

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA
PT. BANK CENTRAL ASIA Tbk. KCU DARMO SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

**CHRISTIYANI ARI WIDYANINGRUM
02200302**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2006**

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN
LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA
PT. BANK CENTRAL ASIA Tbk. KCU DARMO SURABAYA**

SKRIPSI

Ini diajukan kepada
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA
untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh :

CHRISTIYANI ARI W.

02200302

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA

2006



LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK CENTRAL ASIA Tbk. KCU DARMO SURABAYA

Oleh :

CHRISTIYANI ARI WIDYANINGRUM

02200302

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA UNTUK DIAJUKAN KE TIM
PENGUJI

PEMBIMBING,



Drs. Ec. BRUNO HAMI, M.M.



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Christiyani Ari. W NRP.: 02200302
Telah diuji pada tanggal : 08 Juli 2006 Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji :



Drs. IGNATIUS HERI SW., M.M.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi



Dra. JEANNE A. WAWOLANGI, M.Si, Ak.



Ketua Jurusan



VINCENTIA RATNA INGGAWATI, SE, MM.



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Telah diuji dan dipertahankan
Pada hari Sabtu, tanggal 08 Juli 2006

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK CENTRAL ASIA Tbk. KCU DARMO SURABAYA

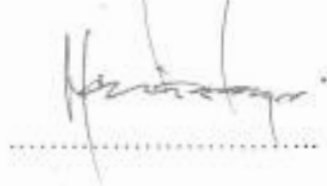
Disusun oleh :

Nama : Christiyani Ari Widyaningrum
NIM : 02200302
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Perguruan Tinggi : Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya

Dihadapan team penguji :

1. Drs. IGNATIUS HERI SW., M.M.

Ketua




2. Drs. AGUS SUHARSONO, M.S.

Anggota



3. Drs. Ec. BRUNO HAMI, M.M.

Anggota



KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yesus yang telah memberikan rahmat sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul :
“Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Central Asia Tbk. KCU Darmo Surabaya”.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi tugas-tugas akademis dan memenuhi syarat-syarat guna memperoleh gelar Strata Satu (S-1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan, dorongan serta fasilitas-fasilitas lainnya, sehingga dapat menyusun skripsi ini. Pada kesempatan ini disampaikan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

1. Ibu Dra. Yovita R. Pandin, M.M., selaku Rektor Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
2. Ibu Dra. Jeanne A. Wawolangi, Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
3. Ibu Vincentia Ratna Inggawati, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Manajemen yang selalu memberikan dukungan moril yang membantu dalam menghadapi sidang skripsi.
4. Bapak Drs. Ec. Bruno Hami, M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan penulisan skripsi.
5. Pihak pemimpin PT. Bank Central Asia Tbk. KCU Darmo Surabaya yang telah memberikan izin untuk mengadakan perkuliahan dan penelitian ini.





6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi yang telah mengajar dan segenap staf Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya.
7. Bapak/Ibu Dosen penguji.
8. Untuk kedua orang tuaku dan suamiku tercinta yang telah banyak membantu dalam doa dan dorongan moril maupun materiil sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dengan baik.
9. Untuk anak-anakku "Anti dan Yola" tersayang yang telah memberikan semangat untuk segera menyelesaikan studi dan penulisan skripsi ini.
10. Seluruh rekan-rekan kantor dan temanku di kampus Universitas Katolik Darma Cendika Surabaya, dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang secara langsung atau tidak langsung membantu kelancaran dalam penyusunan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih dapat dikembangkan lebih jauh, oleh karena itu saran dan tanggapan serta kritik-kritik yang bersifat membangun akan diterima dengan senang hati. Sesuai dengan tujuan penyusunan, skripsi ini diajukan kepada Fakultas sebagai pengabdian kepada almamater dengan harapan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan di dalam usaha pengembangan ilmu pengetahuan.

Surabaya, Juni 2006

Penulis,

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
ABSTRAKSI.....	xi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori.....	7
2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.1.1. Manajemen Pemasaran.....	7
2.1.1.2. <i>Marketing mix</i>	10
2.1.2. Pengertian Produk.....	13
2.1.2.1. Kualitas Produk.....	13
2.1.2.2. Tingkat Tingkatan (<i>Level</i>) Produk.....	13





2.1.2.3.	Klasifikasi Produk.....	15
2.1.2.4.	Strategi Produk.....	16
2.1.3.	Pengertian Kualitas Layanan.....	20
2.1.3.1.	Konsep Kualitas Layanan.....	20
2.1.3.2.	Pengertian Layanan.....	21
2.1.3.3.	Kebijaksanaan Pelayanan.....	22
2.1.3.4.	Prinsip-prinsip Kualitas Layanan...	24
2.1.4.	Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	26
2.1.4.1.	Konsep Kepuasan Pelanggan.....	27
2.1.4.2.	Karakteristik Kepuasan Pelanggan	28
2.1.4.3.	Harapan Pelanggan.....	29
2.1.4.4.	Pengukuran Kepuasan Pelanggan..	30
2.1.4.5.	Strategi Kepuasan Pelanggan.....	32
2.1.5.	Hubungan Antara Kualitas Produk Dan Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah.....	33
2.2.	Hipotesis.....	33
2.3.	Kerangka Konseptual.....	34

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1.	Desain Penelitian.....	35
3.2.	Identifikasi Variabel.....	35
3.2.1.	Variabel Bebas (X).....	35
3.2.2.	Variabel Terikat (Y).....	35
3.3.	Definisi Operasional dan Pengukurannya.....	35



BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN

3.4. Jenis dan Sumber Data.....	38
3.4.1. Jenis Data.....	39
3.4.2. Sumber Data.....	39
3.5. Prosedur Pengumpulan Data.....	39
3.6. Populasi dan Sampel.....	40
3.6.1. Populasi.....	40
3.6.2. Sampel.....	40
3.7. Proses Pengolahan Data.....	41
3.8. Teknik Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	41
3.8.1. Teknik Pengujian Validitas.....	41
3.8.2. Teknik Pengujian Reliabilitas.....	42
3.9. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis.....	42
3.9.1. Teknik Analisis Data.....	42
3.9.2. Teknik Pengujian Hipotesis.....	43
1. Uji F.....	43
2. Uji t.....	44
3. Uji Asumsi Klasik.....	45
4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	48
4.1.1. Sejarah Singkat Bank Central Asia.....	48
4.1.2. Misi Bank Central Asia.....	50
4.1.3. Struktur Organisasi Bank Central Asia.....	50
4.1.4. Produk Bank Central Asia.....	55



4.1.5. SDM Yang Profesional.....	63
4.2. Diskripsi Hasil Penelitian.....	63
4.2.1. Tanggapan-tanggapan Responden.....	63
4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	71
4.2.2.1. Uji Validitas.....	71
4.2.2.2. Uji Reliabilitas.....	75
4.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	76
4.2.4. Pengujian Hipotesis.....	79
4.2.4.1. Pengujian secara simultan (Uji F)..	79
4.2.4.2. Pengujian secara parsial (Uji t).....	80
4.2.4.3. Uji Asumsi Klasik.....	82
4.3. Pembahasan.....	84
BAB V : SIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Simpulan.....	87
5.2. Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA.....	
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1. Tanggapan Untuk Variabel Kualitas Produk (x_1).....	64
4.2. Tanggapan Untuk Variabel Layanan (x_2).....	66
4.3. Tanggapan Untuk Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	68
4.4. Hasil Validitas Variabel Kualitas Produk (x_1).....	72
4.5. Hasil Validitas Variabel Layanan (x_2).....	73
4.6. Hasil Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....	74
4.7. Rekapitulasi Hasil Regression.....	78
4.8. Analisis Varians Hubungan (ANOVA).....	79



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
3.1. Kurva Uji F.....	44
3.2. Kurva Uji t.....	45
4.1. Struktur Organisasi.....	57
4.2. Kurva Uji F.....	80
4.3. Kurva Uji t Untuk Variabel Kualitas produk (x_1).....	81
4.4. Kurva Uji t Untuk Variabel Layanan (x_2).....	82
4.5. Kurva Heteroskedatisitas.....	83
4.6. Kurva Normalitas.....	84



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

1. Kuesioner.....
2. Jawaban Responden Untuk Variabel Kualitas produk (x_1).....
3. Jawaban Responden Untuk Variabel Layanan (x_2).....
4. Jawaban Responden Untuk Variabel Kepuasan Nasabah (Y).....
5. Variabel Kualitas Produk (x_1).....
6. Variabel Layanan (x_2).....
7. Kepuasan Nasabah (Y).....
8. Data Regresi Linier Berganda.....
9. Hasil Regression.....
10. Charts Regression.....
11. Tabel r.....
12. Tabel F.....
13. Tabel t.....



ABSTRAKSI

Perusahaan dalam mempromosikan produknya harus berupaya dengan strategi pemasaran dan memberikan pelayanan yang optimal. Perusahaan dalam memasarkan produknya dengan strategi pemasaran marketing mix. *Marketing mix* merupakan alat bagi marketer yang terdiri dari berbagai elemen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan penempatan yang ditetapkan dapat berjalan dengan sukses. Berdasarkan dari tema skripsi, maka latar belakang penulisan skripsi kualitas produk dan layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. BCA Tbk. KCU Darmo Surabaya. Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalahnya apakah kualitas produk dan layanan secara simultan dan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. BCA Tbk. KCU Darmo Surabaya? Dan tujuan penelitian adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk dan layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. BCA Tbk. KCU Darmo Surabaya.

Jenis penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda. Sampel yang digunakan sebanyak 100 nasabah yang mempunyai tabungan aktif Rp. 50.000.000,- dan dilakukan pada bulan Januari 2006. Jenis data, adalah kuantitatif dan kualitatif. Sumber data menggunakan data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data dengan riset kepustakaan dan lapangan. Pengolahan data dengan uji validitas, uji reliabilitas, pengujian hipotesis dengan uji F, uji t, dan uji asumsi klasik. Pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis program SPSS 11.0.

Dari uji validitas untuk kualitas produk (x_1), layanan (x_2) dan kepuasan nasabah (Y) menunjukkan setiap item-item di kuesioner senilai signifikansi dianggap valid. Dari uji reliabilitas untuk kualitas produk (x_1), layanan (x_2) dan kepuasan nasabah (Y) menunjukkan hasil korelasi antara skor item ganjil dan genap senilai valid atau menunjukkan tingkat reliabilitas sangat tinggi. Hasil uji normalitas ditunjukkan dengan gambar P-P plot bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, artinya diperoleh distribusi normal. Hasil uji F t_{hitung} (133,171) > F t_{tabel} (3,09) artinya ada pengaruh secara serempak variabel kualitas produk (x_1) dan layanan (x_2) terhadap kepuasan nasabah (Y). Variabel kualitas produk (x_1) dan layanan (x_2) berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah (Y), hal ini terlihat dari nilai t t_{hitung} kualitas produk (x_1) (8,479) > t t_{tabel} (1,980) atau signifikan (0,000) < α (0,05), nilai t t_{hitung} layanan (x_2) (2,498) > t t_{tabel} (1,980) atau signifikan (0,000) < α (0,05). Dari kedua variabel yang diteliti, ternyata variabel bebas layanan (x_2) memiliki pengaruh paling dominan karena nilai koefisien regresi 1,269 lebih besar dibandingkan nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (x_1) 0,326. Dan nilai koefisien determinasi berganda (R square) sebesar 0,733, artinya seluruh variabel bebas yaitu kualitas produk (x_1), layanan (x_2) dapat menjelaskan variabel terikat kepuasan nasabah (Y) sebesar 73,30%, sedangkan 26,70% dipengaruhi oleh variabel selain kualitas produk (x_1), layanan (x_2).

