

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah regresional. Penelitian regresional bertujuan mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berpengaruh terhadap variasi-variasi pada satu atau lebih faktor lain berdasarkan koefisien regresi.

#### 3.2. Identifikasi Variabel

Pada identifikasi variabel dalam penulisan skripsi tersebut membahas antara variabel bebas dan variabel terikat yaitu sebagai berikut :

##### 3.2.1. Variabel Bebas (X)

Berdasarkan judul penelitian yang ada, maka variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas kualitas produk ( $x_1$ ), dan layanan ( $x_2$ ).

##### 3.2.2. Variabel Terikat (Y)

Sesuai dengan judul penelitian dan rumusan masalah yang ada, maka variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah (Y).

#### 3.3. Definisi Operasional dan Pengukurannya

Definisi operasional, yaitu penjabaran secara khusus dan terinci tentang variabel yang akan dianalisis, sehingga variabel tersebut benar-benar dapat diukur.

Adapun-definisi operasional, yaitu :





1. Kualitas produk ( $x_1$ ).

Merupakan kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk mengenai kelengkapannya, suku bunga, biaya administrasi, pengelompokan produk dan hadiah yang ditawarkan.

Variabel ini diukur dengan indikator-indikator yang meliputi :

- a. Produk yang dikeluarkan oleh pihak PT. Bank Central Asia Tbk. Kantor Cabang Utama Darma Surabaya lengkap.
- b. Biaya administrasi dan suku bunga dan yang diberlakukan di PT. Bank Central Asia Tbk. Kantor Cabang Utama Darma Surabaya sangat kompetitif.
- c. Pada PT. Bank Central Asia Tbk. Kantor Cabang Utama Darma Surabaya pengelompokan produk dilakukan dengan teratur untuk memudahkan konsumen dalam mengamati dan meneliti sebelum menggunakannya.
- d. Hadiah yang diberikan untuk tabungan dan deposito sangat menarik.
- e. Penetapan tingkat suku bunga untuk kebutuhan dana pada PT. Bank Central Asia Tbk. Kantor Cabang Utama Darma Surabaya kepada para nasabah sangat sesuai.
- f. Persaingan penetapan tingkat suku bunga pada PT. Bank Central Asia Tbk. Kantor Cabang Utama Darma Surabaya sangat baik.

2. Layanan ( $x_2$ ).

Layanan, adalah jasa yang diberikan oleh staf BCA kepada nasabah dengan menunjukkan keramahan, ketanggapan, kehandalan, komunikasi, dan selalu mengerti nasabah.

Variabel ini diukur dengan indikator-indikator yang meliputi :

- a. Karyawan BCA dalam menghadapi seluruh nasabah bersikap ramah, bertutur kata dan berperilaku sopan santun.
- b. Karyawan BCA menanggapi dengan baik ketika nasabah mengajukan komplain mengenai produk bank dan pelayanan semua staf BCA.
- c. Karyawan BCA dalam memberikan informasi kepada nasabah dengan bahasa yang dapat dipahami dan dimengerti dengan baik.
- d. Karyawan BCA dan nasabah selalu mengadakan komunikasi mengenai informasi produk bank baik berhadapan langsung dan melalui telepon.
- e. Karyawan BCA berusaha mengerti dan memahami apa yang menjadi kebutuhan nasabah.

### 3. Kepuasan konsumen (Y).

Merupakan perasaan seseorang yang timbul dari perbedaan antara kinerja (hasil) yang diterima pelanggan dengan harapannya mengenai kualitas produk, harga, lokasi dan promosi. Variabel ini diukur dengan indikator-indikator yang meliputi :

- a. Karyawan BCA dalam melayani nasabah telah bersikap ramah dan berlaku sopan.
- b. Karyawan BCA dalam memberikan penjelasan produk bank dilakukan secara profesional, sehingga dapat meningkatkan *image* akan kualitas produk, layanan bank, dan kualitas kerja karyawan BCAnya.
- c. Setiap keluhan nasabah selalu ditangani dengan baik.
- d. Karyawan BCA selalu berkomunikasi dengan baik kepada para nasabahnya.



- e. Karyawan BCA dalam memproses transaksi penyetoran nasabah dilakukan dengan teliti.
- f. Karyawan BCA dalam menghitung uang selalu di hadapan nasabah dan dilakukan sangat cepat dan jelas oleh nasabah.
- g. Teknik promosi yang dilaksanakan pihak PT. Bank Central Asia Tbk. Kantor Cabang Utama Darmo Surabaya kepada para nasabah memuaskan.
- h. Saldo awal penyetoran tahapan terjangkau khususnya nasabah BCA yang sudah bekerja.
- i. Para nasabah BCA puas dengan tingkat suku bunga tahapan dan deposito.
- j. Pada akhir layanan, karyawan BCA mengucapkan terima kasih dan salam kepada para nasabah.

Skala pengukuran menggunakan skala interval, yaitu memberikan skor nilai pada jawaban responden dengan 5 respon kategori kesetujuan dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Adapun skala internal 5 responden tersebut menurut Singarimbun dan Effendi (1995 : 111), menyebutkan :

“Skala likert, yaitu suatu pengukuran skala dengan lima respon kategori kesetujuan dari “sangat tidak setuju” sampai dengan “sangat setuju”, yaitu :

1. Sangat tidak setuju diberi nilai 1.
2. Tidak setuju diberi nilai 2.
3. Cukup setuju diberi nilai 3.
4. Setuju diberi nilai 4.
5. Sangat setuju diberi nilai 5”.

### 3.4. Jenis dan Sumber Data

Pada penulisan skripsi ini memerlukan jenis dan sumber data, yaitu sebagai berikut :





### 3.4.1. Jenis Data

Menurut jenis data, penelitian menggunakan data :

1. Data kuantitatif, merupakan hasil penelitian yang dinyatakan dalam kumpulan angka-angka (jawaban kuesioner).
2. Data kualitatif, merupakan merupakan hasil penelitian yang dinyatakan dalam kumpulan pendekatan teoritis.

### 3.4.2. Sumber Data

Adapun penggolongan pada sumber data yang digunakan untuk penyusunan penulisan skripsi ini, adalah sebagai berikut :

1. Data primer, adalah data yang diperoleh dicatat langsung dari obyek penelitian di PT. Bank Central Asia Tbk. Kantor Cabang Utama Darmo Surabaya.
2. Data sekunder, adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang didapat yaitu literatur-literatur yang berkaitan dengan tema skripsi.

### 3.5. Prosedur Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data diadakan di PT. Bank Central Asia Tbk. Kantor Cabang Utama Darmo Surabaya dengan menggunakan metode, sebagai berikut :

1. Riset kepustakaan, adalah cara mengumpulkan data berdasarkan pada teori yang penulis peroleh dari literatur yang ada hubungannya, dengan permasalahan yang disajikan.
2. Riset lapangan, adalah cara mengumpulkan data dengan cara mengadakan pengamatan dan pencatatan secara langsung ke obyek penelitian sesuai dengan permasalahan yang disajikan, adalah :



a. Observasi.

Teknik pengumpulan data dengan jalan mengadakan pengamatan secara langsung terhadap obyek yang akan diteliti, hal ini sangat membantu dalam suatu kegiatan pengumpulan, pengolahan penyajian dan analisis data yang dilakukan dengan metode ilmiah yang hasilnya dapat memberikan suatu kesimpulan yang berguna bagi semua pihak.

b. Dokumentasi.

Pengumpulan data dengan jalan mencatat data perusahaan.

c. Kuesioner.

Pengumpulan data melalui daftar pertanyaan tentang indikator-indikator yang akan diteliti dalam penelitian ini.

### 3.6. Populasi dan Sampel

Pada sub bab ini membahas 2 bagian jenis strategi penelitian, sebagai berikut :

#### 3.6.1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini, adalah para nasabah sebanyak 100 di PT. Bank Central Asia Tbk. Kantor Cabang Utama Darmo Surabaya.

#### 3.6.2. Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan secara tidak random (*non probability sampling*) yang diambil sebanyak 100 nasabah yang mempunyai tabungan aktif Rp. 50.000.000,- dan dilakukan pada bulan Januari 2006.



### 3.7. Proses Pengolahan Data

Adapun proses pengolahan data ditempuh, sebagai berikut :

1. Editing.

Memperbaiki dan menyempurnakan data yang telah diperoleh dari BCA.

2. Coding.

Kuesioner yang dijawab oleh responden diolah dengan menyusun dan menjumlah sesuai dengan urutan nilai skor yang dibuat.

3. Tabulasi.

Dari data yang terpilih ditabulasikan sesuai klasifikasi data, guna memudahkan proses analisis dan pencarian hubungan untuk menentukan pemecahan masalah.

### 3.8. Teknik Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada sub bab ini mengemukakan teknik pengujian terdiri dari validitas dan reliabilitas, sebagai berikut :

#### 3.8.1. Teknik Pengujian Validitas

Menurut Sugiyono (2004 : 109) "pengujian validitas adalah instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang harus diukur". Teknik pengujian validitas bertujuan untuk menguji butir-butir pertanyaan yang ada dalam sebuah angket, apakah isi dari butir pertanyaan tersebut telah valid (sahih). Teknik pengujian validitas digunakan dengan Uji Korelasi Produk Momen Pearson melalui program SPSS 11.0.



### 3.8.2. Teknik Pengujian Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2004 : 126) “pengujian reliabilitas instrumen dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik belah dua (*split half*)”. Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menguji butir-butir pertanyaan yang ada dalam sebuah angket, apakah isi dari butir pertanyaan tersebut telah reliabel (andal), dengan menggunakan rumus Spearman Brown.

## 3.9. Teknik Analisis Data dan Pengujian Hipotesis

Pada analisis ini, dikemukakan 2 teknik yaitu sebagai berikut :

### 3.9.1. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dengan menggunakan analisis linier berganda yang diolah dengan bantuan alat komputer melalui program SPSS 11.0.

Ada beberapa teknik analisis data, sebagai berikut :

#### 1. Analisis Regresi linier berganda

Menurut Dajan (1986 : 399), model analisis regresi linier berganda adalah  $y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + e$ .

Keterangan :

$y$  = Kepuasan nasabah.

$x_1$  = Kualitas produk.

$x_2$  = Layanan.

$e_i$  = Faktor pengganggu.

$\beta_1, \beta_2$  = Koefisien regresi.

$\beta_0$  = Konstanta (*intercept*).





## 2. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi merupakan untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat, perlu untuk diketahui nilai  $R^2$  (koefisien determinasi) menggunakan rumus :

$$R^2 = \frac{JKR}{JKT} \quad (\text{Sudjana, 1990 : 101})$$

di mana :

JKR = Jumlah kuadrat regresi.

JKT = Jumlah kuadrat total.

Karakteristik utama dari  $R^2$  adalah :

1. Tidak mempunyai nilai negatif.
2. Nilai berkisar antara 0 dan 1 atau  $0 \leq R^2 \leq 1$ .

### 3.9.2. Teknik Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji F

Dilakukan pengujian uji F, adalah untuk mengetahui ada pengaruh secara keseluruhan variabel  $x_1$ , dan  $x_2$  terhadap Y. Adapun prosedur pengujian uji F, sebagai berikut :

a.  $H_0 : \beta_1 = 0$  ( $x_1, x_2$  secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap Y)

$H_1 : \beta_1 \neq 0$  ( $x_1, x_2$  secara bersama-sama berpengaruh terhadap Y)

b. Dalam penelitian ini digunakan  $\alpha = 0,05$  dengan derajat bebas ( $n - k - 1$ ), yaitu  $n$  = jumlah pengamatan dan  $k$  = jumlah variabel.

c. Dengan  $F_{hitung}$  sebesar :



$$F_{\text{hitung}} = \frac{\text{RegESS}}{\text{ResSS}} \dots \dots \dots (\text{Alhusin; 2003 : 124})$$

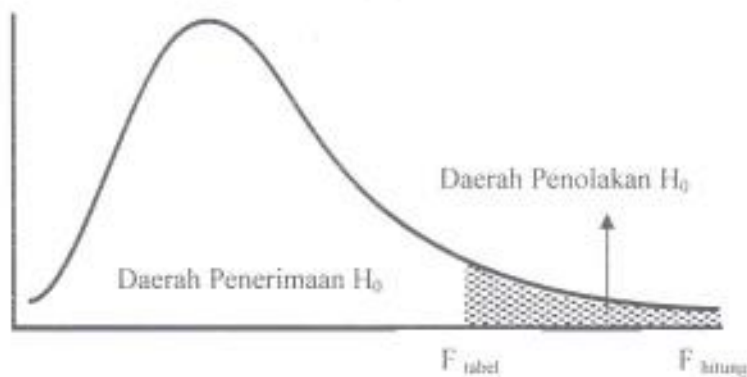
di mana :

RegSS (*regression sum of square*) = jumlah kuadrat regresi.

ResSS (*residual sum of square*) = jumlah kuadrat kesalahan pengganggu.

d. Kurva pengujian uji F, sebagai berikut :

Gambar 3.1  
Kurva Uji F



Sumber : Supranto, J., 2001, *Statistik : Teori dan Aplikasi*, Edisi Keenam, Jilid 2, Erlangga, Jakarta, hal. 135.

$H_0$  ditolak jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ .

$H_1$  diterima jika  $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$ .

## 2. Uji t

Dilakukan uji t, adalah untuk mengetahui ada pengaruh secara individu variabel bebas. Adapaun prosedur pengujian uji t, sebagai berikut :

$H_0 : \beta_1 = 0$  (tidak ada pengaruh).

$H_1 : \beta_1 \neq 0$  (ada pengaruh).

$$t_{\text{hitung}} = \frac{\beta_i}{\text{Se}(\beta_i)} \quad (\text{Supranto; 1997 : 120})$$



dengan derajat kebebasan sebesar  $n - k - 1$

Keterangan :

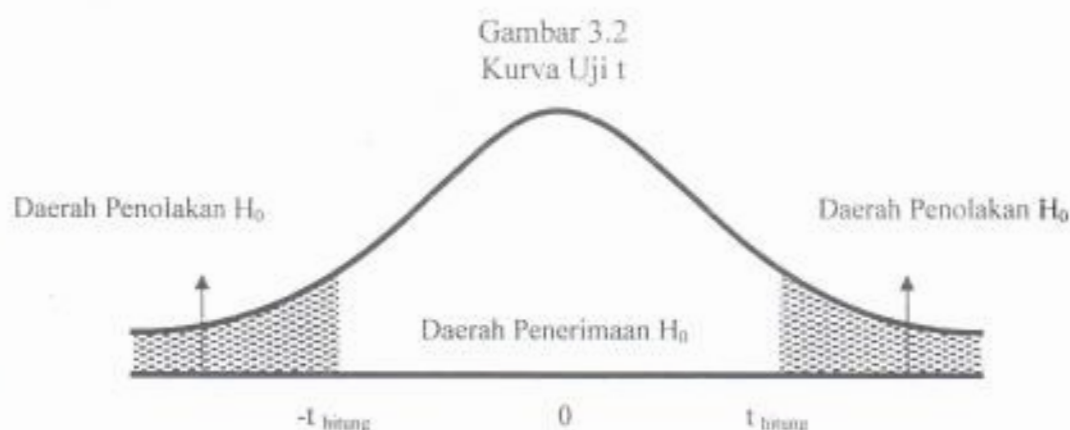
$\beta_i$  = Koefisien regresi

$n$  = Jumlah sampel

$Se$  = Standar error

$k$  = Parameter regresi

Daerah kritis  $H_0$  melalui kurva distribusi  $t$ , sebagai berikut :



Sumber : Alhusin, 2003, *Aplikasi Statistik Praktis Dengan SPSS 10 for Windows*, Edisi Revisi, Cetakan Pertama, Graha Ilmu, Yogyakarta, hal. 190.

Syarat :

- Apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima, yang berarti ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- Apabila  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, yang berarti tidak ada pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat.

### 3. Uji Asumsi Klasik

Pada asumsi klasik ini, dikemukakan 4 uji asumsi klasik sebagai berikut :



### a. Uji Normalitas

Menurut Alhusin (2003 : 223) “Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel *independent*, variabel *dependent* atau keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak”.

Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas. Dan jika data menyebar jauh dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

### b. Uji Otokorelasi

Uji otokorelasi bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode  $t$  dengan kesalahan pada periode  $t-1$  (sebelumnya), di mana pengujian otokorelasi data dideteksi dari besarnya nilai Durbin Watson. Untuk menguji ada tidaknya otokorelasi digunakan pengujian dengan rumus :

$$d_w = \sum \frac{(e_t - e_{t-1})^2}{e_t^2} \quad (\text{Alhusin, 2003 : 220})$$

Prosedur pengujian :

1. Menentukan formulasi hipotesis.

$H_0$  : tidak ada otokorelasi.

$H_1$  : ada otokorelasi positif/negatif.

2. Menentukan kriteria pengujian :

$H_0$  diterima jika  $d_w > d_u$ .

$H_0$  ditolak jika  $d_w < d_l$ .



di mana :

$d_w$  = nilai Durbin-Watson.

di dan  $d_u$  = nilai  $d$  tabel yang ditentukan dengan  $n$  dan  $k$  tertentu dan

$$\alpha = 0,05$$

Petunjuk dasar pengambilan keputusan ada tidaknya otokorelasi, yaitu :

1. Angka  $d_w$  di bawah -2 berarti ada otokorelasi positif.
2. Angka  $d_w$  di antara -2 sampai +2 berarti tidak otokorelasi.
3. Angka  $d_w$  di atas +2 berarti ada otokorelasi negatif.

#### c. Uji Multikolinearitas

Menurut Alhusin (2003 : 221) "Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variable bebas"

Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) dan nilai *tolerance*, di mana ketentuannya adalah :

1. Mempunyai nilai VIF disekitar angka 1.
2. Mempunyai angka *tolerance* mendekati 1.

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Alhusin (2003 : 221), "Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut uji heteroskedastisitas".

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi uji heteroskedastisitas.

Pengujian ada tidaknya masalah heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji koefisien korelasi spearman.





## BAB IV

### ANALISIS DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Gambaran Umum Obyek Penelitian

Dalam gambaran umum obyek penelitian berisikan gambaran secara singkat tetapi padat dan akurat serta konsisten mengenai obyek yang diteliti. Ada 4 hal gambaran umum obyek penelitian sebagai berikut :

##### 4.1.1. Sejarah Singkat Bank Central Asia

Bank Central Asia yang juga dikenal dengan nama BCA didirikan pada tanggal 21 Pebruari 1957 di pusat perniagaan Jakarta dengan nama Bank Central Asia NV. Sejak pertama kali didirikan Bank Central Asia terus berkembang secara signifikan sehingga pada tahun 1977, Bank Central Asia telah menyanggah predikat sebagai Bank Devisa. Kemajuan Bank Central Asia terlihat pula dari total asset yang selalu meningkat dari Rp. 36,10 triliun di tahun 1996 menjadi Rp.53,36 triliun pada akhir Desember 1997. Walaupun pada tahun 1998 total asset Bank Central Asia sempat turun saat terjadi rush namun pada posisi akhir Desember 1998 berhasil melewati posisi Desember 1997 sehingga menjadi Rp. 67,93 triliun, kemudian menjadi Rp. 96,45 triliun pada Desember 1999, dan pada akhir Desember 2002 telah mencapai Rp. 117,305 triliun.

Kepercayaan masyarakat untuk menyimpan dana pada Bank Central Asia merupakan salah satu asset terpenting yang dimiliki oleh Bank Central Asia. Bank Central Asia tumbuh menjadi Bank Retail/Consumer terbesar di Indonesia.



Ini dibuktikan dengan besarnya jumlah nasabah Bank Central Asia yang per Desember 2002 mencapai 6,847 juta rekening.

Kinerja yang mengesankan tersebut, mengantarkan Bank Central Asia berhasil keluar dari BPPN pada April 2000 sehingga kini statusnya bukan sebagai *Bank Take Over (BTO)* lagi. Kinerja ini menjadi dasar bagi Bank Central Asia untuk mengambil langkah strategis dengan melakukan *go public* di pasar modal. BPPN pada bulan Mei 2000 melalui initial public offering mendivestasikan 22,5% dari seluruh saham Bank Central Asia sehingga kepemilikannya atas Bank Central Asia berkurang menjadi 70,3%. Sejak itu, Bank Central Asia menjadi perusahaan publik. Tahun 2001, BPPN melalui *public offering* ke dua mendivestasikan 588.800.000 lembar sahamnya yang merupakan 10% dari seluruh saham Bank Central Asia sehingga kepemilikan BPPN atas Bank Central Asia menjadi 60,3%. Selanjutnya BPPN mendivestasikan 51% dari seluruh saham Bank Central Asia melalui strategic private placement yang dimenangkan oleh Farindo Investments (Mauritius) Limited pada tahun 2002.

Bank Central Asia senantiasa mengupayakan terjadinya keseimbangan antara keuntungan yang diperoleh dengan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah. Dengan selalu menjaga kepercayaan nasabah, Bank Central Asia siap menghadapi era globalisasi. Pusat dari kegiatan BCA di Jakarta untuk mengembangkan bisnis perbankan dalam pelayanan terhadap masyarakat dan dapat menguasai pasar, maka dibukalah cabang-cabang utama dan cabang pembantu guna membantu masyarakat dalam mengadakan hubungan dagangnya melalui cabang-cabang BCA pada lokasi yang terdekat.



Salah satunya dengan dibukanya Kantor Cabang Utama Darmo pada tanggal 10 Nopember 1990 dengan lokasi di jalan Raya Darmo 5 Surabaya.

#### 4.1.2. Misi Bank Central Asia

Dalam rangka mewujudkan cita-cita menunjang pembangunan ekonomi Indonesia, Bank Central Asia menerapkan tiga strategi bisnis yang menjadi pilar dalam membangun sebuah bank yang sehat, terpercaya, dan sukses secara komersial. Ketiga pilar tersebut, adalah sebagai berikut :

1. Memperkokoh posisi sebagai bank transaksi yang menjadi pilihan nasabah.
2. Meningkatkan peran intermediasi keuangan.
3. Mengembangkan Bank Central Asia sebagai lembaga keuangan terkemuka.

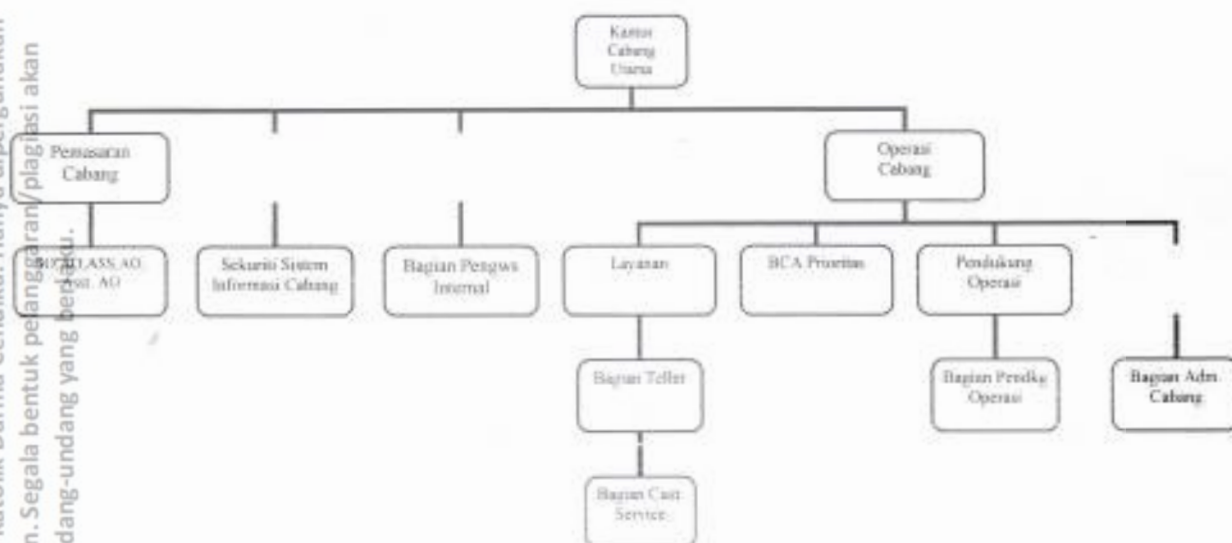
#### 4.1.3. Struktur Organisasi Bank Central Asia

Sebagai salah satu perusahaan berkembang di Indonesia PT. Bank Central Asia Tbk. Surabaya memiliki struktur organisasi dan manajemen perusahaan yang khusus, agar dapat menjalankan usahanya secara proaktif dan efisien. Organisasi, adalah alat untuk mencapai suatu tujuan dasar kerjasama, yang mempunyai bentuk atau susunan yang secara jelas dan formil merumuskan bidang tugas tiap-tiap unsur serta menegaskan hubungan aptara yang satu dan yang lain dalam organisasi. Untuk itu dilakukan pembagian pada tiap-tiap bagian perusahaan.

Adapun struktur organisasi PT. Bank Central Asia Tbk. Surabaya dapat dilihat pada gambar 4.1 sebagai berikut :



Gambar 4.1  
STRUKTUR ORGANISASI  
PT. BANK CENTRAL ASIA Tbk. KCU DARMO



Sumber data : PT. Bank Central Asia Tbk. KCU Darma Surabaya.

Pembagian tugas dari masing-masing bagian pada PT. Bank Central Asia Tbk. KCU Darma Surabaya, secara garis besarnya dapat diuraikan :

1. Pemimpin Cabang Utama.

Tugas dan tanggungjawabnya, meliputi :

- Memanagerment semua kegiatan umum Kantor Cabang Utama.
- Memantau kemajuan usaha pokok Kantor Cabang dan mengadakan program perbaikan di mana perlu.
- Menyusun rencana pemasaran sesuai dengan pedoman dan pengarahan serta batasan yang ditetapkan oleh Kantor Pusat.
- Melakukan kunjungan dalam rangka memelihara hubungan baik, dengan nasabah maupun dengan instansi terkait untuk memasarkan produk dan jasa BCA.





e. Melakukan penilaian, menyetujui dan menolak kredit sesuai dengan batas kewenangan yang ditetapkan oleh kantor pusat.

2. Kepala Pemasaran Cabang.

Tugas dan tanggungjawabnya, yaitu memonitor secara aktif dan melakukan koordinasi dalam hubungan internal/eksternal dari unit kerja yang dibawahinya, serta memberikan pengarahan langsung sesuai dengan ruang lingkup tugasnya, demi kelancaran jalannya kegiatan pemasaran di cabang.

3. *Account Officer (AO)*.

Tugas dan tanggungjawabnya, yaitu mendukung jalannya operasional di cabang secara aktif atas seluruh jalannya kegiatan bidang pemasaran dan kredit cabang agar dicapai efektivitas dan produktivitas yang optimal.

4. Security Administrator.

Tugas dan tanggungjawabnya, yaitu memantau kepatuhan terhadap penerapan sistem pengamanan data, program, laporan komputer secara keseluruhan serta mengelola *user ID* dan *password* dari segenap unit kerja di Kantor Cabang Utama dan Kantor Cabang Pembantu di bawahnya/selanjutnya disebut KCU/KCP-nya sesuai ketentuan-ketentuan dan prosedur-prosedur sekuriti yang berlaku.

5. Kepala Bagian Pengawasan Internal Cabang.

Tugas dan tanggungjawabnya, adalah memonitor secara aktif dan melakukan pengarahan langsung sesuai dengan wewenangnya atas pemantauan kepatuhan terhadap pengamanan kontrol operasional sesuai ketentuan-ketentuan dan prosedur-prosedur sekuriti yang berlaku.





6. Staf Pengawasan Internal Cabang.

Tugas dan tanggungjawabnya, adalah mendukung jalannya operasional di cabang sesuai dengan wewenang Kepala Bagian Pengawasan Internal Cabang atas pemantauan kepatuhan terhadap pengamanan kontrol operasional sesuai ketentuan-ketentuan dan prosedur-prosedur sekuriti yang berlaku.

7. Kepala Operasional Cabang.

Tugas dan tanggungjawabnya, adalah melakukan fungsi manajerial, monitoring dan koordinasi secara aktif atas seluruh jalannya kegiatan bidang sistem dan operasional cabang agar dicapai efektivitas dan produktivitas yang optimal.

8. Kepala Layanan.

Tugas dan tanggungjawabnya, adalah melakukan fungsi manajerial, monitoring dan koordinasi secara aktif atas seluruh jalannya kegiatan bidang layanan dan memantau pelayanan kepada unit kerja yang dibawahinya yaitu *Teller* dan *Customer Service Officer*, serta bertanggung jawab langsung kepada Kepala Operasional Cabang.

9. Kepala Bagian Teller.

Tugas dan tanggungjawabnya, yaitu memonitor secara aktif dan melakukan koordinasi dalam hubungan internal/eksternal dari unit kerja yang dibawahinya, serta memberikan pengarahan langsung sesuai wewenangnya, demi kelancaran jalannya kegiatan unit *Teller*.

10. Kepala Bagian *Customer Service Officer*.

Tugas dan tanggungjawabnya, yaitu memonitor secara aktif dan melakukan koordinasi dalam hubungan internal/eksternal dari unit kerja yang



dibawahnya, serta memberikan pengarahan langsung sesuai wewenangnya, demi kelancaran jalannya kegiatan unit *customer service officer* (CSO).

#### 11. Kepala Bagian BCA Prioritas.

Tugas dan tanggungjawabnya, adalah melakukan fungsi manajerial, monitoring dan koordinasi secara aktif dalam hubungan internal dan eksternal dalam hal memberikan layanan lebih kepada nasabah dan yang memberi kontribusi lebih kepada BCA serta memberi pengarahan kepada bawahan sesuai wewenangnya, serta bertanggungjawab kepada Kepala Operasional Cabang.

#### 12. *Customer Ser vice Officer*.

Tugas dan tanggungjawabnya, yaitu memberikan layanan kepada nasabah dalam hal memberikan informasi, menampung keluhan nasabah, "*cross selling*" dan membantu nasabah untuk menyelesaikan masalah yang timbul.

#### 13. *Teller*.

Tugas dan tanggungjawabnya, adalah memberikan jasa layanan transaksi baik yang bersifat transaksi tunai maupun non tunai kepada nasabah.

#### 14. Kepala Pendukung Operasional.

Tugas dan tanggungjawabnya, yaitu melakukan fungsi manajerial, monitoring dan koordinasi secara aktif atas seluruh jalannya kegiatan sistem operasional cabang agar dapat dicapai efektivitas dan produktivitas yang optimal.

#### 15. Kepala Bagian Pendukung Operasional.

Tugas dan tanggungjawabnya, yaitu memonitor secara aktif dan melakukan koordinasi dalam hubungan internal/eksternal dari unit kerja yang dibawahnya, serta memberikan pengarahan langsung sesuai dengan wewenangnya, demi kelancaran



jalannya kegiatan administrasi operasional deposit dan transfer; penerapan sistem dan prosedur serta program aplikasi di cabang; dan penerapan instalasi dan operasi komputer, ATM serta telekomunikasi termasuk perangkat keras dan lunak.

#### 16. Staf Pendukung Operasional.

Tugas dan tanggungjawabnya, yaitu mendukung jalannya operasional di cabang khususnya dalam mengisi kode *testkey* dari data yang akan dikirim maupun memverifikasi kebenaran kode *testkey* dari data yang diterima.

#### 17. Kepala Administrasi Kantor.

Tugas dan tanggungjawabnya, yaitu melakukan fungsi manajerial, monitoring dan koordinasi secara aktif dalam hubungan internal/eksternal dari unit kerja yang dibawahinya , serta memberikan pengarahan langsung sesuai dengan wewenangnya demi kelancaran jalannya unit keuangan di cabang, unit pembukuan di cabang, unit umum dan sekretariat di cabang, unit SDM di cabang, dan logistik agar dapat dicapai efisiensi dan efektivitas yang optimal.

#### 18. Staf Administrasi Kantor.

Tugas dan tanggungjawabnya, yaitu mendukung jalannya operasional di cabang secara aktif dalam hubungan internal/eksternal dari unit kerja dan bertanggungjawab kepada Kepala Administrasi Kantor demi kelancaran jalannya unit keuangan di cabang, unit pembukuan di cabang, unit umum dan sekretariat di cabang, unit SDM di cabang, dan logistik agar dapat dicapai efisiensi dan efektivitas yang optimal.

#### 4.1.4. Produk Bank Central Asia

Adapun produk dan layanan PT. Bank Central Asia Tbk., yaitu :



1. *Savings*, meliputi :

a. Rekening tabahan.

Simpanan pihak ketiga atau nasabah kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut ketentuan atau syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu, tabungannya berbentuk buku.

b. Rekening Tapres.

Simpanan pihak ketiga atau nasabah kepada bank yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut ketentuan atau syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro dan atau lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. Tabungannya berbentuk kartu, setiap bulannya menerima rekening koran.

c. Rekening giro.

Simpanan pihak ketiga atau nasabah kepada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, surat perintah pembayaran lainnya atau dengan pemindahbukuan.

d. Deposito berjangka, adalah deposito yang diterbitkan atas unjuk dan dapat dipindahtangankan atau diperjualbelikan, serta dapat dijadikan sebagai jaminan bagi permohonan kredit.

e. Sertifikat deposito, adalah deposito yang diterbitkan atas unjuk dan dapat dipindahtangankan atau diperjualbelikan, serta dapat dijadikan sebagai jaminan bagi permohonan kredit.





2. Perbankan Elektronik, meliputi :

a. ATM BCA.

Fasilitas yang diberikan kepada nasabah rekening tabungan dan rekening pribadi untuk melakukan transaksi perbankan dengan kartu ATM Paspor BCA di mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri).

b. Debit BCA.

- 1) Kartu yang digunakan untuk membayar barang atau jasa di toko-toko (*merchant*) yang menerima pembayaran dengan kartu ATM.
- 2) Rekening pemegang kartu langsung dipotong saat transaksi disetujui.

c. Tunai BCA.

Fasilitas yang diberikan kepada pemegang kartu ATM Paspor BCA untuk melakukan penarikan tunai dari Merchant yang berpartisipasi dalam layanan tunai BCA.

d. Internet Banking Klik BCA.

Fasilitas yang diberikan kepada pemegang kartu ATM Paspor BCA untuk melakukan transaksi perbankan *non cash* dari melalui situs web. [www.klikbca.com](http://www.klikbca.com). Merchant berpartisipasi dalam layanan tunai BCA.

e. Mobile Banking m-BCA.

Fasilitas perbankan yang memungkinkan nasabah melakukan transaksi baik *financial* maupun *non financial* melalui *handphone*/telepon selular.

f. BCA Link.

Produk perbankan elektroniks guna membantu pelanggan korporasi dalam mengelola keuangan mereka melalui komputer personal.





g. BCA by Phone.

Sarana untuk meningkatkan layanan dan kemudahan nasabah untuk memperoleh informasi suku bunga, giro, tapres dan kartu kredit melalui pesawat telepon.

3. Kartu Kredit, meliputi :

a. BCA Card.

Kartu kredit yang dikeluarkan oleh BCA yang memiliki jaringan luas di seluruh Indonesia dengan jasa-jasanya yang diberikan oleh bank.

b. BCA MasterCard.

Kartu MasterCard/Cirrus yang diterbitkan oleh bank lokal yang ada di Indonesia maupun Bank Luar Negeri juga sudah dapat melakukan transaksi di ATM BCA.

c. BCA Visa.

Kartu Visa/Plus yang diterbitkan oleh Bank Lokal yang ada di Indonesia sudah dapat melakukan transaksi di ATM BCA.

d. JCB, yaitu kartu kredit dari Japan Card Beureau yang diterbitkan BCA.

4. Layanan Transaksi Perbankan, meliputi :

a. Safe Deposit Box.

BCA safe deposit untuk menyimpan benda-benda berharga dan menjamin keamanan barang berharga nasabah.

b. Pengiriman Uang.

Layanan kiriman uang dalam valuta asing yang ditujukan kepada pihak penerima yang berdomisili baik di dalam maupun di luar negeri. Produk yang ditawarkan oleh BCA Remittance meliputi kiriman uang dengan sarana *telegraphic transfer* (TT/wire transfer) maupun sarana *demand draft (bankdraft)*.



c. Inkaso dan Kliring.

Inkaso, yaitu jasa penagihan kepada nasabah atas warkat-warkat kliring yang dimilikinya termasuk warkat-warkat yang diterbitkan oleh bank yang berada di luar wilayah kliring bank yang memberikan jasa penagihan.

Kliring, yaitu cara penyelesaian utang piutang antara bank-bank peserta kliring dalam bentuk warkat atau surat-surat berharga di suatu wilayah kliring, di mana BI tempat pertemuan antara bank-bank peserta.

d. Mata Uang Asing.

Terdiri dari 12 mata uang, meliputi : Australian Dollar (AUD), Canadian Dollar (CAD), Swiss Franc (CHF), Danish Krone (DKK), Euro (EUR), Great Britain Poundsterling (GBP), Hongkong Dollar (HKD), Japanese Yen (JPY), Saudi Arabian Riyal (SAR), Swedish Krona (SEK), Singapore Dollar (SGD), dan United States Dollar (USD).

e. *Travellers Cheque*.

Suatu warkat yang diterbitkan oleh bank atau lembaga keuangan bukan bank dalam bentuk pecahan nominal mata uang tertentu sebagai alat pembayaran atau pengganti uang tunai, biasanya digunakan orang yang akan melakukan perjalanan, hingga dikenal dengan nama cek perjalanan.

5. Fasilitas Kredit.

a. KPPR.

Pinjaman untuk membiayai pembelian dan perbaikan rumah tinggal untuk dimiliki/ditempati sendiri. KPR BCA diberikan kepada perorangan dan karyawan yang memenuhi persyaratan dan mampu mengangsur.



b. Kredit Kendaraan Bermotor.

Pinjaman ditujukan untuk pembelian kendaraan bermotor yang diberikan kepada perorangan atau karyawan perusahaan yang memenuhi persyaratan dan mempunyai kemampuan membayar dengan cara mengangsur.

c. Kredit Modal Kerja.

Pinjaman yang ditujukan untuk nasabah yang membutuhkan sumber dana tambahan untuk meningkatkan produksi yang cepat, mudah, dan murah.

d. Kredit Berjangka (*Revolving*).

Pinjaman jangka pendek yang memberikan keleluasaan penarikan dan pelunasannya karena dapat dilakukan bertahap sesuai kebutuhan anda.

e. Kredit Angsuran.

Pinjaman untuk membiayai pembelian barang-barang modal dan/atau tambahan modal kerja dalam rangka peremajaan, perluasan, peningkatan kapasitas usaha anda, atau pendirian unit usaha baru. Pengembalian uang dapat diangsur dalam jangka waktu pendek maupun menengah.

f. Kredit Ekspor.

Pinjaman khusus jangka pendek bagi eksportir atau pemasok untuk membiayai kegiatan pra ekspor.

g. *Trust Receipt*.

Pinjaman jangka pendek untuk penebusan dokumen-dokumen impor setelah semua kewajiban-kewajiban pembayaran Bea Masuk terhadap Pabean dipenuhi.



h. Kredit Investasi.

Pinjaman khusus untuk pembelian barang-barang modal dengan dana *two step loan* dari Bank Indonesia. Pengembalian pinjaman ini dapat diangsur dalam jangka waktu menengah atau panjang.

i. Kredit Sindikasi.

Fasilitas kredit yang diberikan bank kepada debitur (biasanya nasabah korporasi/perusahaan) secara bersama-sama dengan bank-bank lain berdasarkan kesepakatan bersama atas beberapa ketentuan, seperti porsi volume kredit masing-masing bank, tingkat suku bunga, porsi jaminan (agunan) masing-masing bank, wanprestasi oleh debitur, berbagai fee. Kredit sindikasi biasanya diberikan bank karena kekurangan dana (jika dibiayai sendiri) atau menghindari terjadinya pelanggaran atas batas maksimum pemberian kredit (BMPK).

6. Fasilitas Ekspor-Import.

a. *Letter of Credit (L/C)*

Merupakan janji bayar dari Bank Pembuka kepada pihak Eksportir sepanjang mampu menyerahkan dokumen yang sesuai dengan syarat dan kondisi L/C.

b. Negosiasi.

Merupakan pembayaran di muka kepada eksportir melalui pengambilalihan dokumen ekspor atas dasar L/C.

c. Diskonto.

Apabila memiliki tagihan atas L/C ekspor berjangka yang sudah diterima (*accepted*) Bank pembuka L/C, kepada dimungkinkan untuk menarik pembayaran terlebih dahulu dengan menjual tagihan tersebut kepada BCA.





d. *Documentary Collections.*

Selain L/C, nasabah dapat melakukan transaksi ekspor impor dengan menggunakan instrumen pembayaran *documentary collections*.

7. Bank Garansi.

a. *Bid Bond.*

Garansi diterbitkan untuk memenuhi prasyarat mengikuti tender/lelang.

b. *Payment Bond.*

Garansi diterbitkan menjamin pembayaran nasabah kepada pihak ketiga.

c. *Advance Payment Bond.*

Garansi diterbitkan untuk menjamin pelaksanaan suatu pekerjaan nasabah yang telah dibayar terlebih dahulu oleh pihak ketiga.

d. *Performance Bond.*

Garansi yang diterbitkan untuk menjamin pelaksanaan suatu proyek, umumnya proyek konstruksi, milik pihak ketiga.

e. Pusat Pengelolaan Pembebasan dan Pengembalian Bea Masuk (P4BM).

Garansi yang diterbitkan khusus untuk menjamin pembayaran oleh nasabah kepada P4BM atas Bea Masuk, Bea Masuk Tambahan dan PPN terhadap barang dan bahan jasa impor yang ditangguhkan pembayarannya.

8. Fasilitas Valuta Asing.

- a. Forward, adalah transaksi penjualan/pembelian valuta asing dalam jumlah dan harga tertentu dengan penyerahan dan penerimaan dana dilaksanakan lebih dari 2 hari kerja sejak tanggal transaksi.





b. Swap.

Transaksi gabungan jual beli antara 2 jenis mata uang dalam jumlah dan harga tertentu melalui pembelian tunai (SPOT) dan penjualan kembali secara berjangka (FORWARD) atau penjualan tunai (SPOT) dan pembelian kembali secara berjangka (FORWARD).

#### 4.1.5. SDM Yang Profesional

Untuk mengelola berbagai asset tersebut Bank Central Asia juga mendidik dan melatih Sumber Daya Manusia secara terus-menerus, baik di dalam maupun luar negeri, sehingga mampu beradaptasi dengan lingkungan perbankan Indonesia dan dunia yang terus berubah serta mampu mengantisipasi masa depan secara lebih baik.

Per Desember 2002, sejumlah 21.599 karyawan Bank Central Asia yang profesional di bidangnya masing-masing, siap melayani nasabah di seluruh Indonesia dengan salah satu motonya yakni "Sigap, Menarik, Antusias, Ramah, dan Teliti (SMART)". Bank Central Asia telah melakukan implementasi modul SAP *Human Resources* yang akan mempermudah pengembangan sumber daya manusia (SDM) dan mengurangi proses manual.

## 4.2. Diskripsi Hasil Penelitian

Didalam deskripsi hasil penelitian, akan dibahas tanggapan-tanggapan responden.

### 4.2.1. Tanggapan-tanggapan Responden

Tanggapan-tanggapan responden terdiri dari variabel bebas kualitas produk ( $x_1$ ), layanan ( $x_2$ ) dan variabel terikat kepuasan nasabah (Y) ke dalam nilai prosentase yaitu sebagai berikut :



### 1. Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk ( $x_1$ )

Promosi, adalah suatu usaha perusahaan untuk memberitahu, membujuk atau mengingatkan konsumen tentang perusahaan mengenai produknya atau idenya agar tujuan perusahaan tercapai.

Untuk jelasnya, dapat dilihat tabel 4.1 tentang tanggapan responden tentang kualitas produk ( $x_1$ ) dalam bentuk rata-rata total yaitu :

Tabel 4.1  
TANGGAPAN UNTUK VARIABEL KUALITAS PRODUK ( $x_1$ )

Per-nyataan	Pengukuran Jawaban									
	Yang Menjawab Sangat Setuju	%	Yang Menjawab Setuju	%	Yang Menjawab Cukup Setuju	%	Yang Menjawab Tidak Setuju	%	Yang Menjawab Sangat Tidak Setuju	%
1	49	49	25	25	18	18	7	7	1	1
2	37	37	35	35	23	23	5	5	0	0
3	39	39	29	29	24	24	7	7	1	1
4	34	34	35	35	31	31	0	0	0	0
5	23	23	28	28	41	41	4	4	4	4
6	28	28	24	24	41	41	7	7	0	0

Sumber : data lampiran 2 jawaban responden.

Berdasarkan pada tabel 4.1 di atas, dapat dianalisis bahwa :

- Pada pertanyaan 1, yaitu produk yang dikeluarkan oleh pihak BCA lengkap, pada pertanyaan ini terdapat 49 atau 49% responden yang menjawab "sangat setuju", 25 atau 25% responden yang menjawab "setuju", 18 atau 18% responden yang menjawab "cukup setuju", 7 atau 7% responden yang menjawab "tidak setuju", dan 1 atau 1% yang menjawab "sangat tidak setuju".
- Pada pertanyaan 2, yaitu biaya administrasi dan suku bunga dan yang diberlakukan di BCA sangat kompetitif, pada pertanyaan ini terdapat 37 atau 37% responden yang menjawab "sangat setuju", 35 atau 35%



responden yang menjawab “setuju”, 23 atau 23% responden yang menjawab “cukup setuju”, 5 atau 5% responden yang menjawab “tidak setuju”, dan tidak ada atau 0% yang menjawab “sangat tidak setuju”.

- c. Pada pertanyaan 3, yaitu pada BCA pengelompokan produk dilakukan dengan teratur untuk memudahkan konsumen dalam mengamati dan meneliti sebelum menggunakannya, pada pertanyaan ini terdapat 39 atau 39% responden yang menjawab “sangat setuju”, 29 atau 29% responden yang menjawab “setuju”, 24 atau 24% responden yang menjawab “cukup setuju”, 7 atau 7% responden yang menjawab “tidak setuju”, dan 1 atau 1% yang menjawab “sangat tidak setuju”.
- d. Pada pertanyaan 4, yaitu hadiah yang diberikan untuk tabungan dan deposito sangat menarik, pada pertanyaan ini terdapat 34 atau 34% responden yang menjawab “sangat setuju”, 35 atau 35% responden yang menjawab “setuju”, 31 atau 31% responden yang menjawab “cukup setuju”, tidak ada atau 0% responden yang menjawab “tidak setuju”, dan tidak ada atau 0% yang menjawab “sangat tidak setuju”.
- e. Pada pertanyaan 5, yaitu penetapan tingkat suku bunga untuk kebutuhan dana pada BCA kepada para nasabah sangat sesuai, pada pertanyaan ini terdapat 23 atau 23% responden yang menjawab “sangat setuju”, 28 atau 28% responden yang menjawab “setuju”, 41 atau 41% responden yang menjawab “cukup setuju”, 4 atau 4% responden yang menjawab “tidak setuju”, dan 4 atau 4% yang menjawab “sangat tidak setuju”.



- f. Pada pertanyaan 6, yaitu persaingan penetapan tingkat suku bunga pada BCA sangat baik, pada pertanyaan ini terdapat 28 atau 28% responden yang menjawab “sangat setuju”, 24 atau 24% responden yang menjawab “setuju”, 41 atau 41% responden yang menjawab “cukup setuju”, 7 atau 7% responden yang menjawab “tidak setuju”, dan tidak ada atau 0% yang menjawab “sangat tidak setuju”.

## 2. Tanggapan Responden Tentang Layanan ( $x_2$ )

Konsepsi kualitas, adalah suatu jasa perbankan yang diberikan kepada nasabah berpedoman atau sesuai dengan kebutuhan dan harapannya sehingga tercipta kepuasan terhadap promosi dan konsepsi layanan.

Untuk jelasnya, dapat dilihat tabel 4.2 tentang tanggapan responden tentang layanan ( $x_2$ ) dalam bentuk rata-rata total yaitu :

Tabel 4.2  
TANGGAPAN UNTUK VARIABEL LAYANAN ( $x_2$ )

Per-nyataan	Pengukuran Jawaban									
	Yang Menjawab Sangat Setuju	%	Yang Menjawab Setuju	%	Yang Menjawab Cukup Setuju	%	Yang Menjawab Tidak Setuju	%	Yang Menjawab Sangat Tidak Setuju	%
1	34	34	27	27	31	31	6	6	2	2
2	28	28	32	32	38	38	2	2	0	0
3	31	31	24	24	39	39	6	6	0	0
4	31	31	31	31	34	34	4	4	0	0
5	31	31	32	32	36	36	1	1	0	0

Sumber : data lampiran 3 jawaban responden.

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas, dapat dianalisis bahwa :

- a. Pada pertanyaan 1, yaitu karyawan BCA dalam menghadapi seluruh nasabah bersikap ramah, bertutur kata dan berperilaku sopan santun, pada pertanyaan ini terdapat 34 atau 34% responden yang menjawab “sangat setuju”, 27 atau 27% responden yang menjawab “setuju”, 31 atau 31%





responden yang menjawab “cukup setuju”, 6 atau 6% responden yang menjawab “tidak setuju”, dan 2 atau 2% yang menjawab “sangat tidak setuju”.

- b. Pada pertanyaan 2, yaitu karyawan BCA menanggapi dengan baik ketika nasabah mengajukan komplain mengenai produk bank dan pelayanan semua staf BCA, pada pertanyaan ini terdapat 28 atau 28% responden yang menjawab “sangat setuju”, 32 atau 32% responden yang menjawab “setuju”, 38 atau 38% responden yang menjawab “cukup setuju”, 2 atau 2% responden yang menjawab “tidak setuju”, dan tidak ada atau 0% yang menjawab “sangat tidak setuju”.
- c. Pada pertanyaan 3, yaitu karyawan BCA dalam memberikan informasi kepada nasabah dengan bahasa yang dapat dipahami dan dimengerti dengan baik, pada pertanyaan ini terdapat 31 atau 31% responden yang menjawab “sangat setuju”, 24 atau 24% responden yang menjawab “setuju”, 39 atau 39% responden yang menjawab “cukup setuju”, 6 atau 6% responden yang menjawab “tidak setuju”, dan tidak ada atau 0% yang menjawab “sangat tidak setuju”.
- d. Pada pertanyaan 4, yaitu karyawan BCA dan nasabah selalu mengadakan komunikasi mengenai informasi produk bank baik berhadapan langsung dan melalui telepon, pada pertanyaan ini terdapat 31 atau 31% responden yang menjawab “sangat setuju”, 31 atau 31% responden yang menjawab “setuju”, 34 atau 34% responden yang menjawab “cukup setuju”, 4 atau





4% responden yang menjawab “tidak setuju”, dan tidak ada atau 0% yang menjawab “sangat tidak setuju”.

- e. Pada pertanyaan 5, yaitu karyawan BCA berusaha mengerti dan memahami apa yang menjadi kebutuhan nasabah, pada pertanyaan ini terdapat 48 atau 48% responden yang menjawab “sangat setuju”, 38 atau 38% responden yang menjawab “setuju”, 14 atau 14% responden yang menjawab “cukup setuju”, tidak ada atau 0% yang menjawab “tidak setuju”, dan tidak ada atau 0% yang menjawab “sangat tidak setuju”.

### 3. Tanggapan Responden Tentang Kepuasan Nasabah (Y)

Kepuasan nasabah, adalah respon pelanggan kartu kredit terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk kartu kredit yang dirasakan setelah pemakaiannya. Untuk jelasnya, dapat dilihat tabel 4.3 tentang tanggapan responden tentang kepuasan nasabah (Y) dalam bentuk rata-rata total yaitu :

Tabel 4.3  
TANGGAPAN UNTUK VARIABEL KEPUASAN NASABAH (Y)

Per-nyataan	Pengukuran Jawaban									
	Yang Menjawab Sangat Setuju	%	Yang Menjawab Setuju	%	Yang Menjawab Cukup Setuju	%	Yang Menjawab Tidak Setuju	%	Yang Menjawab Sangat Tidak Setuju	%
1	43	43	24	24	33	33	0	0	0	0
2	35	35	28	28	37	37	0	0	0	0
3	48	48	37	37	15	15	0	0	0	0
4	46	46	20	20	28	28	6	6	0	0
5	48	48	39	39	13	13	0	0	0	0
6	48	48	38	38	14	14	0	0	0	0
7	42	42	29	29	29	29	0	0	0	0
8	41	41	23	23	36	36	0	0	0	0
9	31	31	32	32	36	36	1	1	0	0
10	29	29	34	34	36	36	1	1	0	0

Sumber : data lampiran 4 jawaban responden.



Berdasarkan pada tabel 4.3 di atas, dapat dianalisis bahwa :

- a. Pada pertanyaan 1, yaitu karyawan BCA dalam melayani nasabah telah bersikap ramah dan berilaku sopan, pada pertanyaan ini terdapat 43 atau 43% responden yang menjawab "sangat setuju", 24 atau 24% responden yang menjawab "setuju", 33 atau 33% responden yang menjawab "cukup setuju", tidak ada atau 0% responden yang menjawab "tidak setuju", dan tidak ada atau 0% yang menjawab "sangat tidak setuju".
- b. Pada pertanyaan 2, yaitu karyawan BCA dalam memberikan penjelasan produk bank dilakukan secara professional, sehingga dapat meningkatkan *image* akan kualitas produk, layanan bank, dan kualitas kerja karyawan BCAny, pada pertanyaan ini terdapat 35 atau 35% responden yang menjawab "sangat setuju", 28 atau 28% responden yang menjawab "setuju", 37 atau 37% responden yang menjawab "cukup setuju", tidak ada atau 0% responden yang menjawab "tidak setuju", dan tidak ada atau 0% yang menjawab "sangat tidak setuju".
- c. Pada pertanyaan 3, yaitu setiap keluhan nasabah selalu ditangani dengan baik, pada pertanyaan ini terdapat 48 atau 48% responden yang menjawab "sangat setuju", 37 atau 37% responden yang menjawab "setuju", 15 atau 15% responden yang menjawab "cukup setuju", tidak ada atau 0% responden yang menjawab "tidak setuju", dan tidak ada atau 0% yang menjawab "sangat tidak setuju".
- d. Pada pertanyaan 4, yaitu karyawan BCA selalu berkomunikasi dengan baik kepada para nasabahnya, pada pertanyaan ini terdapat 46 atau 46%



responden yang menjawab "sangat setuju", 20 atau 20% responden yang menjawab "setuju", 28 atau 28% responden yang menjawab "cukup setuju", 6 atau 6% responden yang menjawab "tidak setuju", dan tidak ada atau 0% yang menjawab "sangat tidak setuju".

- e. Pada pertanyaan 5, yaitu karyawan BCA dalam memproses transaksi penyetoran nasabah dilakukan dengan teliti, pada pertanyaan ini terdapat 48 atau 48% responden yang menjawab "sangat setuju", 39 atau 39% responden yang menjawab "setuju", 13 atau 13% responden yang menjawab "cukup setuju", tidak ada atau 0% yang menjawab "tidak setuju", dan tidak ada atau 0% yang menjawab "sangat tidak setuju".
- f. Pada pertanyaan 6, yaitu karyawan BCA dalam menghitung uang selalu di hadapan nasabah dan dilakukan sangat cepat dan jelas oleh nasabah, pada pertanyaan ini terdapat 48 atau 48% responden yang menjawab "sangat setuju", 38 atau 38% responden yang menjawab "setuju", 14 atau 14% responden yang menjawab "cukup setuju", tidak ada atau 0% yang menjawab "tidak setuju", dan tidak ada atau 0% yang menjawab "sangat tidak setuju".
- g. Pada pertanyaan 7, yaitu teknik promosi yang dilaksanakan pihak BCA kepada para nasabah memuaskan, pada pertanyaan ini terdapat 42 atau 42% responden yang menjawab "sangat setuju", 29 atau 29% responden yang menjawab "setuju", 29 atau 29% responden yang menjawab "cukup setuju", tidak ada atau 0% yang menjawab "tidak setuju", dan tidak ada atau 0% yang menjawab "sangat tidak setuju".



- h. Pada pertanyaan 8, yaitu saldo awal penyetoran tahapan terjangkau khususnya nasabah BCA yang sudah bekerja, pada pertanyaan ini terdapat 41 atau 41% responden yang menjawab “sangat setuju”, 23 atau 23% responden yang menjawab “setuju”, 36 atau 36% responden yang menjawab “cukup setuju”, tidak ada atau 0% responden yang menjawab “tidak setuju”, dan tidak ada atau 0% yang menjawab “sangat tidak setuju”.
- i. Pada pertanyaan 9, yaitu para nasabah BCA puas dengan tingkat suku bunga tahapan dan deposito, pada pertanyaan ini terdapat 31 atau 31% responden yang menjawab “sangat setuju”, 32 atau 32% responden yang menjawab “setuju”, 36 atau 36% responden yang menjawab “cukup setuju”, 1 atau 1% yang menjawab “tidak setuju”, dan tidak ada atau 0% yang menjawab “sangat tidak setuju”.
- j. Pada pertanyaan 10, yaitu pada akhir layanan, karyawan BCA mengucapkan terima kasih dan salam kepada para nasabah, pada pertanyaan ini terdapat 29 atau 29% responden yang menjawab “sangat setuju”, 34 atau 34% responden yang menjawab “setuju”, 36 atau 36% responden yang menjawab “cukup setuju”, 1 atau 1% responden yang menjawab “tidak setuju”, dan tidak ada atau 0% yang menjawab “sangat tidak setuju”.

#### 4.2.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Pada sub bab ini mengemukakan uji validitas dan reliabilitas, meliputi :

##### 4.2.2.1. Uji Validitas

Uji validitas yang akan dikemukakan berdasarkan variabel bebas kualitas produk ( $x_1$ ), layanan ( $x_2$ ), dan variabel terikat kepuasan nasabah (Y), yaitu :





### 1. Uji validitas untuk kualitas produk ( $x_1$ )

Untuk melakukan uji validitas item kuesioner diperlukan data jawaban kuesioner responden untuk kualitas produk ( $x_1$ ) lampiran 2 pada SPSS 11.0.

Setelah dilakukan pengolahan data lampiran 2 di atas ke dalam SPSS, maka diperoleh hasil perhitungan uji validitas yang dapat dilihat pada lampiran 5 mengenai hasil printout SPSS pengujian validitas kualitas produk ( $x_1$ ). Adapun rekapitulasi dari lampiran 5 dapat dilihat pada tabel 4.4 mengenai hasil analisis item instrumen kualitas produk ( $x_1$ ) sebagai berikut :

Tabel 4.4  
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KUALITAS PRODUK ( $x_1$ )

No. Butir Instrumen	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	0,7802	Valid
2	0,7414	Valid
3	0,8141	Valid
4	0,7963	Valid
5	0,4284	Valid
6	0,5085	Valid

Sumber : print out SPSS lampiran 5.

Untuk menguji apakah korelasi tersebut signifikansi atau tidak, maka hasil uji  $r_{hitung}$  dapat dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 99% atau 1% dan  $N = 100$  adalah 0,256.

Berdasarkan tabel 4.4 menunjukkan bahwa item yang korelasinya signifikansi terdapat 4 item yang korelasinya > nilai  $r_{tabel}$  0,01% sebesar 0,256 yaitu item 1 sebesar  $0,7802 > r_{tabel}$  0,256, item 2 sebesar  $0,7414 > r_{tabel}$  0,256, item 3 sebesar  $0,8141 > r_{tabel}$  0,256, item 4 sebesar  $0,7963 > r_{tabel}$  0,256, item 5 sebesar  $0,4284 > r_{tabel}$  0,256, serta item 6 sebesar  $0,5085 > r_{tabel}$  0,256. Dengan demikian, terdapat 6 item yang signifikansi dianggap valid, dan yang dianggap tidak valid tidak ada.





## 2. Uji validitas dengan korelasi untuk layanan ( $x_2$ )

Untuk melakukan uji validitas item kuesioner diperlukan data jawaban kuesioner responden layanan ( $x_2$ ) lampiran 3 pada SPSS 11.0.

Setelah dilakukan pengolahan data lampiran 3 di atas ke dalam SPSS, maka diperoleh hasil perhitungan uji validitas yang dapat dilihat pada lampiran 6 mengenai hasil printout SPSS pengujian validitas layanan ( $x_2$ ). Adapun rekapitulasi dari lampiran 6 dapat dilihat pada tabel 4.5 mengenai hasil analisis item instrumen layanan ( $x_2$ ) sebagai berikut :

Tabel 4.5  
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL LAYANAN ( $x_2$ )

No. Butir Instrumen	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	0,8341	Valid
2	0,8379	Valid
3	0,8718	Valid
4	0,8263	Valid
5	0,5685	Valid

Sumber : print out SPSS lampiran 6.

Untuk menguji apakah korelasi tersebut signifikansi atau tidak, maka hasil uji  $r_{hitung}$  dapat dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 99% dan  $N = 100$  adalah 0,256.

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa item yang korelasinya signifikansi terdapat 5 item yang korelasinya > nilai  $r_{tabel}$  0,01% sebesar 0,256 yaitu item 1 sebesar  $0,8341 > r_{tabel}$  0,256, item 2 sebesar  $0,8379 > r_{tabel}$  0,256, item 3 sebesar  $0,8718 > r_{tabel}$  0,256, item 4 sebesar  $0,8263 > r_{tabel}$  0,256, dan item 5 sebesar  $0,5685 > r_{tabel}$  0,256. Dengan demikian, terdapat 5 item yang signifikansi dianggap valid, dan yang dianggap tidak valid tidak ada.



### 3. Uji validitas dengan korelasi untuk kepuasan nasabah (Y)

Untuk melakukan uji validitas item kuesioner diperlukan data jawaban kuesioner responden kepuasan nasabah (Y) lampiran 4 pada SPSS 11.0.

Setelah dilakukan pengolahan data lampiran 4 di atas ke dalam SPSS, maka diperoleh hasil perhitungan uji validitas yang dapat dilihat pada lampiran 7 mengenai hasil printout SPSS pengujian validitas kepuasan nasabah (Y). Adapun rekapitulasi dari lampiran 7 dapat dilihat pada tabel 4.6 mengenai hasil analisis item instrumen kepuasan nasabah (Y) yaitu :

Tabel 4.6  
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KEPUASAN NASABAH (Y)

No. Butir Instrumen	Koefisien Korelasi	Keterangan
1	0,9067	Valid
2	0,8879	Valid
3	0,8478	Valid
4	0,7038	Valid
5	0,8471	Valid
6	0,8484	Valid
7	0,8788	Valid
8	0,9193	Valid
9	0,7361	Valid
10	0,7189	Valid

Sumber : print out SPSS lampiran 7.

Untuk menguji apakah korelasi tersebut signifikansi atau tidak, maka hasil uji  $r_{hitung}$  dapat dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 99% dan  $N = 100$  adalah 0,256.

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa item yang korelasinya signifikansi terdapat 10 item yang korelasinya  $>$  nilai  $r_{tabel}$  0,01% sebesar 0,256 yaitu item 1 sebesar  $0,9067 > r_{tabel}$  0,256, item 2 sebesar  $0,8879 > r_{tabel}$  0,256, item 3 sebesar  $0,8478 > r_{tabel}$  0,256, item 4 sebesar  $0,7038 > r_{tabel}$  0,256, item 5 sebesar  $0,8471 > r_{tabel}$  0,256, item 6 sebesar  $0,8484 > r_{tabel}$



0,256, item 7 sebesar  $0,8788 > r_{\text{tabel}} 0,256$ , item 8 sebesar  $0,9193 > r_{\text{tabel}} 0,256$ , item 9 sebesar  $0,7361 > r_{\text{tabel}} 0,256$ , dan item 10 sebesar  $0,7189 > r_{\text{tabel}} 0,256$ . Dengan demikian, terdapat 10 item yang signifikansi dianggap valid, dan yang dianggap tidak valid tidak ada.

#### 4.2.2.2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menguji butir-butir pertanyaan yang ada dalam sebuah angket, apakah isi dari butir pertanyaan tersebut telah reliabel (andal). Untuk pengujian reliabilitas dapat digunakan dengan metode Alpha Cronbach (Alpha) yang diolah dengan SPSS.

##### 1. Uji reliabilitas untuk kualitas produk ( $x_1$ )

Untuk melakukan uji reliabilitas item kuesioner diperlukan data jawaban kuesioner responden kualitas produk ( $x_1$ ) lampiran 2. Setelah dilakukan pengolahan data lampiran 2 di atas ke dalam SPSS, maka diperoleh hasil perhitungan uji reliabilitas yang dapat dilihat pada lampiran 5 mengenai hasil printout SPSS pengujian reliabilitas kualitas produk ( $x_1$ ).

Untuk menguji apakah korelasi tersebut signifikansi atau tidak, maka hasil uji  $r_{\text{hitung}}$  dapat dibandingkan dengan  $r_{\text{tabel}}$  dengan taraf signifikansi 99% dan  $N = 100$  adalah 0,256. Berdasarkan uji reliabilitas SPSS pada lampiran 5 diperoleh hasil uji reliabilitas  $r_{\text{hitung}}$  variabel kualitas produk ( $x_1$ ) sebesar  $0,8691 > r_{\text{tabel}} 0,256$ , maka dikatakan item-item kuesioner menunjukkan hasil yang reliabilitas.

##### 2. Uji reliabilitas dengan korelasi untuk layanan ( $x_2$ )

Untuk melakukan uji reliabilitas item kuesioner diperlukan data jawaban kuesioner responden layanan ( $x_2$ ) lampiran 3. Setelah dilakukan



pengolahan data lampiran 3 di atas ke dalam SPSS, maka diperoleh hasil perhitungan uji reliabilitas yang dapat dilihat pada lampiran 6 mengenai hasil printout SPSS pengujian reliabilitas layanan ( $x_1$ ).

Untuk menguji apakah korelasi tersebut signifikansi atau tidak, maka hasil uji  $r_{hitung}$  dapat dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 99% dan  $N = 100$  adalah 0,256. Berdasarkan uji reliabilitas SPSS pada lampiran 6 diperoleh hasil uji reliabilitas  $r_{hitung}$  variabel layanan ( $x_2$ ) sebesar  $0,9154 > r_{tabel}$  0,256, maka dikatakan item-item kuesioner menunjukkan hasil yang reliabilitas.

### 3. Uji reliabilitas dengan korelasi untuk kepuasan nasabah (Y)

Untuk melakukan uji reliabilitas item kuesioner diperlukan data jawaban kuesioner responden kepuasan nasabah (Y) lampiran 4. Setelah dilakukan pengolahan data lampiran 4 di atas ke dalam SPSS, maka diperoleh hasil perhitungan uji reliabilitas yang dapat dilihat pada lampiran 7 mengenai hasil printout SPSS pengujian reliabilitas kepuasan nasabah (Y).

Untuk menguji apakah korelasi tersebut signifikansi atau tidak, maka hasil uji  $r_{hitung}$  dapat dibandingkan dengan  $r_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 99% dan  $N = 100$  adalah 0,256. Berdasarkan uji reliabilitas SPSS pada lampiran 6 diperoleh hasil uji reliabilitas  $r_{hitung}$  variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar  $0,9601 > r_{tabel}$  0,256, maka dikatakan item-item kuesioner menunjukkan hasil yang reliabilitas.

#### 4.2.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk kepentingan analisis data dengan statistik, yaitu analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui ada pengaruh yang positif antara kualitas





produk ( $x_1$ ), layanan ( $x_2$ ), terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ) pada PT. Bank Central Asia Tbk. KCU Darmo Surabaya. Pada sub bab regresi linier berganda akan dikemukakan :

### 1. Model Analisis Regresi Linier Berganda

Langkah selanjutnya, adalah mengolah data dengan memasukkan data ke dalam komputer dengan menggunakan komputer dengan aplikasi program SPSS 11.0, yaitu dengan cara analisis data statistik. Model analisis data yang dipergunakan dalam penelitian dengan regresi linier berganda, di mana persamaannya, yaitu :  $y = \beta_0 + \beta_1x_1 + \beta_2x_2 + e$ .

Untuk diperolehnya model regresi tersebut di atas, terlebih dahulu diketahui data-data analisis regresi linier berganda. Data-data tersebut terdiri 2 variabel bebas yaitu kualitas produk ( $x_1$ ), layanan ( $x_2$ ), dan variabel terikat kepuasan nasabah ( $Y$ ). Untuk lebih jelasnya, data-data analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada lampiran 8.

Berdasarkan data-data analisis regresi linier berganda pada lampiran 8 di atas, kemudian data tersebut diolah dengan program SPSS 11.0 yaitu dengan analisis regresi linier berganda, di mana hasil perhitungan analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada lampiran 9. Hasil perhitungan analisis regresi berganda pada lampiran 9 dapat direkapitulasikan pada tabel 4.7, yaitu :





Tabel 4.7  
REKAPITULASI HASIL REGRESSION

Konstanta (a)	8,466
Koefisien regresi (b <sub>1</sub> )	1,269
Koefisien regresi (b <sub>2</sub> )	0,326
R Squared	0,733
Koefisien Partial x <sub>1</sub>	0,652
Koefisien Partial x <sub>2</sub>	0,246
F hit	133,171
F tabel	3,09
t hitung x <sub>1</sub>	8,479
t hitung x <sub>2</sub>	2,498
t tabel	1,980
Level of Significant	0,05

Sumber : lampiran 9 telah diolah.

Dari tabel 4.9 di atas, maka diperoleh persamaan regresi linier berganda, yaitu :  $y = 8,466 + 1,269x_1 + 0,326x_2 + 3,712$ . Dari persamaan regresi berganda tersebut di atas, dapat dijelaskan, yaitu :

Nilai konstanta (a) sebesar 8,466, artinya apabila variabel bebas tersebut sama dengan konstan, maka diprediksikan kepuasan nasabah (Y) sebesar 8,466 satuan. Nilai koefisien regresi untuk nilai kualitas produk (x<sub>1</sub>) sebesar 1,269, berarti jika nilai kualitas produk (x<sub>1</sub>) naik satu satuan, maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 1,269 satuan. Nilai koefisien regresi untuk nilai layanan (x<sub>2</sub>) sebesar 0,326, berarti jika nilai layanan (x<sub>2</sub>) naik satu satuan, maka kepuasan nasabah (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,326 satuan.

## 2. Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan tabel 4.13 rekapitulasi hasil analisa regresi berganda di atas, nilai koefisien determinasi berganda (R square) sebesar 0,733, artinya seluruh variabel bebas yaitu kualitas produk (x<sub>1</sub>), layanan (x<sub>2</sub>) dapat menjelaskan



variabel terikat kepuasan nasabah (Y) sebesar 73,30%, sedangkan 26,70% dipengaruhi oleh variabel selain kualitas produk ( $x_1$ ), layanan ( $x_2$ ).

#### 4.2.4. Pengujian Hipotesis

Pada sub bab pengujian hipotesis akan dikemukakan hasil SPSS 11.0 dengan membahas uji F dan uji t, sebagai berikut :

##### 4.2.4.1. Pengujian secara simultan (Uji F)

Untuk mengetahui hubungan atau pengaruh dari variabel bebas secara simultan atau keseluruhan terhadap variabel terikat digunakan uji F. Berdasarkan pada lampiran 9, diketahui analisis varians hubungan secara simultan atau keseluruhan, yaitu :

TABEL 4.8  
ANALISIS VARIANS HUBUNGAN (ANOVA)

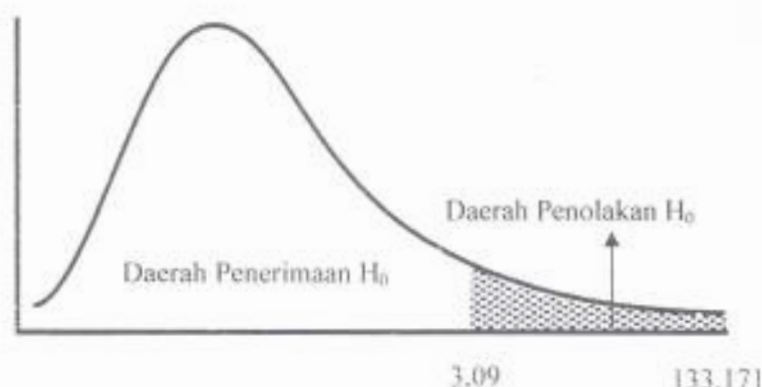
Source	Sum of Squares	D.F.	Mean Square	F	Sig.
Regression	3670,127	2	1835,063	133,171	0,000 <sup>a</sup>
Error	1336,633	97	13,780		
Total	5006,760	99			

Sumber : data lampiran 9.

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, diperoleh nilai  $F_{hitung} (133,171) > F_{tabel}$  pada df pembilang 2 dan df penyebut 97 sebesar 3,09, artinya ada pengaruh secara serempak variabel kualitas produk ( $x_1$ ), layanan ( $x_2$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y).



GAMBAR 4.2  
KURVA UJI F



#### 4.2.4.2. Pengujian secara parsial (Uji t)

Untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial atau individu terhadap variabel terikat digunakan analisis uji t. Dalam tabel 4.9 di atas merupakan tampilan hubungan regresi antara variabel bebas dengan variabel terikat dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Pengaruh secara parsial antara variabel kualitas produk ( $x_1$ ) terhadap variabel terikat kepuasan nasabah (Y).

Langkah-langkah pengujian :

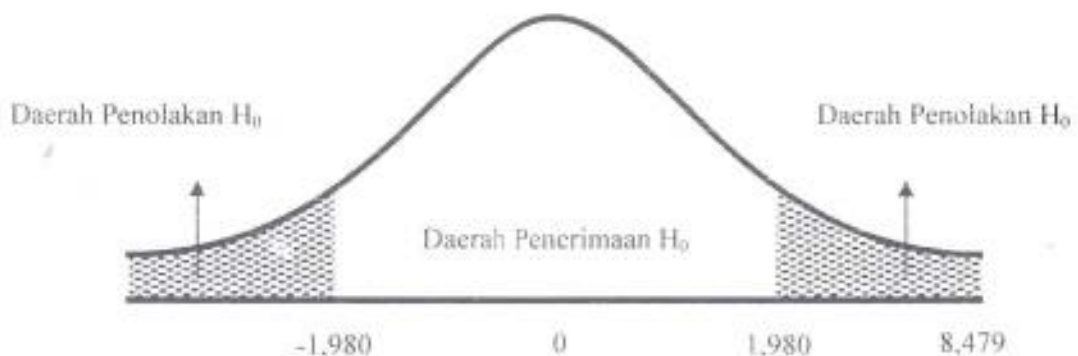
- a.  $H_0 : b_1 = 0$  (tidak ada pengaruh)  
 $H_1 : b_1 \neq 0$  (ada pengaruh)
- b. *Level of significant* =  $0,05/2 = 0,025$
- c.  $t_{\text{tabel}}$  pada  $df = 97$  sebesar 1,980

Dari perhitungan didapat  $t_{\text{hitung}} (8,479) > t_{\text{tabel}} (1,980)$ , maka  $H_0$  ditolak pada *level of significant* 5%, sehingga secara parsial variabel kualitas produk ( $x_1$ ) berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah (Y).



Nilai koefisien parsial untuk variabel kualitas produk ( $x_1$ ) sebesar 0,652 berarti bahwa variabel kualitas produk ( $x_1$ ) cukup mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah ( $Y$ ) sebesar 65,20%.

GAMBAR 4.3  
KURVA UJI  $t$  UNTUK VARIABEL KUALITAS PRODUK ( $x_1$ )



2. Pengaruh secara parsial antara variabel layanan ( $x_2$ ) terhadap variabel terikat kepuasan nasabah ( $Y$ ).

Langkah-langkah pengujian :

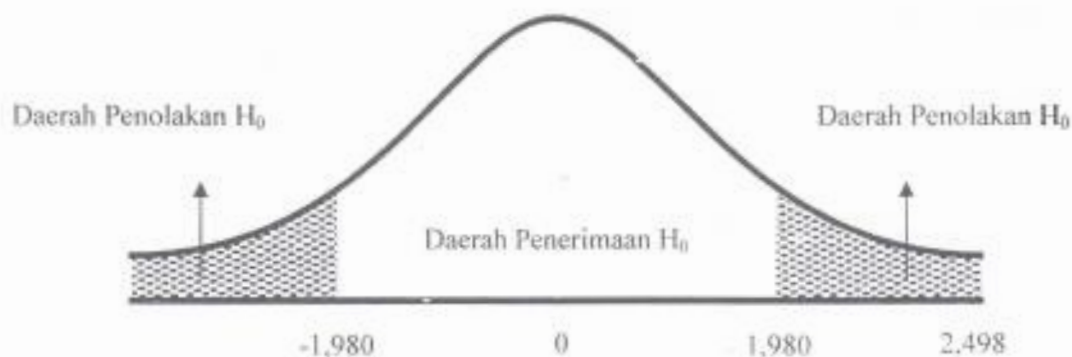
- $H_0 : b_2 = 0$  (tidak ada pengaruh)  
 $H_1 : b_2 \neq 0$  (ada pengaruh)
- Level of significant* =  $0,05/2 = 0,025$
- $t_{\text{tabel}}$  pada  $df = 97$  sebesar 1,980

Dari perhitungan didapat  $t_{\text{hitung}} (2,498) > t_{\text{tabel}} (1,980)$ , maka  $H_0$  ditolak pada *level of significant* 5%, sehingga secara parsial variabel layanan ( $x_2$ ) berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ).

Nilai koefisien parsial untuk variabel layanan ( $x_2$ ) sebesar 0,246 berarti bahwa variabel layanan ( $x_2$ ) mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah ( $Y$ ) sebesar 24,60%.



GAMBAR 4.4  
KURVA UJI  $t$  UNTUK VARIABEL LAYANAN ( $x_2$ )



Berdasarkan dari uji hipotesis yang terlihat pada tabel 4.7, bahwa variabel yang paling dominan yaitu variabel kualitas produk ( $x_1$ ) yang mana nilai koefisien regresi sebesar 1,269 lebih besar dibandingkan nilai koefisien regresi variabel layanan ( $x_2$ ) sebesar 0,326.

#### 4.2.4.3. Analisis Asumsi Klasik

Pada asumsi klasik ini, dikemukakan 4 uji asumsi klasik sebagai berikut :

##### 1. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil SPSS lampiran 9 pada tabel *coefficients* kolom *collinearity statistics* menunjukkan nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) kualitas produk ( $x_1$ ) sebesar 2,410 yang memiliki nilai tolerance 0,415 mendekati 1, maka model regresi tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas kualitas produk ( $x_1$ ). Dan nilai VIF layanan ( $x_2$ ) sebesar 2,410 yang memiliki nilai tolerance 0,415 mendekati 1, maka model regresi tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas layanan ( $x_2$ ).

##### 2. Uji Heteroskedastisitas

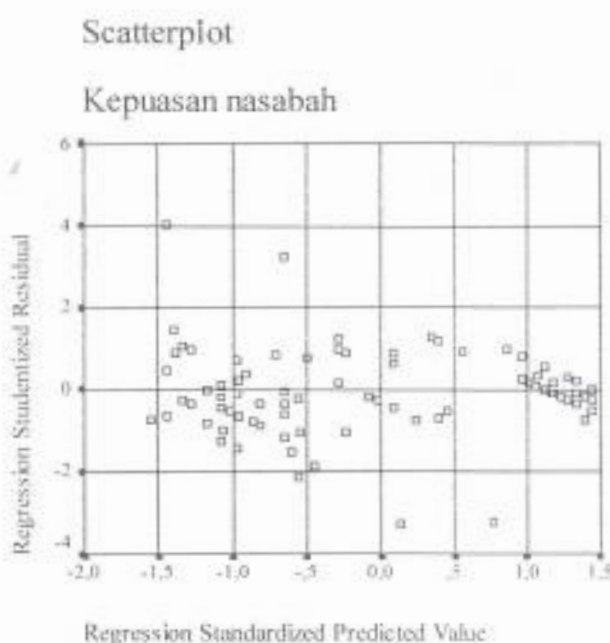
Berdasarkan hasil SPSS 11.0 lampiran 9, pada uji heteroskedastisitas dengan gambar grafik *Scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik (*point-point*)





yang ada tidak membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), artinya tidak terjadi heteroskedastisitas.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.5 mengenai Scatterplot sebagai berikut :



### 3. Uji Normalitas

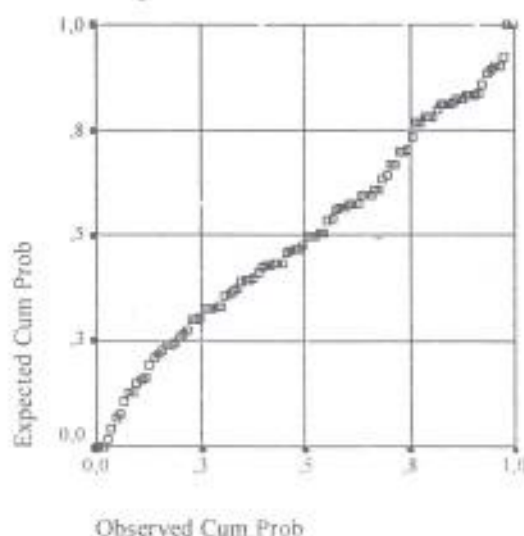
Berdasarkan hasil SPSS 11.0 lampiran 9, pada uji normalitas dengan gambar kurva P-P plot menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, artinya diperoleh distribusi normal.

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.6 mengenai P-P plot sebagai berikut :



## Normal P-P Plot of Regression Sta

## Kepuasan nasabah



#### 4. Uji Otokorelasi

Berdasarkan hasil SPSS 11.0 lampiran 9, diketahui pada tabel *model summary* yaitu pada nilai Durbin-Watson (dw) sebesar 0,674, artinya tidak ada autokorelasi dalam model regresi tersebut dikarenakan nilai Durbin-Watson (dw) sebesar 0,674 diantara -2 sampai +2.

#### 4.3. Pembahasan

Berdasarkan pengujian hipotesis mengenai kualitas produk ( $x_1$ ), layanan ( $x_2$ ), terhadap kepuasan nasabah (Y), yaitu :

1. Dari uji validitas untuk kualitas produk ( $x_1$ ) terdapat 6 item yang signifikansi dianggap valid. Uji validitas untuk layanan ( $x_2$ ) terdapat 5 item yang signifikansi dianggap valid. Dan uji validitas untuk kepuasan nasabah (Y) terdapat 10 item yang signifikansi dianggap valid.



2. Dari uji reliabilitas untuk kualitas produk ( $x_1$ ) menunjukkan bahwa uji reliabilitas  $r_{hitung}$  variabel kualitas produk ( $x_1$ )  $0,8691 > r_{tabel}$   $0,256$ , maka dikatakan item-item kuesioner menunjukkan hasil yang reliabilitas. Dari uji reliabilitas untuk layanan ( $x_2$ ) menunjukkan bahwa uji reliabilitas  $r_{hitung}$  variabel layanan ( $x_2$ )  $0,9154 > r_{tabel}$   $0,256$ , maka dikatakan item-item kuesioner menunjukkan hasil yang reliabilitas. Dari uji reliabilitas untuk kepuasan nasabah (Y) menunjukkan bahwa uji reliabilitas  $r_{hitung}$  variabel kepuasan nasabah (Y) sebesar  $0,9601 > r_{tabel}$   $0,256$ , maka dikatakan item-item kuesioner menunjukkan hasil yang reliabilitas.
3. Hasil uji F didapat  $F_{hitung}$  (133,171) dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena probabilitas (0,000) jauh lebih kecil dari 0,05, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi kepuasan nasabah.
4. Hasil nilai koefisien regresi untuk variabel bebas kualitas produk ( $x_1$ ) 1,269 merupakan variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Nilai koefisien regresi untuk variabel bebas layanan ( $x_2$ ) 0,326 merupakan variabel bebas yang berpengaruh terhadap variabel kepuasan nasabah (Y). Jadi, dari kedua variabel bebas yang diteliti ternyata variabel bebas kualitas produk ( $x_1$ ) memiliki pengaruh paling dominan karena nilai koefisien regresi 1,269 lebih besar dibandingkan nilai koefisien regresi variabel kualitas produk ( $x_1$ ) 0,326.
5. Hasil nilai  $t_{hitung}$  variabel bebas kualitas produk ( $x_1$ ) (8,479)  $> t_{tabel}$  (1,980), artinya terdapat pengaruh kualitas produk ( $x_1$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y). Signifikan yang diperoleh  $0,000 < \alpha_{0,05}$ , artinya terdapat pengaruh variabel bebas kualitas



produk ( $x_1$ ) dengan kepuasan nasabah (Y). Nilai  $t_{hitung}$  variabel bebas layanan ( $x_2$ ) (2,498) >  $t_{tabel}$  (1,980), artinya terdapat pengaruh layanan ( $x_2$ ) terhadap kepuasan nasabah (Y). Signifikan yang diperoleh  $0,000 < \alpha_{0,05}$ , artinya terdapat pengaruh variabel bebas layanan ( $x_2$ ) dengan kepuasan nasabah (Y).

6. Hasil nilai koefisien parsial variabel bebas kualitas produk ( $x_1$ ) 0,652, artinya variasi (perubahan) variabel bebas kualitas produk ( $x_1$ ) cukup mampu menjelaskan variasi (perubahan) kepuasan nasabah (Y) sebesar 65,20%. Nilai koefisien parsial variabel bebas layanan ( $x_2$ ) 0,2462, artinya variasi (perubahan) variabel bebas layanan ( $x_2$ ) mampu menjelaskan variasi (perubahan) kepuasan nasabah (Y) 24,60%.
7. Dari nilai VIF variabel bebas kualitas produk ( $x_1$ ), layanan ( $x_2$ ) 2,410 dan nilai tolerance mendekati 1, artinya model regresi tidak terdapat multikolinieritas antar variabel bebas kualitas produk ( $x_1$ ), layanan ( $x_2$ ).
8. Uji heteroskedastisitas ditunjukkan dengan gambar *Scatterplot* bahwa titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), artinya telah terjadi heteroskedastisitas.
9. Hasil uji normalitas ditunjukkan dengan gambar P-P plot bahwa titik-titik menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal, artinya diperoleh distribusi normal.
10. Hasil *model summary* yaitu pada nilai Durbin-Watson sebesar 1,487, artinya tidak ada autokorelasi dalam model regresi tersebut dikarenakan nilai Durbin-Watson (dw) sebesar 1,487 diantara -2 sampai +2.

