teknik atau rumus sesuai dengan teori (Malhotra, 2006) paling sedikit harus dikali empat atau lima jumlah item pertanyaan. Sementara dalam penelitian ini terdapat 18 item pertanyaan dan dikalikan empat, sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan sebanyak 72 orang nasabah yang ada di BTN.

3.8 Teknik Analisis Data

Analisis data dapat diartikan memperkirakan besarnya pengaruh secara kuantitatif dari perubahan suatu (beberapa) kejadian terhadap sesuatu (beberapa) kejadian lainnya, serta memperkirakan atau meramalkan kejadian lainnya dapat dinyatakan dengan perubahan nilai variabel (Hasan, 2003).

3.8.1 Uji validitas dan uji reliabilitas

Uji validitas dan uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner untuk melihat pernyataan dalam kuesioner yang diisi oleh responden tersebut layak atau belum pertanyaan-pertanyaan digunakan untuk mengambil data (Sujarweni, 2015).

3.8.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya (Sujarweni, 2015).

Dasar pengambilan dalam uji validitas yaitu hasil r hitung dibandingkan dengan r tabel, dimana $df=n-2$ dengan sig 5%(0,05). Jika r hitung $>$ r hitung maka dinyatakan valid.

3.8.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk- konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan (Sujarweni, 2015).

Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas yaitu jika nilai Cronbach's Alpha $>$ 0,60 maka dinyatakan reliabel.

3.9 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik harus dilakukan untuk menguji layak tidaknya model analisis regresi yang digunakan dalam penelitian (Sujarweni, 2015). Uji ini meliputi :

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data ini sebaiknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji normal Kolmogorov-Smirnov dan uji normal P-P Plot.

Dasar pengambilan keputusan pada uji normal Kolmogorov-Smirnov antara lain :

- Jika $\text{Sig} > 0,05$ maka data berdistribusi normal
- Jika $\text{Sig} < 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal

Sedangkan pengambilan keputusan pada uji normal P-P Plot jika titik-titik data mendekati garis normal pada gambar P-P Plot maka data berdistribusi normal.

3.9.2 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat (Sujarweni, 2015). Selain itu uji multikolinieritas juga bertujuan untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen. Dasarnya yakni jika nilai $\text{VIF} < 10$ maka tidak terjadi multikolinieritas.

3.9.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain, karena terjadinya gejala atau masalah heteroskedastisitas akan berakibat pada sebuah keraguan (ketidakakuratan) pada suatu hasil analisis yang dilakukan. Cara mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas, jika :

- a) Titik-titik menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0
- b) Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- c) Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d) Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Cara lain mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dengan Uji Glejser. Dasar pengambilan keputusan pada Uji Glejser yaitu :

- a) Jika $\text{sig} > 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas
- b) Jika $\text{sig} < 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas.

3.10 Analisis Regresi Berganda

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Analisis ini untuk mengetahui atau memproduksi atau memprediksi perubahan yang terjadi pada variabel tertentu karena dipengaruhi oleh berubahnya variabel yang aplikasi statistik menyatakan adanya harga “koefisien korelasi”. Harga koefisien korelasi digunakan untuk pengecekan awal apakah benar ada kecenderungan hubungan yang erat antara variabel bebas dan variabel terikat dan

bagaimana bentuk kecenderungan bentuk hubungan tersebut. Jika hasil “t” sama dengan nol (0) atau mendekati nol mungkin bentuk kecenderungan hubungan tidak linear (Sugiyono, 2010).

Regresi beganda merupakan analisis regresi yang dilakukan antara satu variabel dengan beberapa variabel bebas secara bersama-sama. Rumus yang digunakan adalah :

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

β = Parameter Penduga

X_1 = Keadilan Layanan

X_2 = Kualitas Layanan

X_3 = Kepercayaan

X_4 = Citra Bank

E = Variabel Error

3.11 Uji Hipotesis

3.11.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel-variabel terikat (Kuncoro, 2007).

Tahap melakukan Uji t :

- a. Menentukan formulasi hipotesis

$H_0 : b_1 = 0$ artinya, tidak ada pengaruh dari masing-masing variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y).

$H_a : b_1 \neq 0$ artinya, ada pengaruh dari masing-masing variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y).

- b. Menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$).

- c. Menentukan signifikansi

Nilai signifikansi (P value) $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Nilai signifikansi (P value) $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.11.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Dalam hal ini untuk menguji pengaruh keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang. Adapun pengujian kriteria pengujian Uji F dengan tingkat signifikan $\alpha = 5\%(0,05)$ yaitu sebagai berikut :

1. Jika nilai signifikan uji F $> 0,05$ maka H_0 diterima yang berarti keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang.

2. Jika nilai signifikan uji $F < 0,05$ maka H_0 ditolak, yang berarti keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang.

3.12 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui variabel independen secara bersama-sama dapat menjelaskan variabel dependen (Kuncoro, 2001). Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu. Jika koefisien determinasi (R^2) = 1, artinya variabel- variabel independen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan variabel-variabel dependen.

Untuk menguji model penelitian ini adalah dengan menghitung koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu (Sujarweni, 2015). Semakin besar suatu besaran R^2 suatu variabel bebas menunjukkan semakin dominannya pengaruh terhadap variabel tidak bebasnya, dan variabel bebas mempunyai R^2 paling besar menunjukkan pengaruh paling dominan terhadap variabel terikatnya. Besaran R^2 yang didefinisikan dikenal sebagai koefisien determinasi (sampel) dan merupakan besaran yang paling lazim digunakan untuk mengukur kebaikan sesuai (*goodness of fit*) garis regresi. Secara verbal, R^2 mengukur proporsi (bagian) atau prosentase total variasi dalam Y yang dijelaskan oleh model regresi.

BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat BTN

Dibentuk agar masyarakat rajin nabung, dan pernah diberhentikan oleh Jepang sehingga menyimak perjalanan Bank BTN cukup sulit. Sebab, BTN lahir ketika rakyat kita tengah “getol” merebut kemerdekaan yang dirampas Belanda. Sekitar 1897, berdirilah Postpaar Bank cikal bakal BTN. Postpaar Bank berkedudukan di Batavia (Jakarta) yang didirikan untuk mendidik masyarakat pada saat itu agar gemar menabung. Melalui Postpaar Bank, masyarakat diperkenalkan lembaga perbankan secara luas. Meskipun tentunya sistem perbankan yang ada pada saat itu tidak sama dan jauh dari sempurna bila dibandingkan dengan sistem perbankan saat ini. Sampai akhir 1931, peranan Postpaar Bank dalam penghimpunan dana masyarakat terus menunjukkan adanya peningkatan yang sangat baik. Hal tersebut terbukti dengan semakin banyaknya minat masyarakat pada saat itu untuk menaruh atau menyimpan uangnya di bank. Sampai dengan akhir 1939, Postpaar Bank telah berhasil menghimpun dana masyarakat sebesar Rp 5,4 juta. Sebuah jumlah yang sangat besar pada masa itu. Prestasi yang berhasil dicapai oleh Postpaar Bank itu sebetulnya sejalan dengan kebijakan sistem desentralisasi yang dilaksanakan pada saat itu. Sejarah keberhasilan Postpaar Bank akhirnya membawa dampak positif dengan mulai dibukanya 4 kantor cabang Postpaar Bank, masing-masing di Makasar (saat ini Ujung Pandang), Surabaya, Jakarta, Medan.

Dalam perjalanannya, keberhasilan Postpaar Bank dalam menghimpun dana masyarakat itu mendapat ujian pada sekitar 1940 dengan diserbunya Netherland oleh tentara Jerman. Serbuan itu akhirnya membawa dampak terhadap terkurasnya dana yang telah dihimpun Postpaar Bank secara besar-besaran oleh nasabahnya. Tidak kurang dari Rp 11 juta dana yang terkuras untuk dibayarkan Postpaar Bank kepada nasabah hanya dalam waktu beberapa hari saja. Namun nasib baik masih berada pada Postpaar Bank karena hal itu tidak berlangsung lama. Pada 1941, kepercayaan masyarakat sudah mulai kembali yang ditandai dengan mulai banyaknya masyarakat yang menabung uangnya pada Postpaar Bank. Berdasarkan catatan sejarah, hanya dalam waktu singkat pada tahun yang sama, telah terkumpul dana yang dihimpun dari masyarakat sebesar Rp 58,8 juta.

Sejarah kemudian tidak dapat mencatat keberhasilan Postpaar Bank, karena setahun kemudian atau pada tahun 1942 dengan masuknya tentara Jepang ke Indonesia, operasional Postpaar Bank praktis mengalami pemberhentian karena telah dibekukan. Kemudian, Jepang masuk dan mengubah semua bentuk pemerintahan dan segala aspek kehidupan masyarakat di Indonesia sesuai dengan kehendak Jepang yang berhasil mengusir Belanda pada saat itu dari wilayah Indonesia. Secara resmi pada tahun itu Jepang telah mengambil alih kekuasaan Belanda di Indonesia dan Postpaar Bank yang merupakan bank karya kolonial Belanda dibekukan. Sebagai gantinya pemerintah Jepang mendirikan Tyokin Kyoku. Pada prinsipnya, misi Tyokin Kyoku tidak jauh dengan maksud dan tujuan Postpaar Bank produk kolonial Belanda yaitu untuk mengajak masyarakat Indonesia gemar menabung. Namun demikian Tyoki Kyoku gagal dalam

menjalankan misinya karena masyarakat menganggap bahwa menabung melalui Tyokin Kyoku itu dirasakan adanya paksaan, sehingga dengan sendirinya masyarakat tidak menabung pada saat itu. Disisi lain, Tyokin Kyoku berhasil membuka cabangnya di Jogjakarta pada masa itu. Setelah kemerdekaan berhasil diraih, Tyokin Kyoku diambil alih pemerintah Indonesia. Namanya diubah menjadi Kantor Tabungan Pos atau disingkat KTP. Pembentukan KTP pada saat itu diprakarsai oleh Darmosoetanto selaku direktur pertama KTP. Dalam perjalannya, pada akhirnya KTP mempunyai peran yang sangat besar yaitu adanya tugas KTP dalam penukaran uang Jepang dengan Uang Republik Indonesia (ORI).

Sejarah telah mencatat bahwa pada masa pendudukan Jepang, peredaran uang yang ada pada saat itu ditarik dan diganti dengan uang Jepang. Maka begitu Indonesia merdeka, melalui KTP itulah uang Jepang yang masih beredar kemudian ditarik dan diganti dengan uang Indonesia. Ketika agresi militer Belanda ke Indonesia, KTP tidak dapat bekerja dengan aman. Pada 11 Desember 1946 KTP dan kantor-kantor cabangnya yang telah tersebar di Indonesia resmi diduduki oleh Belanda. Namun, pada Juni 1949 pemerintah Republik Indonesia membuka kembali KTP tersebut sekaligus mengganti namanya menjadi Bank Tabungan Pos Republik Indonesia, kemudian berganti menjadi Bank Tabungan Pos pada 9 Februari 1950, Bank Tabungan Pos dibekukan dan selanjutnya dibentuklah Bank Tabungan Negara (BTN). Selanjutnya tanggal tersebut diperingati kelahiran BTN. Perkembangannya terus

melejit, sampai sekarang sudah memiliki 1.102 kantor di seluruh Indonesia (www.btn.com).

4.2 Visi dan Misi

Visi

- Mengembangkan pasar perumahan nasional dan sebagai bank perumahan terpercaya yang melayani kebutuhan finansial individu keluarga Indonesia.

Misi

- Memberikan pelayanan unggul dalam pembiayaan perumahan dan industri terkait pembiayaan konsumsi dan usaha kecil menengah.
- Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi pengembangan produk, jasa, dan jaringan strategis berbasis teknologi terkini.
- Menyiapkan dan mengembangkan Human Capital yang berkualitas, profesional dan memiliki integritas tinggi.
- Melaksanakan manajemen perbankan yang sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan good corporate governance untuk meningkatkan Shareholder Value.
- Mempedulikan kepentingan masyarakat dan lingkungannya.

4.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi adalah susunan formal mekanisme-mekanisme dengan nama organisasi dikelola (Hani Handoko, 2003). Berdasarkan pola hubungan kerja serta lalu lintas wewenang dan tujuan, maka bentuk struktur organisasi dapat dibedakan sebagai berikut :

1. Bentuk Struktur Organisasi Lini

Adalah struktur organisasi yang susunan organisasinya masih kecil, jumlah karyawannya masih sedikit dan alat-alat yang dibutuhkan juga masih sangat sederhana, hasil produksinya pun beraneka ragam.

2. Bentuk Struktur Organisasi Fungsional

Adalah struktur organisasi yang tidak terlalu menekankan pada hierarki struktural akan tetapi kepada sifat dan fungsi yang perlu dijalankan dan spesialisasi karyawan dapat digunakan semaksimal mungkin.

3. Bentuk Struktur Organisasi Lini dan Staff

Adalah bentuk dan struktur organisasi yang terbagi atas 2 bagian yaitu bagian lini dan staff yang setiap bagiannya ada pembagian tugas yang jelas bagi setiap orang dan spesialisasi dalam pekerjaan dapat berkembang.

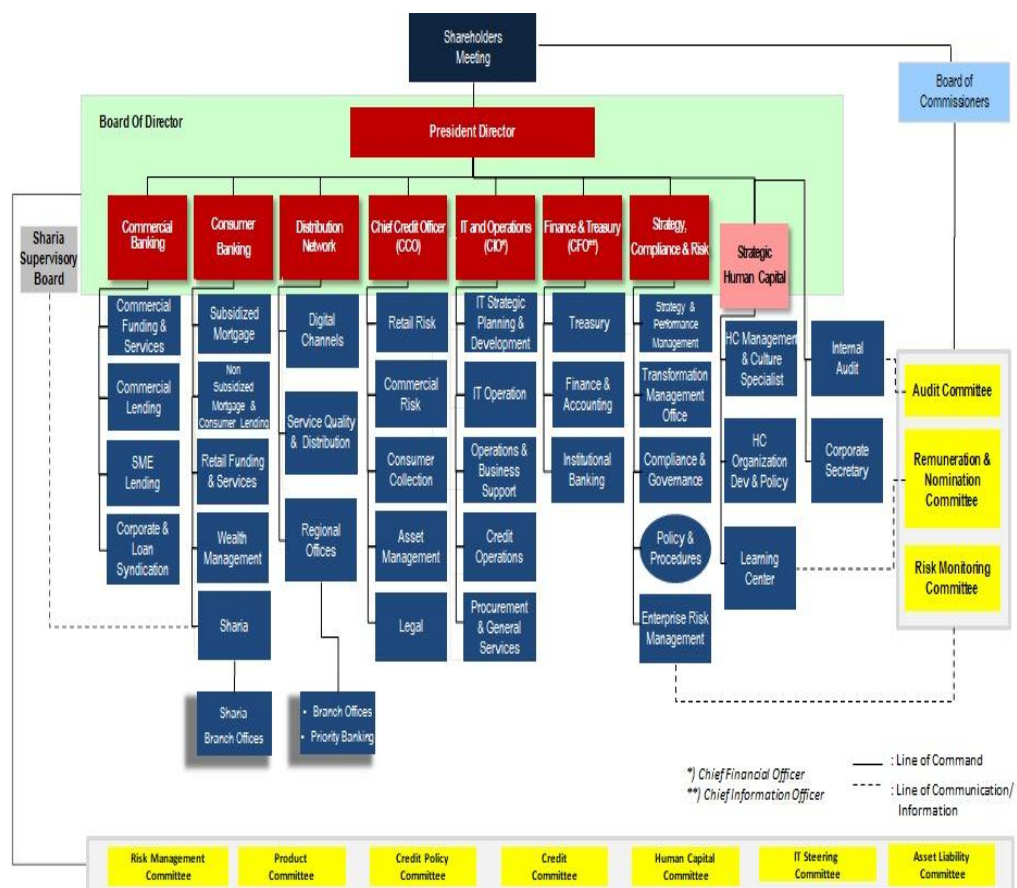
4. Bentuk dan Struktur Organisasi Komisaris

Adalah struktur organisasi yang pimpinannya bersifat kolegal atau dewan, artinya terdiri dari beberapa orang dimana segala keputusan diambil dan dipertanggungjawabkan secara bersama tetapi pelaksanaan kerja juga dapat macet karena banyaknya pimpinan yang mempunyai wewenang yang sama.

4 Bentuk Struktur Organisasi Matriks

Adalah bentuk organisasi yang didalam organisasinya efisiensi penggunaan tenaga-tenaga fungsional dan struktural serta kondisi horizontal dan vertikal sangat diperluka.

Dari kelima bentuk struktur organisasi diatas dapat disimpulkan bahwa bentuk struktur organisasi pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang merupakan bentuk Struktur Organisasi Matriks. Berikut bentuk struktur organisasi bank BTN.



Gambar 4.1
Struktur Organisasi

4.4 Lokasi Perusahaan

Lokasi perusahaan sangat menentukan untuk kelangsungan hidup dari perusahaan yang bersangkutan pada masa yang akan datang. Pemilihan lokasi PT. Tabungan Negara (Perser) Tbk Cabang Semarang yang terletak di Jl. MT. Haryono No. 171 Semarang memiliki pertimbangan-pertimbangan tersendiri, diantaranya sebagai berikut :

- a. BTN adalah bank yang bekerjasama dengan proyek Perumahan Nasional (Perumnas) dan beberapa pengembang swasta yang berada di wilayah Semarang sehingga BTN membuka cabang di Semarang.
- b. Lokasi BTN ditengah kota sehingga strategis untuk kantor cabang di Semarang yang membawahi beberapa Kantor Cabang Pembantu. Wilayah usaha Bank BTN tersebar diseluruh wilayah Indonesia dengan jumlah 45 Kantor Cabang. Sedangkan di Semarang terdapat 1 (satu) Kantor Wilayah, 1 (satu) Kantor Cabang dan 14 (empat belas) Kacapem dan 13 (tiga belas) Kantor Kas dengan pusatnya berada di Jl. MT. Haryono No 171 Semarang, 50242.

4.5 Budaya Kerja

Budaya perusahaan Bank BTN memiliki 5 Nilai Budaya Perusahaan yang menjadi Pondasi bagi seluruh bisnis dalam berperilaku untuk mencapai visi Bank BTN. Makna lima nilai budaya perusahaan bank BTN:

a. Sinergi

Membangun kerjasama yang sinergis dengan seluruh stakeholders dilandasi sikap tulus, terbuka, dan mendorong kolaborasi yang produktif dengan menjunjung tinggi sikap saling percaya dan menghargai untuk mencapai tujuan bersama.

b. Integritas

Konsisten antara pikiran, perkataan, dan tindakan sesuai dengan ketentuan perusahaan, kode etik profesi dan prinsip-prinsip kebenaran yang terpuji.

c. Inovasi

Senantiasa mengembangkan gagasan baru dan penyempurnaan berkelanjutan

d. Profesionalisme

Visioner, kompeten dibidangnya, selalu mengembangkan diri dengan teknologi terkini sehingga menghasilkan kinerja terbaik.

e. Spirit Mencapai Keunggulan

Menunjukkan semangat dan komitmen yang kuat untuk mencapai hasil terbaik serta memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan (internal dan eksternal) dengan menempatkan pentingnya aspek kualitas disetiap kegiatan serta risiko yang telah di perhitungkan. Setiap Nilai Budaya Perusahaan memiliki dua (dua) Perilaku Utama yang merupakan acuan bertindak bagi seluruh insan Bank BTN.

4.6 Job Descriptions Setiap Unit Bank BTN Cabang Semarang

4.6.1 Branch Manager

- Menyetujui memo pencairan dana untuk *depelover*
- Menyetujui pelaksanaan akad kredit
- Menyetujui pelaksanaan akad kredit adendem
- Menyetujui dan medesposisikan surat persetujuan penjualan kredit
- Me-review dan menandatangani memo *special rate*
- Menandatangani proposal dan memberikan untk diberikan ke nasabah
- Menandatangani kontrak kerjasama dan memberikan untuk diteruskan ke nasabah
- Menyetujui dan memberikan pengajuan pencairan kredit
- Memberikan pelaksanaan penempatan dana
- Melakukan analisis dan memberikan keputusan kredit
- Me-review dan memutuskan aplikasi pengajuan kredit
- Meneruskan alikasi pengajuan kredit untuk diputuskkkan oleh yang berwenang
- Memberikan permintaan *sponsorship* dari nasabah
- Menyetujui permintaan *sponsorship* dokumen pokok yang sudah ditandatangani menyetujui penambahan plafon
- Memutuskan aplikasi pengajuan perpanjangan kredit
- Me-review dan menandatangani PKS
- Me-review dan menandatangani memo laporan hasl kunjungan lokasi dan dokumen kelengkapan data.

- Memberi persetujuan pelelangan properti debitur
- Melakukan otoritas pembayaran SPM (Surat Perintah Membayar)
- Melakukan disposisi
- Memberikan persetujuan pada memo pencairan
- Mendisposisi pengajuan *restruct*
- Memberikan persetujuan *restruct*

4.6.2 Sekretaris

- Menyerahkan memo *spesial rate*
- Mengirimkan memo babas pinalti pencairan deposito dipercepat yang sudah ditandatangani
- Permintaan disposisi
- Mendistribusikan surat masuk

4.6.3 DBM Bussines

- Me-review dan menandatangani memo pencairan dana
- Me-review dan menandatangani memo *special rate*
- Me-review dan menandatangani memo bebas pinalti pencairan deposito dipercepat
- Me-review dan menandatangani keputusan kredit
- Me-review dan menandatangani dokumen verifikasi
- Me-review dokumen akad kredit dan melampirkannya
- Me-review dan menandatangani surat persetujuan penjualan tunai
- Me-review dan menandatangani memo pendebetan giro
- Me-review dan menandatangani proposal penawaran kerjasama

- Me-review dan menandatangani kontrak kerjasama
- Me-review dan meminta persetujuan lebih lanjut untuk pencairan dana
- Me-review dan meminta persetujuan lebih lanjut untuk pencairan kredit
- Me-review dan menandatangani memo pendapatan dana
- Memberikan rekomendasi dan memberikan keputusan lebih lanjut
- Me-review permintaan *sponsorship* dan pengeluaran dana promosi
- Memberikan rekomendasi dan meminta keputusan lebih lanjut
- Me-review dan menandatangani hasil analisis property
- Me-review PKS

4.6.4 Mortgage And Consumer Lending Unit Head

- Me-review dan menandatangani memo koreksi beserta lampirannya
- Me-review dan menandatangani surat pemberitahuan debitur
- Me-review dan menyetujui realisasi kredit
- Me-review hasil input DDE dan melakukan Task Assignment
- Memberikan survei order untuk verifikasi penghasilan dan tempat kerja, tempat tinggal dan penelitian agunan (*e-loan*)
- Me-review hasil analisis dan memberikan keputusan kredit
- Me-review dan menandatangani PKS
- Menyerahkan kelengkapan data

4.6.5 Consumer Loan Marketing

- Membuat *draft* PKS
- Memberikan PKS yang sudah ditandatangani oleh pihak ketiga
- Menyerahkan kelengkapan data

4.6.6 Consumer Loan Service

- Melakukan proses dan pembuatan memo pencairan dana
- Mengajukan memo permohonan realisasi kredit
- Melakukan proses verifikasi data calon debitur dan menyerahkan persyaratan dokumen
- Menyerahkan proses *review* input data DDE
- Membuat SP3K
- Membuat memo persetujuan update data financial
- Membuat surat pemberitahuan persetujuan debitur
- Melakukan pencetakan berita acara serah terima & memberikan dokumen bukti pelunasan
- Melakukan serah terima dokumen agunan & akta pengikatan kredit
- Membuat bukti *Fotocopy* pembayaran dari nasabah dan melakukan verifikasi dokumen yang bersangkutan dengan debitur
- Menyerahkan *Fotocopy* dokumen pokok
- Melakukan input data *customer* dan *inpit prospect*
- Meminta melakukan LPA *by system iLoan*

4.6.7 Consumer Loan Analyst

- Membuat laporan monitoring dan analisis atas aplikasi yang di *reject* oleh pihak BTN
- Melakukan Verifikasi (*non visit*) dan rekomendasi
- Merekomendasikan hasil analisis kredit kepada pemutus kredit cabang

4.6.8 *Commercial Small & Medium Unit*

- Me-review dokumen akad kredit & lampirannya
- Mendisposisikan pelaksanaan akad kredit
- Me-review dokumen akad kredit addendum & lampirannya
- Memberikan pelaksaannya akad kredit addendum
- Me-review dan meneruskan surat persetujuan penjualan tunai
- Me-review dan meneruskan memo pendebitan giro
- Me-review dan meneruskan memo usulan pencairan kredit
- Me-review dan meneruskan laporan prestasi proyek
- Me-review dan meneruskan hasil PAK
- Memberikan keputusan persetujuan aplikasi kredit untuk diteruskan ke nasabah
- Me-review dan meneruskan PAK penambahan plafond kredit
- Memberikan keputusan persetujuan penambahan plafond kredit untuk diteruskan ke nasabah dan persiapan pembuatan addendum
- Meminta untuk melakukan *account maintenance*
- Me-review dan meneruskan PAK perpanjangan kredit
- Memberikan keputusan persetujuan perpanjangan kredit untuk diteruskan ke nasabah
- Me-review dan meneruskan memo pemberitahuan pencoretan hak tanggungan (Roya Partial)
- Meminta pelaksanaan analisis kunjungan ke lokasi *property*
- Melakukan review hasil analisis proper dan meminta *approval* persetujuan

4.6.9 *Relationship Management*

- Mempersiapkan pelaksanaan akad kredit
- Mempersiapkan pelaksanaan akad kredit addendum
- Melengkapi dokumen-dokumen yang diperlukan
- Meninjau lokasi dan progress debitur
- Membuat PKS
- Menyerahkan PKS *ke developer*

4.6.10 *Consumer & Commercial Funding Unit*

- Me-review dan meminta persetujuan terkait memo pencairan bonus
- Meminta persetujuan *spesial rate*
- Menginformasikan persetujuan mengenai permohonan
- Meminta persetujuan pemberian bebas pinalti pencairan deposito dipercepat
- Menginformasikan persetujuan pemberian bebas pinalti pencairan deposito dipercepat
- Menandatangani formulir sertifikasi pemesanan barang

4.6.11 *Government & Corporation*

- Membuat dan melaporkan memo pemindahan dana nasabah
- Membuat *draft* penawaran kerjasama lembaga
- Membuat memo penempatan kerjasama lembaga
- Melakukan pengadaan permintaan *sponsorship*
- melakukan *reminding* tanggal jatuh tempo dan penawaran program
- memfinalisasi perpanjangan program penempatan dana

4.6.12 Educational Institution & Other

- Membuat dan melaporkan memo pemindahan dana nasabah
- Membuat *draft* penawaran kerjasama lembaga
- Membuat *draft* kontrak kerjasama
- Membuat memo penempatan dana
- Melakukan pengadaan permintaan *sponsorship*
- Melakukan *reminding* tanggal jatuh tempo dan penawaran program
- Memfinalisasi perpanjangan program penempatan dana

4.6.13 Consumer Funding Marketing

- Membuat memo pencairan bonus
- Menyerahkan memo pencairan bonus dalam bentuk pemindahbukuan yang sudah ditandatangani
- Meminta pengadaan *voucher* belanja atau barang
- Memberikan *voucher* belanja/barang untuk diberikan kepada nasabah
- Meminta persetujuan *special rate* kepada atasan
- Menginformasikan persetujuan mengenai permohonan kepada nasabah
- Membuat memo *special rate*
- Membuat usulan persetujuan pemberian bebas *penalty* pencairan deposito dipercepat kepada nasabah
- Membuat memo bebas *penalty* pencairan deposito dipercepat

4.6.14 Service Quality Unit

- Meminta persetujuan *special rate*
- Menginformasikan persetujuan pemberian bebas *pinalty* pencairan deposito dipercepat
- Menginformasikan persetujuan pemberian bebas *pinalty* pencairan deposito dipercepat
- Me-review dan menandatangani dokumen verifikasi

4.6.15 Customer Service

- Meminta persetujuan *special rate* kepada atasan
- Menginformasikan persetujuan mengenai permohonan kepada nasabah
- Membuat memo *special rate*
- Membuat usulan persetujuan pemberian bebas *penalty* pencairan dana deposito dipercepat kepada atasan
- Menginformasikan persetujuan pemberian bebas *penalty* pencairan dan deposito dipercepat kepada nasabah
- Membuat memo bebas *pinalty* pencairan deposito dipercepat
- Memberikan formulir pengaduan pengaduan nasabah untuk ditindak lanjuti
- Menyerahkan bukti dokumen verifikasi
- Penyerahan bukti transaksi

4.6.16 DBM Supporting

- Menyetujui memo pencairan
- Memeriksa memo pencairan dana untuk *developer* dan memberi disposisi

- Proses pengecekan pada *system DBS*
- Memberikan memo pencairan kredit
- Melakukan otoritas pembayaran SPM (Surat Perintah Membayar)
- Meneruskan disposisi
- Meneruskan disposisi memo
- Memberikan pengajuan *redtruct*
- Mendisposisikan persetujuan *restrict*
- Melakukan validasi transaksi harian (RTGS) dengan batas nominal sesuai dengan kewenangan

4.6.17 Operation Unit

- Mengesahkan laporan yang dibuat oleh *Loan Administration Appaiser*
- Memberikan disposisi persetujuan untuk dilakukan transaksi/jurnal koreksi
- Menyetujui memo pencairan dana untuk *developer*
- Memeriksa memo pencairan dana untuk *developer* dan memberi disposisi
- Memberikan memo permohonan *fotocopy* dokumen pokok yang sudah diparaf
- Melakukan otoritas pembayaran SPM (surat Perintah Membayar)
- Me-review memo permohonan pencairan dana ditahan KPR indent
- Melakukan validasi pembayaran angsuran, pencairan deposito, tabungan, cek & giro, RTGS dsb dengan batas nominal sesuai dengan kewenangannya
- Melakukan *approval* upload pembayaran gaji /*payroll* internal BTN dan pihak luar)

- *Approval System* pembayaran administrasi negara
- Memeriksa surat peringatan untuk kliring (cek kosong) dan membubuhkan tandatangan
- Memeriksa laporan setoran pajak

4.6.18 Teller Service Sub Unit

Memberikan *Approval* dan pembayaran angsuran, pencairan deposito, tabungan, cek dan giro dan sebagainya dengan batas nominal sesuai kewenangannya.

4.6.18.1 Teller

- Melakukan input jumlah transaksi dan memastikan penerimaan transfer, no rekening dan bank yang dituju
- Menyelesaikan transaksi normal : penyetoran dana dan penarikan dana (tanpa memerlukan *approval* dari atasan)
- Melakukan pembayaran SPM tunai dari unit lain

4.6.18.2 Vault

- Memberikan dan yang diperlukan
- Menerima dana
- Memberikan dana
- Memberikan dana yang diperlukan
- Menerima dana

4.6.19 General Administration Sub Unit

4.6.19.1 Human Capital Support

- Mengadminiatriasi permohonan cuti
- Mengadministrasi permohonan ijin sakit dalam file pegawai dan menerbitkan SK pegawai pengganti apabila diperlukan
- Pelaksanaan training untuk karyawan
- Pembuatan SK (mutasi, rotasi karyawan)

4.6.19.2 Logistic Support

- Membuat dan memutuskan SPM untuk meminta tandatangan otorisator dan setuju bayar
- Tindak lanjut keluhan yang terkait dengan perbaikan fisik gedung maupun alat mesin kantor
- Pemenuhan ATK (1 bulan sekali)
- Perpanjangan sewa gedung *outlet bank*

4.6.19.3 Loan Administrator & Document Sub Unit

- Melakukan validasi memo pencairan
- Memberikan mmeo pencairan dana untuk *developer* dan memberi disposisi
- Menyerahkan memo koreksi beserta lampirannya
- Mengeksekusi sesuai perintah pada memo
- Meneruskan *order survey* penghasilan
- Meneruskan dan menyerahkan laporan *survey* verifikasi penghasilan
- Memverifikasi dan meneruskan hasil *survey* ke *analyst*

- Memeriksa memo permohonan *Fotocopy* dokumen pokok
- Menyiapkan dokumen pokok dan surat roya untuk dibawa ke BPN
- Meneruskan order LPA ke LA staff *by system* iLoan ke BPN (untuk petugas transaksi *inernal* BTN sedangkan petugas dari eksternal menggunakan media surat tugas).
- Meng-*approve* laporan di *system iLoan* dan meneruskan ke *customer loan service*
- Meneruskan disposisi
- Cek kebenaran dan tandatangan memo pencairan
- Memberikan penjelasan terkait klaim/keluhan dari nasabah terkait dokumen yang belum selesai.

4.6.19.4 Loan Administration

- Membuat memo pencairan dana untuk *developer*
- Mengarsip memo koreksi beserta lampirannya
- Melakukan verifikasi memo pencairan
- Melakukan *survey verifikasi* penghasilan
- Meg-*scan* dan memasukan data ke *system*
- Mengentry hasil laporan di *system iLoan* dan meng-*scan* gambar agunan
- Meng-*update system* terkait dengan pembayaran ekstra
- Melakukan *survey* untuk memastikan kelayakan rumah dan atau mentransaksi nilai rumah

4.6.19.5 Loan Document

- Membuat memo permohonan *fotocopy* dokumen pokok
- Melakukan pencatatan ke buku *register* dokumen pokok
- Memeriksa kelengkapan dokumen pokok (perjanjian kredit, akte jual beli, pengakuan hutang, SKMHT, APHT, monitor penyelesaian IMB dan sertifikat)
- Meng-*update* sistem terkait kelengkapan dokumen (dokumen yang sudah diperoleh)
- Pengadministrasian (penyimpanan) seluruh dossier
- Melakukan *stock opname* seluruh dokumen pokok

4.9.20 Transaction Processing Unit

- Memberikan memo pencairan dana
- Menyerahkan memo koreksi beserta lampirannya
- Menyerahkan pencairan dana (disposisi)
- Memberikan memo pemindahan dana nasabah ke rekening lain sesuai permintaan nasabah
- Me-*review* memo pengaduan nasabah
- Disposisi
- Memeriksa untuk persetujuan transaksi kliring sesuai dengan kewenangannya
- Memeriksa map tunggu unit

4.6.21 Clearing

- Membuat surat peringatan terkait adanya penolakan kliring
- Menyerahkan dan mengembalikan (untuk yang ditolak) kliring ke lembaga kliring (warkat bank lain)
- *Entry* transaksi penolakan kliring/cek kosong pada aplikasi SIBS
- Membawa kliring warkat BTN dari bank lain

4.6.22 Transaction Processing & IT Support

- Melakukan pembayaran SPM non tunai dari unit lain
- Melakukan pencairan dana jaminan ke rekening *developer*
- Melakukan koreksi di DBS
- Pemindahbukuan atau pencarian bonus
- Melakukan pemindahbukuan dana lembaga
- Mengeksekusi proses pencairan
- Menindaklanjuti pengaduan nasabah terkait dengan klaim ATM dan melaporkan hasilnya, kemudian membuat memo koreksi
- Melakukan rekap transaksi pajak dan memeriksa kebenaran nominal, tahun pajak dan kode MAP, kemudian melakukan penyetoran ke kas negara untuk pembayaran pajak
- Menyerahkan bukti formulir kiriman uang (sesuai kewenangan)
- Melakukan pencairan dan pemindahbukuan
- Melaksanakan perintah sesuai dengan *memo retract*

- Mengeksekusi transaksi kliring (warkat) yang menjadi kewenangannya maupun yang menurunkan *approval* atasan
- Melakukan transaksi pemindahbukuan koreksi

4.6.23 Accounting Control Unit

- Menindaklanjuti memo terkait aplikasi kredit
- Mengaktifkan *user ID iLoan* yang terkunci

4.6.24 Accounting & Reporting

- Melakukan *register* setiap klaim angsuran dan secara periodik ke BI
- Membuat *entry jurnal*
- Membuat laporan lalu lintas devisa, laporan bank umum dan informasi debitor
- Melakukan transaksi jurnal koreksi

4.7 Produk Dana dan Jasa Bank Tabungan Negara

Bank adalah suatu lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalulintas pembayaran dan peredaran uang. Sejak tanggal 29 April 1989 Bank Tabungan Negara oleh pemerintah ditingkatkan statusnya menjadi bank umum dengan diijinkan Bank Tabungan Negara melaksanakan kegiatan penerimaan simpanan dalam bentuk giro dan keikutsertaan dalam proses kliring pada Bank Indonesia. Dengan meningkatnya perkembangan perekonomian dunia perbankan maka semakin berkembangnya produk dan jasa yang diberikan kepada masyarakat. Karena dengan produk dan jasa yang

dihasilkan oleh bank guna mempermudah nasabah dalam melakukan transaksi sangat diperlukan dengan perkembangan zaman sekarang.

4.7.1 Beberapa produk Bank Tabungan Negara sebagai berikut :

Produk Dana

- Tabungan BTN Batara
- Tabungan BTN Prima
- Tabungan BTN Batara *Payroll*
- Tabungan BTN juara
- Tabungan BTN Junior
- Tabungan BTN Pos
- Tabunganku
- Tabungan BTN Haji Reguler
- Tabungan BTN Haji Plus
- Tabungan BTN Batara Pensiunan
- Giro BTN & BTN Valas
- Deposito BTN & Deposito BTN Valas

4.7.2 Produk Jasa Kredit Konsumer

- KPR BTN Subsidi
- KPR BTN Platinum
- Kredit Pemilikan Apartemen (KPA) BTN
- Kredit Ringan BTN
- Kredit Ruko BTN

- Kredit Bangun Rumah
- Kredit Swadana BTN
- PRR-KB BTN Jamsostek
- TBUM BAPERTARUM
- TB BAPERTARUM

4.7.3 Produk Jasa Kredit Komersil

- Kredit Yasa Griyan / Kredit Konstruksi (KYG)
- Kredit Modal Kerja – Kontraktor (KMK – Kontraktor)
- Kredit Modal Kerja (KMK)
- Kredit Usaha Mikro dan Kecil (KUMK)
- Non Cash Loan : Garansi Bank

4.7.4 Jasa dan Layanan

- Bank Garansi
- *BTN Payroll*
- Inkaso BTN Prioritas
- Kartu Debit BTN Prioritas Gold

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Deskripsi Responden

Data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu meliputi tanggapan responden mengenai keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan, citra bank, dan kepuasan nasabah, termasuk juga data mengenai identitas responden. Adapun deskripsi responden dari penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, dan tingkat pendidikan. Tanggapan langsungnya berupa kuesioner yang dibagikan kepada 80 orang nasabah di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor Cabang Semarang, karena ada hasil kuesioner yang tidak dapat digunakan sehingga hanya diperoleh sebanyak 75 responden yang digunakan dalam penelitian ini.

5.1.1 Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dijelaskan melalui tabel berikut :

Tabel 5. 1
Jenis Kelamin Responden

No.	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Prosentase
1	Laki-laki	40	53%
2	Perempuan	35	47%
Total		75	100%

Sumber : Data primer yang di olah, 2019

Dari Tabel 5.1 diketahui dari 75 responden yang diambil pada penelitian ini untuk jenis kelamin laki-laki sebanyak 40 orang (53%) dan perempuan sebanyak 35 orang (47%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa

tidak ada mayoritas maupun minoritas baik nasabah laki-laki maupun perempuan dari pada Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor Cabang Semarang.

5.1.2 Responden Berdasarkan Usia

Deskripsi responden berdasarkan usia dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 5. 2
Kategori Usia Responden

No	Kategori Usia	Frekuensi	Prosentase
1	≤ 20 tahun	1	0,19%
2	21-30 tahun	17	19,10%
3	31-40 tahun	29	38,56%
4	41-50 tahun	17	19,10%
5	51-60 tahun	19	20,15%
6	≥ 61 tahun	2	2,90%
Total		75	100%

Sumber : data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 5.2 dapat dijelaskan mengenai kategori usia responden pada ≤ 20 tahun sebanyak 1 orang (0,19%), sedangkan mayoritas responden dengan frekuensi terbanyak yakni kategori usia 31-40 tahun sebanyak 29 orang (38,56%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa rata-rata nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor Cabang Semarang oleh nasabah dengan usia produktif yaitu kategori usia 31-40 tahun.

5.1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Deskripsi responden berdasarkan tingkat pendidikan dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 5.3
Tingkat Pendidikan Responden

No	Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Prosentase
1	SLTA	35	46,62%
2	D1	2	2,66%
3	D2	0	0
4	D3	12	16,00%
5	S1	25	33,39%
6	S2	0	0
7	S3	1	1,33%
Total		75	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 5.3 menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah BTN yang menjadi responden dengan tingkat pendidikan SLTA yaitu sejumlah 35 orang (46,62%). Berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor Cabang Semarang diketahui dengan tingkat pendidikan yang demikian nasabah memiliki pengetahuan dan wawasan yang baik sehingga dapat memahami dengan baik item-item pertanyaan dalam kuesioner.

5.2 Analisis Deskriptif

Menurut Ferdian (2006), analisis deskriptif menggunakan angka indeks bertujuan untuk mendapatkan gambaran deskriptif tentang persepsi umum responden mengenai sebuah variabel yang diteliti. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan teknik analisis indeks, untuk menggambarkan persepsi responden atau indikator-indikator pernyataan yang diajukan. Teknik yang sering dilakukan dalam penelitian ini adalah minimum 1 maksimum 4, maka perhitungan indeks jawaban responden dapat di hitung menggunakan rumus berikut :

Nilai indeks :
$$\frac{(\%F_1 \times 1) + (\%F_2 \times 2) + (\%F_3 \times 3) + (\%F_4 \times 4)}{4}$$

Dimana :

F_1 adalah frekuensi yang memilih 1 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan

F_2 adalah frekuensi yang memilih 2 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan

F_3 adalah frekuensi yang memilih 3 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan

F_4 adalah frekuensi yang memilih 4 dari skor yang digunakan dalam daftar pernyataan

Melalui indeks tersebut, akan diketahui sejauh mana derajat persepsi responden atas variabel-variabel yang menjadi indikator dalam penelitian. Rentang jawaban dari pengisian pernyataan setiap variabel yang diteliti, ditentukan dengan menggunakan kriteria tiga kotak (*three box method*). Nilai indeks diperoleh dari rentang 1-100 sehingga nilai rentang yang dihasilkan dari 100 kemudian dibagi 4 dan akan menghasilkan rentang sebesar 25 yang akan digunakan sebagai dasar interpretasi nilai indeks, yaitu sebagai berikut :

- | | |
|--------------------------|-----------------------|
| 1. Nilai indeks 25– 50 | = Interpretasi Rendah |
| 2. Nilai indeks 51 – 75 | = Interpretasi Sedang |
| 3. Nilai indeks 76 – 100 | = Interpretasi Tinggi |

Adapun hasil indeks untuk masing-masing variabel keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan, citra bank dan kepuasan nasabah serta tanggapan dari responden dapat disajikan sebagai berikut :

5.2.1 Tanggapan Responden terhadap Variabel Keadilan Layanan

Tanggapan responden dalam hal keadilan layanan yakni ketika petugas teller/customer service Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor Cabang Semarang dalam melayani nasabah, dapat dilihat pada Tabel 5.4.

Tabel 5.4
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keadilan Layanan (X_1)

No	Indikator-indikator Variabel Keadilan Layanan (X ₁)	Skor Jawaban				Indeks
		SS (4)	S (3)	TS (2)	STS (1)	
1.	Menurut saya, Teller dan CS bersikap sopan	33	39	3	0	85%
		44,0%	52,0%	4,0%	0	
2.	Menurut saya, Teller dan CS memperlakukan saya dengan hormat	28	45	2	0	83,65%
		37,3%	60,0%	2,7%	0	
3.	Menurut saya, Teller dan CS memberikan informasi yang lengkap dan tepat tentang produk	17	49	8	1	77,37%
		22,7%	65,4%	10,6%	1,3%	
4.	Menurut saya, Teller dan CS memberikan pelayanan yang saya butuhkan	32	31	11	1	81,32%
		42,6%	41,4%	14,7%	1,3%	
Rata-rata						81,83%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Tabel 5.4 diatas menunjukkan bahwa rentang 25-100 rata-rata indeks variabel keadilan layanan adalah tinggi, yaitu 81,83%. Beberapa tanggapan responden terhadap variabel keadilan layanan adalah sebagai berikut :

- a. Pada indikator pertama, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (44%), setuju (52%), tidak setuju (4%) dan diperoleh indeks sebesar (85%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Menurut saya, Teller dan CS bersikap sopan” termasuk dalam interpretasi tinggi.
- b. Pada indikator kedua, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (37,3%), setuju (60%), tidak setuju (2,7%) dan diperoleh indeks sebesar (83,65%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Menurut saya, Teller dan CS memperlakukan saya dengan hormat” termasuk dalam interpretasi tinggi.
- c. Pada indikator ketiga, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (22,7%), setuju (65,4%), tidak setuju (10,6%), sangat tidak setuju (1,3%) dan diperoleh indeks sebesar (77,37%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Menurut saya, Teller dan CS memberikan informasi yang lengkap dan tepat tentang produk” termasuk dalam interpretasi tinggi.
- d. Pada indikator keempat, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (42,6%), setuju (41,4%), tidak setuju (14,7%), sangat tidak setuju (1,3%) dan diperoleh indeks sebesar (81,32%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Menurut saya, Teller dan CS memberikan pelayanan yang saya butuhkan” termasuk dalam interpretasi tinggi.

Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut dapat dijadikan tolak ukur dari variabel keadilan layanan.

5.2.2 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Layanan

Tanggapan responden dalam hal kualitas layanan yakni ketika petugas teller/customer service Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor Cabang Semarang dalam melayani nasabah, dapat dilihat pada Tabel 5.5

Tabel 5.5
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Layanan (X₂)

No	Indikator-indikator Variabel Keadilan Layanan (X ₁)	Skor Jawaban				Indeks
		SS (4)	S (3)	TS (2)	STS (1)	
1.	Saat melayani, Teller dan CS menanyakan harapan saya	13	42	19	1	72,37%
		17,4%	56,0%	25,3%	1,3%	
2.	BTN memiliki keamanan yang baik	34	32	7	2	82,75%
		45,5%	42,6%	9,3%	2,6%	
3.	Jam buka layanan sesuai dengan informasi	27	30	10	8	75,35%
		36,0%	40,0%	13,4%	10,6%	
4.	Fasilitas fisik yang disediakan membuat saya merasa nyaman	32	41	2	0	84,72%
		42,7%	54,7%	2,6%	0	
Rata-rata						78,79%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Tabel 5.5 diatas menunjukkan bahwa rentang 25-100 rata-rata indeks variabel kualitas layanan adalah tinggi, yaitu 78,79%. Beberapa tanggapan responden terhadap variabel kualitas layanan adalah sebagai berikut :

- a. Pada indikator pertama, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (17,4%), setuju (56%), tidak setuju (25,3%), sangat tidak setuju (1,3%) dan diperoleh indeks sebesar (72,37%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Saat melayani Teller dan CS menanyakan harapan saya” termasuk dalam interpretasi tinggi.
- b. Pada indikator kedua, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (45,5%), setuju (42,6%), tidak setuju (9,3%), sangat tidak setuju (2,6%) dan diperoleh indeks sebesar (82,75%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “BTN memiliki keamanan yang baik” termasuk dalam interpretasi tinggi.
- c. Pada indikator ketiga, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (36%), setuju (40%), tidak setuju (13,4%), sangat tidak setuju (10,6%) dan diperoleh indeks sebesar (75,35%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Jam buka layanan sesuai dengan informasi” termasuk dalam interpretasi tinggi.
- d. Pada indikator keempat, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (42,7%), setuju (54,7%), tidak setuju (2,6%) dan diperoleh indeks sebesar (84,72%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Fasilitas fisik yang disediakan membuat saya nyaman” termasuk dalam interpretasi tinggi.

Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut dapat dijadikan tolak ukur dari variabel kualitas layanan.

5.2.3 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepercayaan

Tanggapan responden dalam hal kepercayaan yakni nasabah percaya dengan pelayanan yang telah diberikan oleh Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor Cabang Semarang, dapat dilihat pada Tabel 5.6

Tabel 5.6
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepercayaan (X₃)

No	Indikator-indikator Variabel Kepercayaan (X ₃)	Skor Jawaban				Indeks
		SS (4)	S (3)	TS (2)	STS (1)	
1.	Menurut saya, BTN dapat dipercaya	29	34	9	3	79,65%
		38,6%	45,4%	12,0%	4,0%	
2.	Mudah dan Lancar melakukan transaksi di BTN	31	40	4	0	84,02%
		41,4%	53,3%	5,3%	0	
3.	Menurut saya, BTN selalu berkomitmen untuk memenuhi kepuasan nasabah	27	41	7	0	81,67%
		36,0%	54,7%	9,3%	0	
4.	Menurut saya, informasi produk yang ditawarkan BTN adalah benar	29	33	13	0	80%
		38,6%	44,0%	17,4%	0	
Rata-rata						81,33%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Tabel 5.6 diatas menunjukkan bahwa rentang 25-100 rata-rata indeks variabel kepercayaan adalah tinggi, yaitu 81,33%. Beberapa tanggapan responden terhadap variabel kepercayaan adalah sebagai berikut :

- a. Pada indikator pertama, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (38,6%), setuju (45,4%), tidak setuju (12%), sangat tidak setuju (4%) dan diperoleh indeks sebesar (79,65%). Hal ini berarti secara umum prosentase

responden yang menyatakan “Menurut saya, BTN dapat dipercaya” termasuk dalam interpretasi tinggi.

- b. Pada indikator kedua, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (41,4%), setuju (53,5%), tidak setuju (5,3%) dan diperoleh indeks sebesar (84,02%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Mudah dan lancar melakukan transaksi di BTN” termasuk dalam interpretasi tinggi.
- c. Pada indikator ketiga, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (36%), setuju (54,7%), tidak setuju (9,3%) dan diperoleh indeks sebesar (81,67%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Menurut saya, BTN selalu berkomitmen untuk memenuhi kepuasan nasabah ” termasuk dalam interpretasi tinggi.
- d. Pada indikator keempat, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (38,6%), setuju (44%), tidak setuju (17,4%) dan diperoleh indeks sebesar (80%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Informasi produk yang ditawarkan BTN adalah benar” termasuk dalam interpretasi tinggi.

Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut dapat dijadikan tolak ukur dari variabel kepercayaan.

5.2.4 Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Bank

Tanggapan responden dalam hal citra bank yakni tanggapan responden mengenai Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor Cabang Semarang, dapat dilihat pada Tabel 5.7.

Tabel 5.7
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Citra Bank (X_4)

No	Indikator-indikator Variabel Citra Bank (X ₄)	Skor Jawaban				Indeks
		SS (4)	S (3)	TS (2)	STS (1)	
1.	Menurut saya, BTN memiliki citra yang baik	28	46	1	0	84%
		37,3%	61,4%	1,3%	0	
2.	Menurut saya, BTN memiliki kestabilan usaha yang baik	26	36	11	2	78,7%
		34,7%	48,0%	14,7%	2,6%	
3.	Menurut saya, BTN lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan bank lain	21	38	13	3	75,65%
		28,0%	50,6%	17,4%	4,0%	
Rata-rata						79,45%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Tabel 5.7 diatas menunjukkan bahwa rentang 25-100 rata-rata indeks variabel citra bank adalah tinggi, yaitu 79,45%. Beberapa tanggapan responden terhadap variabel citra bank adalah sebagai berikut :

- a. Pada indikator pertama, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (37,3%), setuju (61,4%), tidak setuju (1,3%) dan diperoleh indeks sebesar (84%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Menurut saya, BTN memiliki citra yang baik” termasuk dalam interpretasi tinggi.

- b. Pada indikator kedua, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (34,7%), setuju (48%), tidak setuju (14,7%), sangat tidak setuju (2,6%) dan diperoleh indeks sebesar (78,7%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Menurut saya, BTN memiliki kestabilan usaha yang baik” termasuk dalam interpretasi tinggi.
- c. Pada indikator ketiga, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (28%), setuju (50,6%), tidak setuju (17,4%), sangat tidak setuju (4%) dan diperoleh indeks sebesar (75,65%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Menurut saya, BTN lebih dapat dipercaya dibandingkan dengan bank lain” termasuk dalam interpretasi tinggi.

Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut dapat dijadikan tolak ukur dari variabel citra bank.

5.2.5 Tanggapan Responden terhadap Variabel Kepuasan Nasabah

Tanggapan responden dalam hal kepuasan nasabah yakni tanggapan responden mengenai kepuasan menjadi nasabah Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kantor Cabang Semarang, dapat dilihat pada Tabel 5.8

Tabel 5.8
Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No	Indikator-indikator Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	Skor Jawaban				Indeks
		SS (4)	S (3)	TS (2)	STS (1)	
1.	Saya menyampaikan hal-hal positif tentang BTN kepada orang atau	20	50	5	0	79,97%
		26,7%	66,5%	6,8%	0	

No	Indikator-indikator Variabel Kepuasan Nasabah (Y) pihak lain	Skor Jawaban				Indeks
		SS (4)	S (3)	TS (2)	STS (1)	
2.	Saya mempromosikan BTN dari mulut kemulut kepada orang atau pihak lain	24	44	4	3	79,67%
		32,0%	58,7%	5,3%	4,0%	
3.	Saya melanjutkan bisnis dan mereferensikan BTN kepada orang atau pihak lain	13	38	15	9	68,35%
		17,4%	50,6%	20,0%	12,0%	
Rata-rata						75,99%

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Tabel 5.8 diatas menunjukkan bahwa rentang 25-100 rata-rata indeks variabel kepuasan nasabah adalah tinggi, yaitu 75,99%. Beberapa tanggapan responden terhadap variabel kepuasan nasabah adalah sebagai berikut :

- a. Pada indikator pertama, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (26,7%), setuju (66,5%), tidak setuju (6,8%) dan diperoleh indeks sebesar (79,97%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Saya menyampaikan hal-hal positif tentang BTN kepada orang atau pihak lain” termasuk dalam interpretasi tinggi.
- b. Pada indikator kedua, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (32%), setuju (58,7%), tidak setuju (5,3%), sangat tidak setuju (4%) dan diperoleh indeks sebesar (79,67%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Saat melayani Teller dan CS menanyakan harapan saya” termasuk dalam interpretasi tinggi.

c. Pada indikator ketiga, prosentase yang menyatakan sangat setuju adalah (17,4%), setuju (50%), tidak setuju (20,0%), sangat tidak setuju (12,0%) dan diperoleh indeks sebesar (68,35%). Hal ini berarti secara umum prosentase responden yang menyatakan “Saya melanjutkan bisnis dan mereferensikan BTN kepada orang atau pihak lain” termasuk dalam interpretasi sedang.

Hal ini menunjukkan bahwa indikator-indikator tersebut dapat dijadikan tolok ukur dari variabel kepuasan nasabah.

5.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

5.3.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur (Sujarweni, 2015). Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item pertanyaan dalam kuesioner, apakah item-item pertanyaan pada kuesioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur.

Tabel 5.9
Hasil Uji Validitas

No	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
Keadilan Layanan				
1	X _{1.1}	0,900	0,1888	Valid
2	X _{1.2}	0,746	0,1888	Valid
3	X _{1.3}	0,663	0,1888	Valid
4	X _{1.4}	0,867	0,1888	Valid
Kualitas Layanan				
1	X _{2.1}	0,713	0,1888	Valid
2	X _{2.2}	0,821	0,1888	Valid

No	Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
3	$X_{2.3}$	0,735	0,1888	Valid
4	$X_{2.4}$	0,704	0,1888	Valid
Kepercayaan				
1	$X_{3.1}$	0,730	0,1888	Valid
2	$X_{3.2}$	0,712	0,1888	Valid
3	$X_{3.3}$	0,891	0,1888	Valid
4	$X_{3.4}$	0,751	0,1888	Valid
Citra Bank				
1	$X_{4.1}$	0,830	0,1888	Valid
2	$X_{4.2}$	0,849	0,1888	Valid
3	$X_{4.3}$	0,771	0,1888	Valid
Kepuasan Nasabah				
1	$Y_{.1}$	0,754	0,1888	Valid
2	$Y_{.2}$	0,865	0,1888	Valid
3	$Y_{.3}$	0,803	0,1888	Valid

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Pengujian validitas seperti pada Tabel 5.9 diatas menunjukkan bahwa masing-masing indikator terhadap total skor dari setiap variabel menunjukkan hasil yang valid yakni nilai r hitung $>$ r tabel. Nilai r tabel diperoleh dari tabel r dengan $n = 75$ dengan signifikan 5% (0,05). Kesimpulan dari data diatas bahwa semua indikator pernyataan kuesioner dinyatakan valid, maka dapat dilanjutkan pengujian selanjutnya.

5.3.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk- konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama

terhadap seluruh butir pertanyaan (Sujarweni, 2015). Dasar pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas yaitu jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$ maka dinyatakan reliabel.

Tabel 5.10
Hasil Uji Reliabilitas

No.	Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Nilai Standardisasi	Keterangan
1	Keadilan Layanan	0,802	0,60	Reliabel
2.	Kualitas Layanan	0,751	0,60	Reliabel
3.	Kepercayaan	0,817	0,60	Reliabel
4.	Citra Bank	0,783	0,60	Reliabel
5.	Kepuasan Nasabah	0,802	0,60	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan Tabel 5.10 diatas dapat diketahui nilai Cronbach Alpha variabel keadilan layanan adalah 0,802, variabel kualitas layanan 0,751, variabel kepercayaan 0,817, variabel citra bank 0,783 dan variabel kepuasan nasabah 0,802. Jika nilai Cronbach Alpha $> 0,60$ maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memenuhi kriteria reliabilitas.

5.4 Uji Asumsi Klasik

5.4.1 Uji Normalitas

Uji normalitas data ini sebaiknya dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian. Uji normalitas ini bertujuan untuk mengetahui distribusi data dalam variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak digunakan dalam penelitian adalah data yang memiliki distribusi normal. Normalitas data dapat dilihat dengan menggunakan uji normal

Kolmogorov-Smirnov dan uji normal P-P Plot, seperti yang ditunjukkan oleh tabel dan gambar berikut :

Tabel 5. 11
Hasil Uji Normalitas

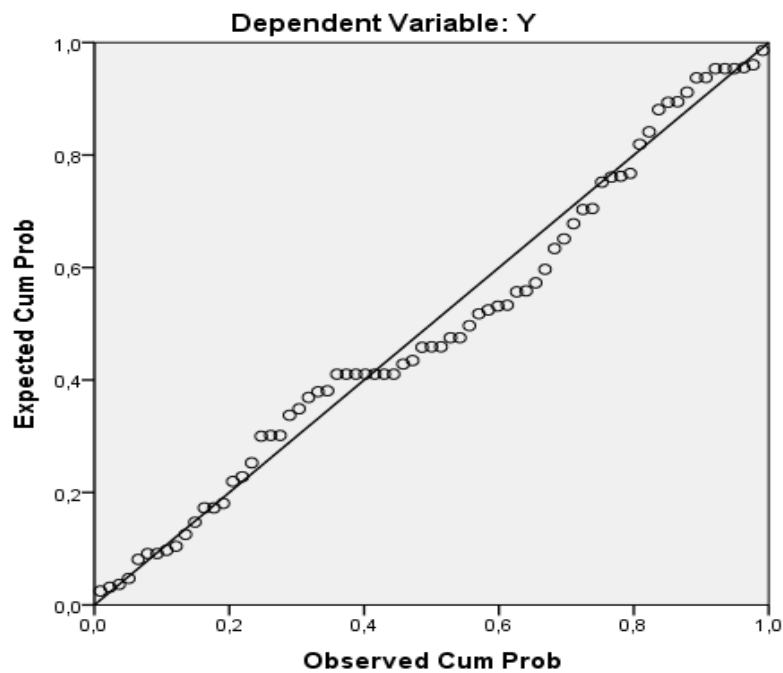
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,86373849
	Absolute	,103
Most Extreme Differences	Positive	,074
	Negative	-,103
Kolmogorov-Smirnov Z		,891
Asymp. Sig. (2-tailed)		,406

a. Test distribution is Normal , b. Calculated from data.

Sumber : *Output SPSS20*

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 5.1

Hasil Uji Normalitas

Sumber : *Output SPSS20*

Berdasarkan *output* diatas, diketahui bahwa pada Tabel 5.11 hasil pengujian normalitas dengan Kolmogorov-Smirnov diperoleh nilai pada Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,406 yakni nilai tersebut lebih besar dari nilai signifikansi (0,05) sehingga, dapat disimpulkan bahwa data yang diuji dalam penelitian ini berdistribusi normal. Selain itu juga dilakukan uji normal P-P Plot yang ditunjukkan pada gambar 5.1, diketahui bahwa titik-titik data mendekati garis normal artinya data pada penelitian ini berdistribusi normal.

5.4.2 Uji Multikolinieritas

Bertujuan untuk menguji ada tidaknya korelasi antara variabel bebas. Model regresi mensyaratkan tidak terjadinya multikolinieritas. Deteksi tidak adanya multikolinieritas yakni dengan melihat besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *Tolerance* (Ghozali, 2006). Dasarnya yakni jika nilai *Tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan diperoleh nilai seperti ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 5.12
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Keadilan Layanan	0,505	1,979
	Kualitas Layanan	0,424	2,357
	Kepercayaan	0,668	1,498
	Citra Bank	0.429	2.329

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : *Output SPSS20*

Berdasarkan hasil perhitungan SPSS pada tabel 5.12 menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* pada variabel keadilan layanan (0,505), pada variabel kualitas layanan diperoleh nilai (0,424), pada variabel kepercayaan (0,668), dan variabel citra bank (0,429) dimana nilai tersebut lebih besar dari standar nilai yang telah ditentukan sebesar 0,10. Sedangkan untuk nilai VIF diperoleh nilai pada variabel keadilan layanan (1,979), pada variabel kualitas layanan (2,357), pada variabel kepercayaan (1,498) dan pada variabel citra bank (2,329) dimana besarnya nilai tersebut kurang dari 10. Maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

5.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Jika varian dari residual dari hasil pengamatan satu ke yang lainnya tetap, maka disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik apabila terjadi permasalahan heteroskedastisitas di ambil dasar pemikiran sebagai berikut (Sujarweni, 2015) :

1. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau disekitar angka 0.
2. Titik-titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
3. Penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
4. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Untuk mengetahui hasil pengujian heteroskedastisitas antara keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan, citra bank terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat pada hasil *output SPSS* berikut :

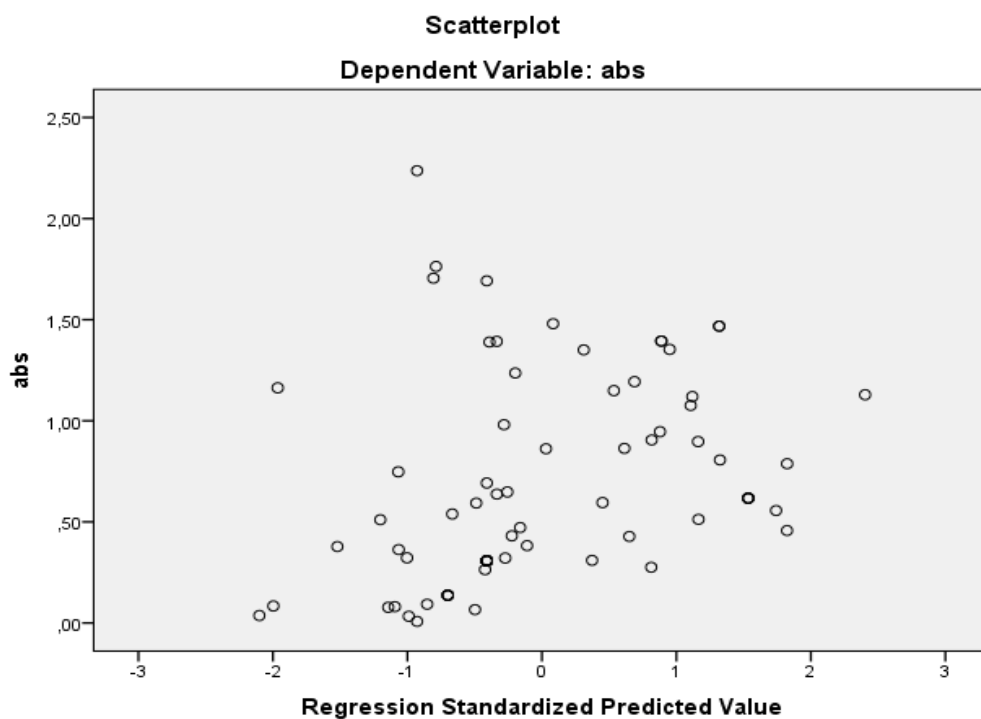
Tabel 5. 13
Hasil Uji Glejser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,595	,732		-,813	,419
	keadilan layanan	,010	,051	,031	,192	,848
	kualitas layanan	,103	,056	,323	1,852	,068
	Kepercayaan	-,046	,040	-,158	-1,134	,261
	Citra Bank	,012	,069	,031	,178	,859

a. Dependent Variable: abs

Sumber: *Output SPSS20*



Gambar 5.2
Hasill Uji Heteroskedastisitas

Sumber : *Output SPSS20*

Berdasarkan tabel 5.13 diperoleh nilai pada variabel keadilan layanan (0,848), pada variabel kualitas layanan (0,068), pada variabel kepercayaan (0,261)

dan pada variabel citra bank (0,859). Berdasarkan hasil nilai signifikansi pada uji Glejser lebih besar dari 0,05 sehingga tidak terjadi heteroskedastisitas.

Kemudian dengan metode Scatterplots pada gambar 5.2 menunjukkan titik-titik yang menyebar secara acak menyebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y tidak teratur dan membentuk suatu pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

5.5 Analisis Regresi Linier Berganda

Dalam proses penghitungannya regresi linier berganda menggunakan program *SPSS 20* antara variabel keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank terhadap kepuasan nasabah sehingga diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5. 14
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,930	1,303		,714	,478
1 Keadilan layanan	,041	,090	,050	,454	,651
Kualitas layanan	,329	,099	,403	3,325	,001
kepercayaan	,171	,072	,230	2,383	,020
Citra bank	,286	,123	,281	2,327	,023

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah, Sumber : *Output SPSS20*

Berdasarkan tabel 5.14 diatas persamaan regresi dinyatakan dengan *Unstandardized Coefficients* dengan pertimbangan bahwa ukuran variabel sama, artinya bahwa persepsi responden terhadap variabel yang sama (Sujarweni, 2015). Berdasarkan hasil uji regresi linier diatas maka persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,930 + 0,041X_1 + 0,329X_2 + 0,171X_3 + 0,286X_4 + e$$

Persamaan regresi linier berganda tersebut menunjukkan bahwa :

1. Nilai konstanta sebesar 0,930 artinya jika tidak ada peningkatan variabel keadilan layanan (X_1), kualitas layanan (X_2), kepercayaan (X_3) dan citra bank (X_4), maka variabel kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar 93%.
2. Nilai koefisien regresi sebesar 0,041 artinya variabel keadilan layanan (X_1) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Jika indikator keadilan layanan ditingkatkan sebesar 100% dan diasumsikan indikator yang lain konstan maka variabel kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 4,1%.
3. Nilai koefisien regresi sebesar 0,329 artinya variabel kualitas layanan (X_2) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Jika indikator kualitas layanan ditingkatkan sebesar 100% dan diasumsikan indikator yang lain konstan maka variabel kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 32,9%.
4. Nilai koefisien regresi sebesar 0,171 artinya variabel kepercayaan (X_3) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Jika indikator kepercayaan ditingkatkan sebesar 100% dan diasumsikan indikator yang lain

konstan maka variabel kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 17,1%.

5. Nilai koefisien regresi sebesar 0,286 artinya variabel citra bank (X_4) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Jika indikator citra bank ditingkatkan sebesar 100% dan diasumsikan indikator yang lain konstan maka variabel kepuasan nasabah (Y) akan meningkat sebesar 28,6%.
6. Variabel independen yang paling berpengaruh terhadap variabel dependen adalah variabel kualitas layanan karena memiliki nilai koefisien regresinya yang paling tinggi yakni 0,329 dimana jika indikator kualitas layanan ditingkatkan sebesar 100% dan diasumsikan indikator yang lain konstan maka variabel kepuasan nasabah sebesar 32,9%.

5.6 Pengujian Hipotesis

5.6.1 Uji t (Parsial)

Uji hipotesis secara parsial adalah untuk menguji pengaruh X_1 , X_2 , X_3 , X_4 secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y). Berikut ini adalah hasil pengujian parsial yang dilakukan dengan program SPSS.

Tabel 5. 15
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,930	1,303		,714	,478
1 Keadilan layanan	,041	,090	,050	,454	,651
Kualitas layanan	,329	,099	,403	3,325	,001
kepercayaan	,171	,072	,230	2,383	,020
Citra bank	,286	,123	,281	2,327	,023

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

Sumber : *Output SPSS20*

$H_0: \beta = 0$ tidak terdapat pengaruh antara X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap Y

$H_a: \beta \neq 0$ terdapat pengaruh X_1, X_2, X_3, X_4 terhadap Y

Dasar pengambilan keputusan (Sujarweni, 2015) :

1. Dalam hal ini apabila nilai probabilitas < dari taraf signifikan 5% atau 0,05 maka ada pengaruh signifikan antara keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan, dan citra bank terhadap kepuasan nasabah.
2. Apabila nilai probabilitas > dari taraf signifikan 5% atau 0,05 maka tidak ada pengaruh yang signifikan antara keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan, dan citra bank terhadap kepuasan nasabah.

5.6.1.1 Uji pengaruh antara Keadilan Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 5.16 yakni nilai t hitung dan sig. Untuk variabel keadilan layanan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) t hitung (0,454) < t tabel (1,994) maka terdapat pengaruh antara variabel keadilan layanan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya pada nilai probabilitas sebesar $0,651 > 0,05$ maka H_0 diterima. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hipotesis pertama ditolak. Hal ini berarti keadilan layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

5.6.1.2 Uji pengaruh antara Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 5.16 yakni nilai t hitung dan sig. Untuk variabel kualitas layanan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) t hitung (3,325) > t tabel (1,994) maka terdapat pengaruh antara variabel kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya pada nilai probabilitas sebesar $0,001 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hipotesis kedua diterima. Hal ini berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

5.6.1.3 Uji pengaruh antara Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 5.16 yakni nilai t hitung dan sig. Untuk variabel kepercayaan (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) t hitung (2,383) > t tabel (1,994) maka terdapat pengaruh antara

variabel kepercayaan terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya pada nilai probabilitas sebesar $0,020 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hipotesis ketiga diterima. Hal ini berarti bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

5.6.1.4 Uji pengaruh antara Citra Bank terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan dapat dilihat pada tabel 5.16 yakni nilai t hitung dan sig. Untuk variabel keadilan layanan (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) t hitung ($2,327$) $>$ t tabel ($1,994$) maka terdapat pengaruh antara variabel citra bank terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya pada nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa hipotesis keempat diterima. Hal ini berarti bahwa citra bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

5.6.2 Uji F

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Ghozali, 2011). Dalam hal ini untuk menguji pengaruh keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang dapat dilihat pada Tabel 5.17.

Tabel 5.16
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71,139	4	17,785	22,550	,000 ^b
	Residual	55,207	70	,789		
	Total	126,347	74			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

b. Predictors: (Constant), citra bank, kepercayaan, keadilan layanan, kualitas layanan

Sumber : *Output SPSS20*

Berdasarkan pengujian pada tabel 5.17 yakni dilihat nilai F hitung dan sig. F hitung (22,550) > Ftabel (2,50), kemudian pada nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang simultan dan signifikan antara variabel keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank terhadap kepuasan nasabah pada Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang.

5.7 Koefisien Determinasi

Untuk menguji model penelitian ini adalah dengan menghitung koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu (Sujarweni, 2015). Semakin besar suatu besaran R^2 suatu variabel bebas menunjukkan semakin dominannya pengaruh terhadap variabel tidak bebasnya, dan variabel bebas mempunyai R^2 paling besar menunjukkan pengaruh paling

dominan terhadap variabel terikatnya.. Seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 5. 17
Hasil Uji Koefisien Detreminasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,750 ^a	,563	,538	,888

a. Predictors: (Constant), citra bank, kepercayaan , keadilan layanan, kualitas layanan,

Sumber : *Output SPSS20*

Berdasarkan Tabel 5.18 diatas nilai *R Square* sebesar 0,563. Nilai tersebut menunjukkan bahwa variabel keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank memberikan kontribusi terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk sebesar 56,3% dan sisanya 43,7% dipengaruhi oleh variabel lainnya diluar penelitian ini seperti fasilitas, produk, persepsi resiko dan variabel lainnya.

5.8 Pembahasan

5.8.1 Pengaruh Keadilan Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Keadilan Layanan didefinisikan sebagai persepsi pelanggan dari tingkat keadilan dalam perilaku layanan perusahaan. Penilaian pelanggan terhadap keadilan layanan muncul ketika pelanggan membandingkan layanan yang dirasakan dengan standar layanan pelanggan, berdasarkan perbandingan tersebut pelanggan merasa diperlakukan adil atau tidak adil (Seiders *et al* dalam Zhu *et al.*, 2012). Keadilan merupakan nilai universal dan menjadi hak asasi yang telah

diterima secara luas (Held dalam oleh Mahmudah, 2010). Seperti pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Arde Prayoga (2015) yang menyatakan keadilan layanan secara individu mempunyai pengaruh positif yang tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil yang sama ditunjukkan dalam penelitian ini dengan nilai t hitung sebesar $0,454 < 1,994$ dengan taraf signifikansi hitung sebesar $0,651 > 0,05$ yang berarti bahwa keadilan layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil penelitian ini juga memberikan informasi kepada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang mengenai keadilan layanan yang tidak signifikan. Namun demikian bukan berarti keadilan layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal tersebut tetap berpengaruh tetapi tidak cukup bukti sehingga hipotesis dalam penelitian menyatakan H_0 diterima. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang dapat lebih mencermati dan menindaklanjuti aspek-aspek dalam variabel keadilan layanan pada penelitian ini seperti sikap dan perlakuan staff bank kepada nasabah, informasi lengkap dan tepat tentang produk yang dijelaskan kepada nasabah. Dengan aspek-aspek tersebut diharapkan nasabah secara menyeluruh baik nasabah menengah ke bawah maupun nasabah menengah keatas dapat merasakan keadilan layanan yang diberikan sehingga dapat tercapainya kepuasan nasabah yang diharapkan.

5.8.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas Layanan merupakan faktor yang sangat penting dalam menentukan pelanggan jangka panjang di dalam Institusi Keuangan (Lymperopoulos *et al.*,

2006 dalam Zhu *et al.*, 2012) terutama pada Strategi Perbankan yang mulai berfokus pada pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas pelanggan, didalam ekspektasi pelanggan dan persepsi pelanggan terdapat lima komponen yaitu, bukti fisik (tangibility), keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Kualitas pelayanan yang baik menjadi salah satu syarat kesuksesan dalam perusahaan jasa. Kualitas layanan dalam perusahaan jasa sering dikondisikan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dan layanan yang diterima secara nyata.

Seperti pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Natalia Ribka Lumempu.dkk .,2015) yang menyatakan kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu pada penelitian oleh Farah Diza.dkk yakni hasil perhitungan analisis regresi linier berganda dengan pengujian parsial variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen, dimana dalam penelitian tersebut di dapatkan hasil yang sama yaitu variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil perhitungan pada penelitian ini juga menunjukkan nilai t hitung sebesar $3,325 > 1,994$ dengan taraf signifikansi hitung sebesar $0,001 < 0,05$ yang berarti bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hasil ini membuktikan bahwa nasabah yang puas karena layanan yang berkualitas. Oleh karena itu semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang maka nasabah

semakin puas terhadap jasa atau produk juga hal lain seperti keamanan yang baik, kesesuaian informasi serta fasilitas yang diterima.

5.8.3 Pengaruh Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah

Kepercayaan juga termasuk dalam persepsi pelanggan atas kepuasan pelanggan selain itu kepercayaan juga akan membuat hubungan menjadi lebih kuat (Chen *et al.*, 2012). Menurut Lau dan Le dalam Chen *et al* (2012) mendefinisikan kepercayaan sebagai kesediaan (*willingness*) seseorang untuk menggantungkan dirinya pada pihak lain dengan risiko tertentu. Sementara (Johnson dalam Chen *et al.*,2012) mendefinisikan kepercayaan terhadap merek terbentuk pada pihak lain dengan risiko tertentu, kepercayaan terhadap merek terbentuk dari pengalaman masa lalu dan interaksi sebelumnya.

Seperti pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Farah Diza.dkk .,2016) yang menyatakan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Ni Putu Lenny Pratiwi., dkk (2015) bahwa variabel kepercayaan berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan nasabah. Penelitian oleh Muhammad Bahrudin dan Siti Zuhrio (2015) menyatakan kepercayaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini juga ditunjukkan dengan hasil yang sama pada penelitian ini yakni, t hitung sebesar $2,383 > 1,994$ dengan taraf signifikansi hitung sebesar $0,020 < 0,05$ yang berarti bahwa kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dengan demikian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan nasabah juga dapat mewujudkan kepuasan nasabah. Jika PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang dapat menjaga dan memenuhi janji kepada nasabah, seperti yang diketahui bank selalu menerapkan prinsip kehati-hatian (*Prudential Banking Principle*) guna menjaga *image* serta kepercayaan (*trust*) masyarakat, apabila rasa percaya nasabah tidak dijaga dengan baik maka banyak risiko yang akan dihadapi oleh Bank. Jika dikaitkan dengan faktor keadilan layanan dan kualitas layanan, Bank perlu selalu menjaga keberlangsungan kedua hal tersebut untuk menjaga kepercayaan nasabah terhadap PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang dalam kegiatan pelaksanaan praktik bisnisnya.

5.8.4 Pengaruh Citra Bank terhadap Kepuasan Nasabah

Citra secara umum adalah suatu gambaran psikologis yang terbentuk dalam pikiran konsumen yang dihasilkan dari banyak rangsang yang berbeda-beda terhadap setiap inderanya. Citra merupakan keyakinan, gagasan dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek, maka citra perusahaan merupakan persepsi pelanggan terhadap pelayan yang diterima oleh nasabah (Kotler dan Keller, 2009). Citra perusahaan dihasilkan dengan pengalaman konsumsi pelanggan yang berikutnya akan menentukan persepsi pelanggan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian Gan *et al* (2011) citra bank dapat diukur dengan indikator antara lain memiliki citra yang baik dibenak nasabah, bank

memiliki kestabilan usaha, dapat dipercaya dibandingkan dengan bank lain dan memiliki citra yang kuat.

Seperti pada penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh (Marina Malian, 2015) yang menyatakan terjadi pengaruh positif dan signifikan citra bank terhadap kepuasan nasabah. Selanjutnya penelitian oleh Marina Malian (2016) bahwa kepercayaan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Maria Hanik Dwi Artika (2017) yang memperoleh hasil pada penelitiannya citra bank secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini juga ditunjukkan dengan hasil perhitungan pada penelitian ini yakni, t hitung sebesar $4,420 > 1,994$ dengan taraf signifikansi hitung sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti bahwa citra bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dengan demikian hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra perusahaan akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Dimana citra yang baik hasil dari persepsi nasabah itu sendiri, apabila citra baik PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk telah ada dibenak nasabah maka mengindikasikan kepuasan nasabah. Perusahaan diharapkan mengkomunikasikan secara jelas tentang bagaimana perusahaan memenuhi keinginan dan kebutuhan pasar yang berorientasi pada kepuasan nasabah sehingga dapat mengarahkan masyarakat dalam mencitrakan perusahaan secara positif.

BAB VI PENUTUP

6.1 Kesimpulan Penelitian

Dari data primer yang diperoleh dari penyebaran kuesioner maka dilakukan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas yaitu untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Sedangkan uji reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-construct pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel, dan dalam penelitian ini data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner dinyatakan valid dan reliabel.

Kemudian dalam uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, uji autokorelasi, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas seluruh data telah dilakukan uji-uji tersebut yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, dalam model regresi tidak ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas, dan tidak terjadi heteroskedastisitas

Dari pembahasan yang telah diuraikan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta 0,930 mempunyai arti bahwa jika tidak dipengaruhi oleh variabel-variabel bebas yaitu keadilan layanan (X_1), kualitas layanan (X_2), kepercayaan (X_3) dan citra bank (X_4), maka variabel kepuasan nasabah (Y) tetap (konstan) sebesar 93%.
- b. Keadilan layanan (X_1) secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah yang ditunjukkan dengan signifikan

0,651 > 0,05 sehingga H_0 diterima, yang menyatakan keadilan layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien regresi keadilan layanan (X_1) sebesar 0,041 berarti jika keadilan layanan meningkat 100% dan variabel lainnya adalah tetap (konstan) maka kepuasan nasabah meningkat 4,1%.

- c. Kualitas layanan (X_2) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang ditunjukkan dengan signifikan $0,001 < 0,05$ sehingga H_2 diterima, yang menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien regresi kualitas layanan (X_2) sebesar 0,329 berarti jika kualitas layanan meningkat 100% sedangkan variabel lainnya adalah tetap (konstan) maka kepuasan nasabah meningkat 32,9%.
- d. Kepercayaan (X_3) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang ditunjukkan dengan signifikan $0,020 < 0,05$ sehingga H_3 diterima, yang menyatakan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien regresi kepercayaan (X_3) sebesar 0,171 berarti jika keadilan layanan meningkat 100% sedangkan variabel lainnya adalah tetap (konstan) maka kepuasan nasabah meningkat 17,1%.
- e. Citra bank (X_4) secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang ditunjukkan dengan signifikan $0,023 < 0,05$ sehingga H_4 diterima, yang menyatakan citra bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Nilai koefisien regresi citra bank (X_4) sebesar

0,286 berarti jika keadilan layanan meningkat 100% sedangkan variabel lainnya adalah tetap (konstan) maka kepuasan nasabah meningkat 28,6%.

- f. Secara silmultan dapat disimpulkan bahwa variabel keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang, dengan nilai F hitung $(22,550) > F_{tabel}(2,50)$, kemudian pada nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_5 diterima.
- g. Nilai R Square (koefisien determinasi) adalah sebesar 0,563 yang berarti bahwa 56,3% variabel kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel dalam penelitian ini yaitu keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank, sementara sisanya 43,7% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini fasilitas, produk, persepsi risiko dan variabel lainnya.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, diberikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

1. Nilai koefisien regresi paling tinggi yakni pada variabel kedua yakni kualitas layanan, hendaknya PT. Bank Tabungan Negara (Persero) dapat menjadikan kualitas layaan sebagai tolok ukur dalam menciptakan kepuasan nasabah, namun variabel lainnya yaitu keadilan layanan, kepercayaan dan citra bank juga harus tetap diperhatikan.
2. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang terus melanjutkan pelayanan secara personal melalui tanggapan nasabah dari

saran dan kritik secara langsung dari nasabah. Dengan mengetahui keinginan nasabah, maka bank dapat lebih mudah meningkatkan kualitas pelayanan. selain itu, Bank juga perlu melakukan penelitian rutin dengan waktu yang disesuaikan akan kebutuhan guna mengetahui mengetahui keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan, citra bank maupun dengan variabel lainnya yang diharapkan oleh nasabah sehingga dapat mencapai kepuasan yang maksimal.

3. Hasil koefisien determinasi menunjukkan 43,7% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel lain, maka kepada peneliti selanjutnya disarankan dalam melakukan penelitian dengan menggunakan variabel lainnya seperti untuk mengetahui apakah akan terdapat perbedaan hasil atau tidak.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriadi Yudha, 2016. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Fasilitas terhadap kompensasi pasien Rawat Inap. Surabaya STIESIA Surabaya.
- Albari. 2013. Pengaruh Dimensi Keadilan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Volume 17; 02.
- Alfisyahrin. 2012. Akselerasi Pembelajaran Bahasa Indonesia dalam Kehidupan. Artikel. *Online* (<http://kuflet.com/2012/11/akselerasi-pembelajaran-bahasa-Indonesia-dalam-kehidupan>), diakses 20 Oktober 2018.
- Apriyani, Dwi Aliyyah dan Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo). Volume 51; 02.
- Apriyanti, Putri dkk. 2017. Analisis Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi empiris nasabah tabungan Tandamata bank BJB Cabang Serang). Volume 1; 02.
- Artika, Maria Hanik Dwi. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Surabaya.
- Dessler. 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia Menghadapi abad ke -21. Jakarta : Erlangga.
- Diza, Farah dkk. 2016. Kualitas Pelayanan, kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada PT. FIF Group Cabang Manado). Volume 4; 01.
- Gan, Chirstopher, Mike Clemes, Jing Wei and Betty Kao 2011. "An Emperical Analysis of New Zealand Bank Customers' Satisfaction". International Journal of Marketing. Volume 6 ; 63-77.
- Ghalandari, Kamal., Leila Babaeinia, and Maryam Ghorbani Ghale Jogh. 2012. Investigation of the Effect of Perceived Justice on Post-Recovery Overall Satisfaction, Post-Recovery Revisit Intention and Post-Recovery Word-of-Mouth Intention from Airline Industry in Iran: The Role of Corporate Image. World Applied Sciences Journal. Volume 7; 957-970.
- Ghozali, Imam. 2009. Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS17. UNIVERSITAS DIPONEGORO.

Hanggraningrum, Maya Dewi dkk.2017.The Effect Of Service Quality On Outpatient Satisfaction Of DR. Soegiri General Hospital Lamongan.Volume XV;4.

[Http://www.btn.co.id/ContentPage/Berita/Bank-Tabungan-Negara](http://www.btn.co.id/ContentPage/Berita/Bank-Tabungan-Negara). Tanggal akses 14 Oktober 2018.

Jayabrata, Muh.Ishaq dkk.2016.Analysis of The Influence Patient Safety, Service Quality, Marketing Mix, Toward Patient Satisfaction and Patient Loyalty for Inpatients of Private Hospitals in Surabaya. Volume 5;04.

Karim,Al Rasyed dan Chowdhury, Tabassum.2014.“Customer satisfaction On Service Quality in PrivateCommercial Banking Sector In Bangladesh”.Brithish Journal of Marketing Studies. June.Volume 2; 1-11.

Kotler, Phillip dan Keller, Lane. 2009. Principles of Marketing 12 th Edition. Diterjemahkan oleh Bob Sabran, M.M. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, Lane.2009. Manajemen Pemasaran : Jilid Pertama Edisi Tiga Belas. Jakarta : Index.

Lumempow, Natalia Ribka dkk.2015.Analisi Faktor-faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank MAndiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado.Volume 03;03.

Lupiyoadi, Rambat. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa.Jakarta : Salemba Empat.

Malian, Marina.2016.Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Komplain, Citra dan Kepuasan Terhadap Bank BRI Unit Kebun Bungan Palembang.Volume 2; 02

Maria Merry Marianti, 2009.Pengukuran Kualitas Jasa.Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar.

Meyers.2004.Knowledge Management in Theory and practice. Jakarta : Cintya Press.

Pratiwi, Ni Putu Lenny dan Ni Ketut Seminarti.2015.Pengaruh Kualitas Pelayanan, kepercayaan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah.Volume 4;05.

Prayoga, Arde.2017.Pengaruh Keadilan Layanan, Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT.Bank Rakyat Indonesia(Persero), Tbk Surabaya.

- Rusadi, Febri dan I Wayan Santika. Pengaruh Persepsi Keadilan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pasca Pemulihan Layanan Pengguna XL di Kota Denpasar.
- Sabir, Irfan Raja. Ghafoor Osama. Naem Akhtar. Iqra Hafes and Assad Ur Rehman. 2014. "Factor Affecting Customer Satisfaction in Banking Sektor of Paskistan". International Review of Management and Business. June 2014. Volume 3; 1014-1025.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Septiyana, Rindi. 2018. Pengaruh Kompensasi, Lingkungan Kerja dan Stres Kerja Terhadap Kinerja Pegawai. Skripsi. Universitas AKI
- Sukei. 2009. Kualitas Kinerja Perusahaan Daerah (BUMD): Analisis Behavioral Intention Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surabaya. Dalam Ekuitas, Volume 13 (2); 259-283.
- Tatik Suryani. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Pemasaran Jasa. Malang-Jawa Timur: Bayu Media.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011. Service Quality & Satisfaction Edisi ketiga. Yogyakarta : Andi Offset.
- Wati, Lidia Tri Christia. 2018. Pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, Brand Image dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Nasabah dalam Pengambilan Kredit Pemilikan Rumah Non Subsidi Di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang. Skripsi. Universitas AKI.
- Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan. SPSS COMPLETE Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS Edisi 2. Salemba Infotek.
- Yu Qian Zhu, Houn-Gee Chen. 2012. "Service Fairness and Customer Satisfaction in Internet Banking". Internet Research Volume 22(4); 1066-2243.

RIWAYAT HIDUP

Nama	: Siti Romdhonah
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir	: Batang, 2 Februari 1997
Agama	: Islam
Status	: Belum Menikah
Alamat Rumah	: Dk.Kebonsari RT.02/RW.04, Ds.Dlimas, Kec.Banyuputih, Kab.Batang, Jawa Tengah
Nomor Telepon	: 082 329 065 725
Alamat Email	: sitiromdhonah4@gmail.com

Pendidikan Formal

TK(2002-2003)	: TK Marsudi Rini Utami Dlimas
SD(2003-2009)	: MII Dlimas
SLTP(2009-2012)	: MTs Nurul Huda Banyuputih
SMU(2012-2015)	: SMK Ma'arif NU 01 Limpung
Perguruan Tinggi(2015-2019)	: S1 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas AKI Semarang

Pengalaman Organisasi

1. Palang Merah Remaja WIRA SMK Ma'arif NU 01 Limpung
2. Pramuka Bantara SMK Ma'arif NU 01 Limpung
3. IPNU-IPPNU SMK Ma'arif NU 01 Limpung
4. Forum Komunikasi Islam (FKI) Universitas AKI Semarang
5. Organisasi Pemuda Pemudi Kebonsari (OPPEK)

Hasil Output SPSS20

1. Uji Validitas

a. Variabel Keadilan Layanan (X₁)

Correlations					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	keadilan layanan
Pearson Correlation	1	,684**	,449**	,729**	,900**
X1.1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	,684**	1	,162	,546**	,746**
X1.2 Sig. (2-tailed)	,000		,164	,000	,000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	,449**	,162	1	,473**	,663**
X1.3 Sig. (2-tailed)	,000	,164		,000	,000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	,729**	,546**	,473**	1	,867**
X1.4 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	,900**	,746**	,663**	,867**	1
keadilan layanan	,000	,000	,000	,000	
N	75	75	75	75	75

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Variabel Kualitas Layanan (X₂)

Correlations					
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	kualitas layanan
Pearson Correlation	1	,448**	,365**	,211	,713**
X2.1 Sig. (2-tailed)		,000	,001	,069	,000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	,448**	1	,477**	,520**	,821**
X2.2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	,365**	,477**	1	,411**	,735**
X2.3 Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000
N	75	75	75	75	75

	Pearson Correlation	,211	,520**	,411**	1	,704**
X2.4	Sig. (2-tailed)	,069	,000	,000		,000
	N	75	75	75	75	75
kualita	Pearson Correlation	,713**	,821**	,735**	,704**	1
s	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
layana	N	75	75	75	75	75
n						

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Variabel Kepercayaan (X₃)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	kepercayaan
X3.1	Pearson Correlation	1	,421**	,488**	,369**	,730**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000
	N	75	75	75	75	75
X3.2	Pearson Correlation	,421**	1	,556**	,238*	,712**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,040	,000
	N	75	75	75	75	75
X3.3	Pearson Correlation	,488**	,556**	1	,689**	,891**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	75	75	75	75	75
X3.4	Pearson Correlation	,369**	,238*	,689**	1	,751**
	Sig. (2-tailed)	,001	,040	,000		,000
	N	75	75	75	75	75
keperca yaan	Pearson Correlation	,730**	,712**	,891**	,751**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	75	75	75	75	75

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

d. Variabel Citra Bank (X₄)

		Correlations			
		X4.1	X4.2	X4.3	citra bank
X4.1	Pearson Correlation	1	,694**	,365**	,830**

	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000
	N	75	75	75	75
	Pearson Correlation	,694**	1	,450**	,849**
X4.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	75	75	75	75
	Pearson Correlation	,365**	,450**	1	,771**
X4.3	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000
	N	75	75	75	75
	Pearson Correlation	,830**	,849**	,771**	1
X4	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	75	75	75	75

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

e. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

		Correlations			
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	kepuasan nasabah
Y1.1	Pearson Correlation	1	,617**	,347**	,754**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000
	N	75	75	75	75
Y1.2	Pearson Correlation	,617**	1	,492**	,865**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	75	75	75	75
Y1.3	Pearson Correlation	,347**	,492**	1	,803**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000
	N	75	75	75	75
kepuasan nasabah	Pearson Correlation	,754**	,865**	,803**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	75	75	75	75

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
keadilan layanan	46,95	15,889	,631	,802
kualitas layanan	47,36	14,828	,742	,751
kepercayaan	46,95	15,051	,611	,817
kepuasan nasabah	51,99	17,284	,695	,783

3. Uji Asumsi Klasik

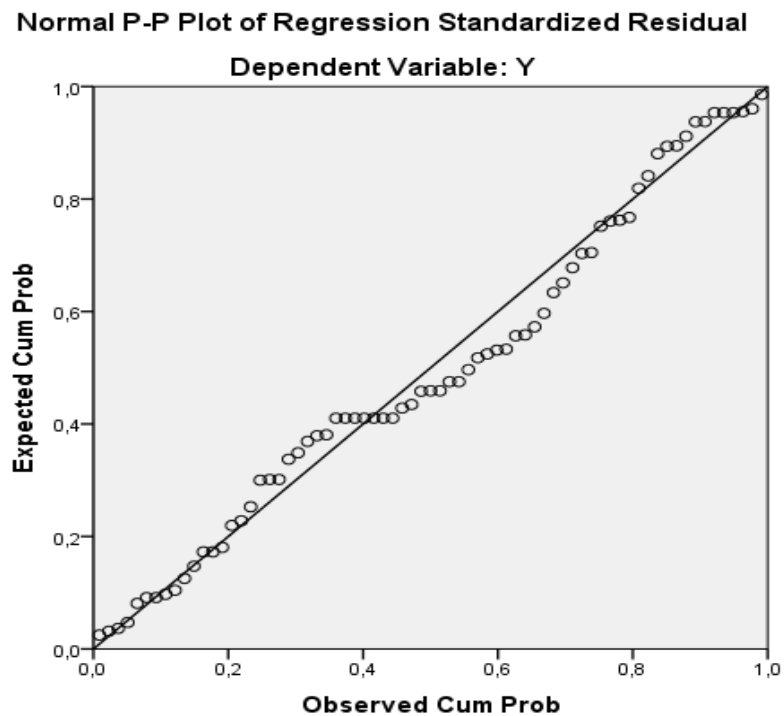
a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,86373849
	Absolute	,103
Most Extreme Differences	Positive	,074
	Negative	-,103
Kolmogorov-Smirnov Z		,891
Asymp. Sig. (2-tailed)		,406

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



b. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b						
Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,563 ^a	22,550	4	70	,000	1,780

a. Predictors: (Constant), X4, kepercayaan, keadilan layanan, kualitas layanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

c. Uji Multikolineritas

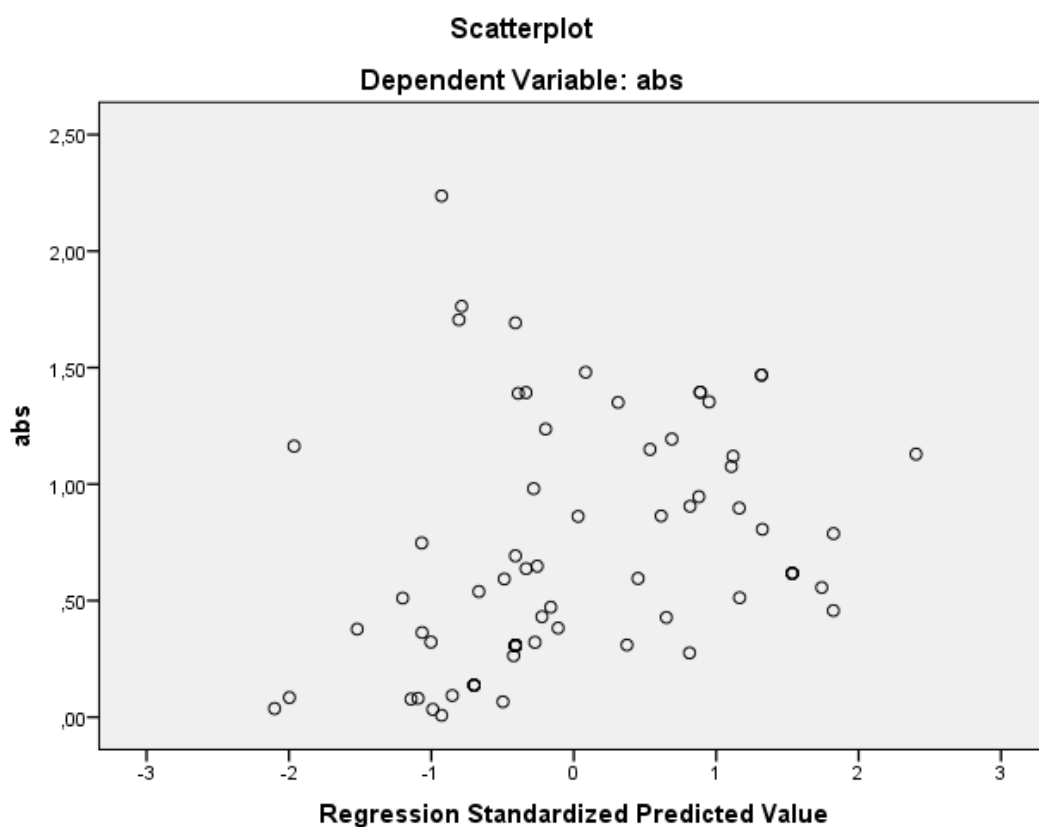
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	keadilan layanan	,505	1,979
	kualitas layanan	,424	2,357
	kepercayaan	,668	1,498
	X4	,429	2,329

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah
Heteroskedastisitas

d. Uji

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-,595	,732		-,813	,419
	keadilan layanan	,010	,051	,031	,192	,848
	kualitas layanan	,103	,056	,323	1,852	,068
	kepercayaan	-,046	,040	-,158	-1,134	,261
	X4	,012	,069	,031	,178	,859

a. Dependent Variable: abs



4. Analisis Regresi Berganda dan Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,930	1,303		,714	,478
	keadilan layanan	-,041	,090	-,050	-,454	,651
	kualitas layanan	,329	,099	,403	3,325	,001
	kepercayaan	,171	,072	,230	2,383	,020
	X4	,286	,123	,281	2,327	,023

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

5. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71,139	4	17,785	22,550	,000 ^b
	Residual	55,207	70	,789		
	Total	126,347	74			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

b. Predictors: (Constant), citra bank, kepercayaan, keadilan layanan, kualitas layanan

6. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,750 ^a	,563	,538	,888

a. Predictors: (Constant), citra bank, kepercayaan, keadilan layanan, kualitas layanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Keadilan Layanan, Kualitas Layanan,
Kepercayaan dan Citra Bank Terhadap Kepuasan
Nasabah (Studi kasus pada PT. Bank Tabungan Negara
(Persero) Tbk Cabang Semarang

Penulis : Siti Romdhonah

NIM : 1.21.15.0010

Program Studi : Manajemen

Jenjang : Strata Satu (S1)

Pembimbing I : Yani Prihati, S.Si., M.Kom

Pembimbing II : Ika Listyawati, S.E., M.Si.Akt

Telah disetujui dan diterima oleh pembimbing
untuk diujikan

Semarang, Maret 2019

Pembimbing I

Pembimbing II

Yani Prihati, S.Si., M.Kom

Ika Listyawati, S.E., M.Si.Akt

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen

(Puji Setya Sunarka, S.Pd., S.E., M.Si)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Keadilan Layanan, Kualitas Layanan,
Kepercayaan dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah
(Studi kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero)
Tbk Cabang Semarang

Penulis : Siti Romdhonah

NIM : 1.21.15.0010

Program Studi : Manajemen

Jenjang : Strata Satu (S1)

Telah diuji dan dinyatakan LULUS oleh

Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas AKI

di : Semarang

pada : ... April 2019

	Nama	Tanda Tangan
1. Ketua	: Yani Prihati, S.Si., M.Kom	1.....
2. Sekretaris	: Ika Listyawati, S.E., M.Si.Akt	2.....
3. Penguji Tamu	:	3.....

Disahkan di Semarang, April 2019

Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis

(Dr. Harries Arizonia Ismail, S.E., M.M., M.Kom)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Romdhonah

NIM : 1.21.15.0010

Program Studi : Manajemen

Jenjang : Strata Satu (S1)

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

“PENGARUH KEADILAN LAYANAN, KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN CITRA BANK TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Kasus di Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang)”

adalah benar-benar hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari Skripsi orang lain. apabila kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku (dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya).

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, Maret 2019
Pembuat Pernyataan

Siti Romdhonah
NIM : 1.21.15.0010

MOTTO dan PERSEMBAHAN

MOTTO

- ❖ Selalu mengutamakan yang empunya kehidupan Allah SWT dan orang tua dalam segala hal.
- ❖ Jadi diri sendiri dalam keadaan apapun, selalu bersyukur dengan apa yang kita dapat dan miliki saat ini.
- ❖ Berdo'a dan berusaha untuk dapat mencapai suatu hal. Karena berdo'a tanpa usaha tidak akan ada hasil yang berkah, begitupun sebaliknya.
- ❖ Bersahabatlah dan lebih menghargai waktu karena ia yang akan membawamu pada keberhasilan.
- ❖ Kerjakan apapun yang bisa kita kerjakan, kalau bisa dikerjakan hari ini jangan nunggu besok.
- ❖ Bersikap dan perlakukan orang lain sebagaimana kita ingin diperlakukan.

PERSEMBAHAN

- ❖ Puji syukur dipanjatkan kepada Allah SWT yang memberikan rahmat dan anugerah-Nya kemudahan serta kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
- ❖ Kepada bapak ibuk, saudara dan semua keluarga tersayang atas doa dan support kalian yang luar biasa.
- ❖ Kepada manajemen 2015 serta teman-teman sahabat senasib seperjuangan yang saling mengingatkan, menguatkan, dan memotivasi.
 - Nurul, Widia, Sekar, Ida, Pak Budi
 - Sholihah 627 A (Bu Ana, Susi, Uus, Fera, Devi, Tiyas)
- ❖ Keluarga besar Bank Tabungan Negara kantor Cabang Semarang yang telah mengijinkan untuk magang serta melakukan penelitian.
- ❖ Lembaga tercinta Universitas AKI Semarang

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga laporan kerja praktek ini dapat berjalan dengan lancar dan selesai tepat waktu. Skripsi ini disusun berdasarkan kode etik penulisan karya ilmiah.

Pada kesempatan ini banyak terimakasih penulis sampaikan atas bimbingan, arahan, dukungan, kerjasama, dan semangat kepada :

1. Dr. Tri Purwani, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas AKI
2. Yani Prihati, S.si.,M.Kom selaku pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahnya dalam penyusunan skripsi ini.
3. Ika Listyawati, S.E., M.Si.Akt yang sudah memberikan bimbingan dan arahnya dalam penyusunan skripsi ini.
4. Dr. Harries Arizonia Ismail, S.E., M.M., M.Kom selaku d Dekan Fakultas Ekonomika dan Bisnis
5. Puji Setya Sunarka, S.Pd.,S.E.,M.Si selaku Kaprodi Manajemen
6. Keluarga besar dan teman-teman yang sudah memberikan doa serta dukungan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
7. PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang yang telah menijinkan magang dan keluarga besar Unit Accounting yang selalu memberikan pengarahan dan ilmu sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan serta pengalaman yang bermanfaat.

8. Seluruh dosen dan staff pengajaran program studi Ekonomika dan Bisnis Universitas AKI yang telah memberikan nasehat dan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat bagi penulis.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan khususnya bagi mahasiswa prodi manajemen dan lembaga Universitas AKI serta PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang untuk menambah pengetahuan dan wawasan serta penyempurnaan kepuasan nasabah pada instansi. Demikian laporan ini dibuat. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan, untuk itu saran dan kritik bersifat membangun diharapkan demi perbaikan dan penyempurnaan skripsi ini.

Semarang, Maret 2019

Penulis

Siti Romdhonah

NIM : 1.21.15.0010

**PENGARUH KEADILAN LAYANAN, KUALITAS LAYANAN,
KEPERCAYAAN DAN CITRA BANK TERHADAP KEPUASAN
NASABAH
(Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang
Semarang)
Siti Romdhonah
Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas AKI Semarang, Indonesia**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra bank terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang. Data pada penelitian ini berupa data primer. Pengumpulan data dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada 75 responden, menggunakan teknik *random sampling*. Data dianalisis menggunakan *regresi linear berganda* dengan aplikasi *software SPSS20*. Hasil penelitian menunjukkan: (1) Keadilan layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang. (2) Kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang. (3) Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang. (4) Citra bank berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang. Implikasi penelitian ini adalah pihak PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang harus lebih mencermati dan menindaklanjuti aspek-aspek keadilan layanan melalui indikator-indikator pada variabel tersebut karena hasil yang tidak signifikan tetap berpengaruh namun tidak cukup bukti sehingga dapat menerima H_0 namun belum tentu menolak H_a . Pada variabel lainnya yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dapat dipertahankan. Bank perlu menjaga keberlangsungan keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan dan citra agar tetap mencapai kepuasan nasabah.

Kata Kunci : Keadilan layanan, kualitas layanan, kepercayaan, citra bank, kepuasan nasabah

PENGARUH KEADILAN LAYANAN, KUALITAS LAYANAN, KEPERCAYAAN DAN CITRA BANK TERHADAP KEPUASAN NASABAH

(Studi Kasus pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Semarang)

Siti Romdhonah

Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas AKI Semarang, Indonesia

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service justice, service quality, trust and bank image on customer satisfaction at PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Semarang Branch. The data in this study are primary data. Data collection is done by distributing questionnaires to 75 respondents, using random sampling techniques. Data were analyzed using multiple linear regression with SPSS20 software application. The results of the study show: (1) Justice services have a positive and not significant effect on customer satisfaction at PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Semarang Branch. (2) Service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction of PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Semarang Branch. (3) Trust has a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. Semarang Branch State Savings Bank (Persero) Tbk. (4) Bank image has positive and significant effect on customer satisfaction of PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Semarang Branch. The implication of this research is PT. Semarang Branch State Savings Bank (Persero) Tbk must pay more attention and follow up on aspects of service justice through indicators on these variables because insignificant results remain influential but there is insufficient evidence to be able to accept H_0 but not necessarily reject H_a . In other variables that have a positive and significant effect on customer satisfaction can be maintained. Banks need to maintain the continuity of service justice, service quality, trust and image in order to continue to achieve customer satisfaction.

Keywords: Justice of service, service quality, trust, bank image, customer satisfaction.

DAFTAR PUSTAKA

- Afriadi Yudha, 2016. Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, dan Fasilitas terhadap kompensasi pasien Rawat Inap. Surabaya STIESIA Surabaya.
- Albari. 2013. Pengaruh Dimensi Keadilan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. Volume 17;02.
- Alfisayhrin. 2012. Akselerasi Pembelajaran Bahasa Indonesia dalam Kehidupan. Artikel. *Online* (<http://kuflet.com/2012/11/akselerasi-pembelajaran-bahasa-Indonesia-dalam-kehidupan>), diakses 20 Oktober 2018.
- Apriyani, Dwi Aliyyah dan Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffe Shop Sidoarjo). Volume 51; 02.
- Apriyanti, Putri dkk. 2017. Analisis Kualitass Layanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi empiris nasabah tabungan Tandamata bank BJB Cabang Serang). Volume 1;02.
- Artika, Maria Hanik Dwi. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra bank Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Surabaya.
- Dessler. 2002. Manajemen Sumber Daya Manusia Menghadapi abad ke -21. Jakarta : Erlangga.
- Diza, Farah dkk. 2016. Kualitas Pelayanan, kualitas Produk dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada PT.Fifgroup Cabang Manado). Volume 4;01.
- Fandy Tjiptono. 2008. Pemasaran Jasa. Malang-JawaTImur: Bayu Media
- _____. 2008. Service Management “Mewujudkan Layanan Prima”. Yogyakarta: Andi Offset.
- Gan, Chirstopher, Mike Clemes, Jing Wei and Betty Kao 2011. “An emperical analysis of New Zealand Bank Customers’ Satisfaction”. International Journal of Marketing. Volume 6 ; 63-77.
- Ghalandari, Kamal., Leila Babaeinia, and Maryam Ghorbani Ghale Jogh. 2012. Investigation of the Effect of Perceived Justice on Post-Recovery Overall Satisfaction, Post-Recovery Revisit Intention and Post-Recovery Word-of-Mouth Intention from Airline Industry in Iran: The Role of Corporate Image. World Applied Sciences Journal. Volume 7; 957-970.

Ghozali, Imam.2009.Ekonometrika Teori, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS17.UNIVERSITAS DIPONEGORO.

Hanggraningrum, Maya Dewi dkk.2017.The Effect Of Service Quality On Outpatient Satisfaction Of DR. Soegiri General Hospital Lamongan.Volume XV;4.

[Http://www.btn.co.id/ContentPage/Berita/Bank-Tabungan-Negara](http://www.btn.co.id/ContentPage/Berita/Bank-Tabungan-Negara). Tanggal akses 14 Oktober 2018.

Jayabrata, Muh.Ishaq dkk.2016.Analysis of The Influence Patient Safety, Service Quality, Marketing Mix, Toward Patient Satisfaction and Patient Loyalty for Inpatients of Private Hospitals in Surabaya. Volume 5;04.

Karim,Al Rasyed dan Chowdhury, Tabassum.2014.“Customer satisfaction On Service Quality in PrivateCommercial Banking Sector In Bangladesh”.Brithish Journal of Marketing Studies. June.Volume 2; 1-11.

Kotler, Phillip dan Keller, Lane. 2009. Principles of Marketing 12 th Edition. Diterjemahkan oleh Bob Sabran, M.M. Jakarta : Erlangga

Kotler, Philip dan Keller, Lane.2009. Manajemen Pemasaran : Jilid Pertama Edisi Tiga Belas. Jakarta : Index

Lumempow, Natalia Ribka dkk.2015.Analisi Faktor-faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank MANDiri Tbk Cabang Bahu Mall Manado.Volume 03;03.

Lupiyoadi, Rambat. 2006. Manajemen Pemasaran Jasa.Jakarta : Salemba Empat,.

Malian, Marina.2016.Pengaruh Kualitas Layanan, Penanganan Komplain, Citra dan Kepuasan Terhadap Bank BRI Unit Kebun Bungan Palembang.Volume 2; 02

Maria Merry Marianti, 2009.Pengukuran Kualitas Jasa.Bina Ekonomi Majalah Ilmiah Fakultas Ekonomi Unpar.

Meyers.2004.Knowledge Management in Theory and practice. Jakarta : Cintya Press

Pratiwi, Ni Putu Lenny dan Ni Ketut Seminarti.2015.Pengaruh Kualitas Pelayanan, kepercayaan dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah.Volume 4;05.

- Prayoga, Arde.2017.Pengaruh Keadilan Layanan, Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT.Bank Rakyat Indonesia(Persero), Tbk Surabaya.
- Rusadi, Febri dan I Wayan Santika.Pengaruh Persepsi Keadilan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pasca Pemulihan Layanan Pengguna XL di Kota Denpasar.
- Sabir, Irfan Raja.Ghafoor Osama.Naem Akhtar.Iqra Hafes and Assad Ur Rehman.2014. "Factor Affecting Customer Satisfaction in Banking Sektor of Paskistan".International Review of Management and Businness. June 2014. Volume 3;1014-1025
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie.2017. Metode Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Buku 1.Jakarta: Salamba Empat.
- Sukesi. 2009. Kualitas Kinerja Perusahaan Daerah (BUMD): Analisis Behavioral Intention Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Surabaya. Dalam Ekuitas, Volume 13 (2); 259-283.
- Tatik Suryani. 2013. Perilaku Konsumen di Era Internet. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2011.Service Quality & Satisfaction Edisi ketiga.Yogyakarta : Andi Offset.
- Yamin,Sofyan dan Heri Kurniawan.SPSS COMPLETE Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS Edisi 2.Salemba Infotek.
- Yu Qian Zhu, Houn-Gee Chen. 2012. "Service Fairness and Customer Satisfaction in Internet Banking". Internet Research Volume 22(4); 1066-2243.

Hasil Output SPSS20

1. Uji Validitas

a. Variabel Keadilan Layanan (X₁)

Correlations					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	keadilan layanan
Pearson Correlation	1	,684**	,449**	,729**	,900**
X1.1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	,684**	1	,162	,546**	,746**
X1.2 Sig. (2-tailed)	,000		,164	,000	,000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	,449**	,162	1	,473**	,663**
X1.3 Sig. (2-tailed)	,000	,164		,000	,000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	,729**	,546**	,473**	1	,867**
X1.4 Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	,900**	,746**	,663**	,867**	1
keadilan layanan	,000	,000	,000	,000	
N	75	75	75	75	75

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Variabel Kualitas Layanan (X₂)

Correlations					
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	kualitas layanan
Pearson Correlation	1	,448**	,365**	,211	,713**
X2.1 Sig. (2-tailed)		,000	,001	,069	,000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	,448**	1	,477**	,520**	,821**
X2.2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
N	75	75	75	75	75
Pearson Correlation	,365**	,477**	1	,411**	,735**
X2.3 Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000
N	75	75	75	75	75

	Pearson Correlation	,211	,520**	,411**	1	,704**
X2.4	Sig. (2-tailed)	,069	,000	,000		,000
	N	75	75	75	75	75
kualita	Pearson Correlation	,713**	,821**	,735**	,704**	1
s	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
layana	N	75	75	75	75	75
n						

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

c. Variabel Kepercayaan (X₃)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	kepercayaan
	Pearson Correlation	1	,421**	,488**	,369**	,730**
X3.1	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,000
	N	75	75	75	75	75
	Pearson Correlation	,421**	1	,556**	,238*	,712**
X3.2	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,040	,000
	N	75	75	75	75	75
	Pearson Correlation	,488**	,556**	1	,689**	,891**
X3.3	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	75	75	75	75	75
	Pearson Correlation	,369**	,238*	,689**	1	,751**
X3.4	Sig. (2-tailed)	,001	,040	,000		,000
	N	75	75	75	75	75
keperca	Pearson Correlation	,730**	,712**	,891**	,751**	1
yaan	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	75	75	75	75	75

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*, Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

d. Variabel Citra Bank (X₄)

		Correlations			
		X4.1	X4.2	X4.3	citra bank
X4.1	Pearson Correlation	1	,694**	,365**	,830**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000
	N	75	75	75	75
X4.2	Pearson Correlation	,694**	1	,450**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	75	75	75	75
X4.3	Pearson Correlation	,365**	,450**	1	,771**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000
	N	75	75	75	75
X4	Pearson Correlation	,830**	,849**	,771**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	75	75	75	75

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

e. Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

		Correlations			
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	kepuasan nasabah
Y1.1	Pearson Correlation	1	,617**	,347**	,754**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000
	N	75	75	75	75
Y1.2	Pearson Correlation	,617**	1	,492**	,865**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	75	75	75	75
Y1.3	Pearson Correlation	,347**	,492**	1	,803**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000
	N	75	75	75	75
kepuasan nasabah	Pearson Correlation	,754**	,865**	,803**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	75	75	75	75

**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
keadilan layanan	46,95	15,889	,631	,802
kualitas layanan	47,36	14,828	,742	,751
kepercayaan	46,95	15,051	,611	,817
kepuasan nasabah	51,99	17,284	,695	,783

3. Uji Asumsi Klasik

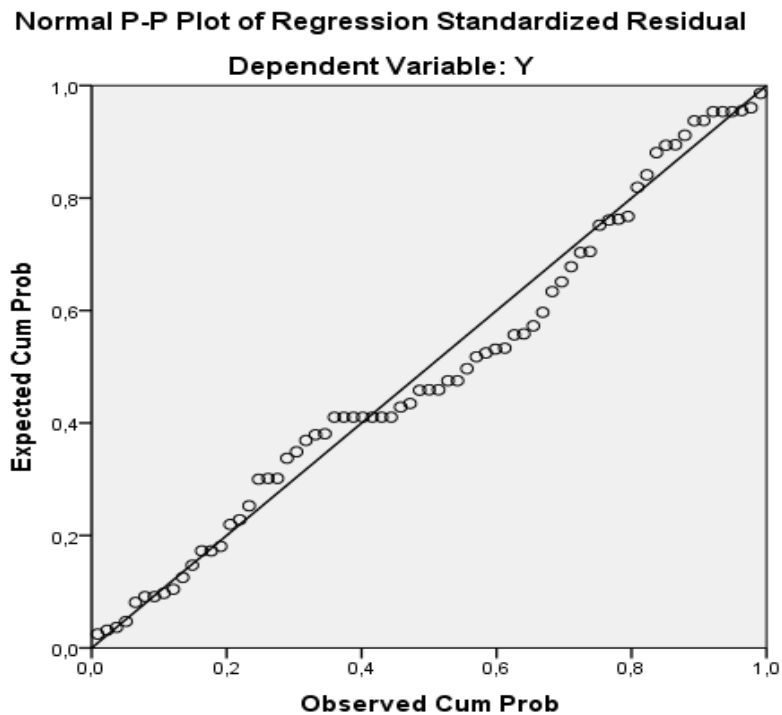
a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,86373849
	Absolute	,103
Most Extreme Differences	Positive	,074
	Negative	-,103
Kolmogorov-Smirnov Z		,891
Asymp. Sig. (2-tailed)		,406

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



b. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b						
Model	Change Statistics					Durbin-Watson
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,563 ^a	22,550	4	70	,000	1,780

a. Predictors: (Constant), X4, kepercayaan, keadilan layanan, kualitas layanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

c. Uji Multikolinieritas

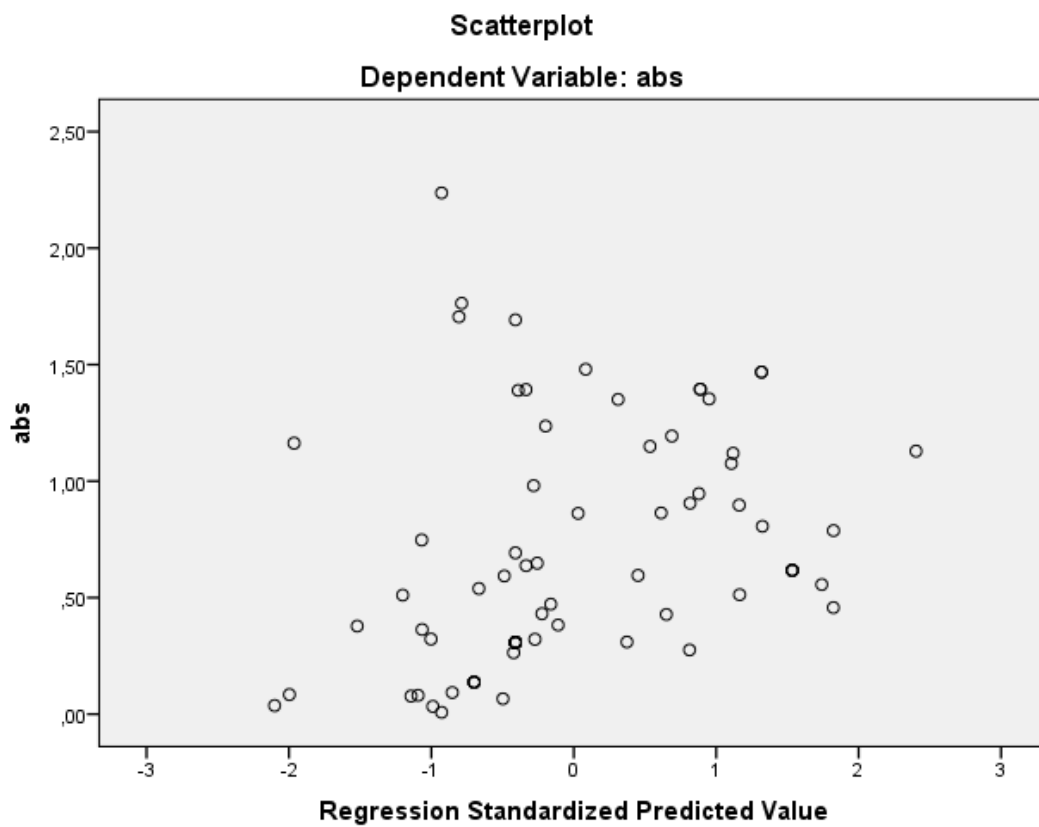
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	keadilan layanan	,505	1,979
	kualitas layanan	,424	2,357
	kepercayaan	,668	1,498
	X4	,429	2,329

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

d. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-,595	,732		-,813	,419
1 keadilan layanan	,010	,051	,031	,192	,848
kualitas layanan	,103	,056	,323	1,852	,068
kepercayaan	-,046	,040	-,158	-1,134	,261
X4	,012	,069	,031	,178	,859

a. Dependent Variable: abs



4. Analisis Regresi Berganda dan Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,930	1,303		,714	,478
	keadilan layanan	-,041	,090	-,050	-,454	,651
	kualitas layanan	,329	,099	,403	3,325	,001
	kepercayaan	,171	,072	,230	2,383	,020
	X4	,286	,123	,281	2,327	,023

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

5. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	71,139	4	17,785	22,550	,000 ^b
	Residual	55,207	70	,789		
	Total	126,347	74			

a. Dependent Variable: kepuasan nasabah

b. Predictors: (Constant), citra bank, kepercayaan, keadilan layanan, kualitas layanan

6. Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,750 ^a	,563	,538	,888

a. Predictors: (Constant), citra bank, kepercayaan, keadilan layanan, kualitas layanan

b. Dependent Variable: kepuasan nasabah

RIWAYAT HIDUP

Nama : Siti Romdhonah
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Batang, 2 Februari 1997
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat Rumah : Dk.Kebonsari RT.02/RW.04, Ds.Dlimas,
Kec.Banyuputih, Kab.Batang, Jawa Tengah
Nomor Telepon : 082 329 065 725
Alamat Email : sitiromdhonah4@gmail.com

Pendidikan Formal

TK(2002-2003) : TK Marsudi Rini Utami Dlimas
SD(2003-2009) : MII Dlimas
SLTP(2009-2012) : MTs Nurul Huda Banyuputih
SMU(2012-2015) : SMK Ma'arif NU 01 Limpung
Perguruan Tinggi(2015-2019) : S1 Program Studi
Manajemen Fakultas Ekonomika dan
Bisnis Universitas AKI Semarang

Pengalaman Organisasi

1. Palang Merah Remaja WIRA SMK Ma'arif NU 01 Limpung
2. Pramuka Bantara SMK Ma'arif NU 01 Limpung
3. IPNU-IPPNU SMK Ma'arif NU 01 Limpung
4. Forum Komunikasi Islam (FKI) Universitas AKI Semarang
5. Organisasi Pemuda Pemudi Kebonsari (OPPEK)