

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perusahaan

a. Sejarah PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk.

Dengan maksud mendidik masyarakat agar gemar menabung, pemerintah Hindia Belanda melalui Koninklijk Besluit No.27 tanggal 16 Oktober 1897 mendirikan POSTSPAARBANK, yang kemudian terus hidup dan berkembang serta tercatat hingga tahun 1939 telah memiliki 4 Cabang yaitu Jakarta, Medan, Surabaya dan Makassar. Pada tahun 1940 kegiatannya terganggu, sebagai akibat atas penyerbuan Jerman atas Netherland yang menyebabkan penarikan tabungan besar-besaran dalam waktu yang relatif singkat (*rush*). Namun demikian, keadaan keuangan POSTSPAARBANK pulih kembali pada tahun 1941.

Tahun 1942 Hindia Belanda menyerah tanpa syarat kepada Pemerintah Jepang. Jepang membekukan kegiatan POSTSPAARBANK dan mendirikan TYOKIN KYOKU sebuah bank yang bertujuan untuk menarik dana masyarakat melalui tabungam. Usaha pemerintah jepang ini tidak sukses karena dilakukan dengan paksaan. TYOKIN KYOKU hanya mendirikan satu Cabang yaitu Cabang Yokyakarta.

Proklamasi kemerdekaan R.I 17-08-1945 telah memberikan inspirasi kepada Bp.Darmosoetanto untuk memprakarsai pengambilalihan TYOKIN KYOKU dari Pemerintah Jepang ke Pemerintah R.I dan terjadilah penggantian nama menjadi KANTOR TABUNGAN POS. Bp.Darmosoetanto ditetapkan oleh Pemerintah R.I menjadi Direktur yang pertama. Tugas pertama KANTOR TABUNGAN POS adalah melakukan penukaran uang Jepang dengan Uang Republik Indonesia (ORI). Tetapi kegiatan KANTOR TABUNGAN POS tidak berumur panjang, karena agresi Belanda (Desember 1946) menyebabkan didudukinya semua kantor, termasuk kantor Cabang dari KANTOR TABUNGAN POS hingga tahun 1949. Saat KANTOR TABUNGAN POS dibuka kembali (1949), nama KANTOR TABUNGAN POS diganti menjadi BANK TABUNGAN RI. Sejak kelahirannya dan sampai berubah nama Bank Tabungan Pos RI, lembaga ini bernaung di bawah Kementerian Perhubungan.

Banyak kejadian bernilai sejarah sejak tahun 1950 tetapi yang substantif bagi sejarah PT. BTN adalah dikeluarkannya UU Darurat No.9 th. 1950 tgl 9 februari 1950 yang mengubah nama "POSTSPAAR BANK INDONESIA" berdasarkan Staatsblat No. 295 th. 1941 menjadi BANK TABUNGAN POS dan memindahkan induk kementerian dari Kementerian Perhubungan ke Kementerian Keuangan di bawah Menteri Urusan Bank Sentral.

Walupun dengan UU Darurat tersebut masih bernama BANK TABUNGAN POS, tetapi tanggal 9 Februari 1950 ditetapkan sebagai hari dan tanggal lahir BANK TABUNGAN NEGARA. Nama Bank Tabungan Pos menurut UU Darurat tersebut dikukuhkan dengan UU No. 36 th. 1953 tanggal 18 Desember 1953. Perubahan nama dari Bank Tabungan Pos menjadi BANK TABUNGAN NEGARA didasarkan pada PERPU No. 4 th. 1963 tanggal 22 Juni 1963 yang kemudian dikuatkan dengan UU No. 2 th. 1964 tanggal 25 Mei 1964.

Penegasan status BANK TABUNGAN NEGARA sebagai bank milik negara ditetapkan dengan UU No. 20. th. 1968 tanggal 19 Desember 1968. yang sebelumnya (sejak th. 1964) BANK TABUNGAN NEGARA menjadi BNI Unit V. Jika tugas utama saat pendirian POSTSPAARBANK (1897) sampai dengan BANK TABUNGAN NEGARA (1968) adalah bergerak dalam lingkup penghimpunan dana masyarakat melalui tabungan, maka sejak tahun 1974 BANK TABUNGAN NEGARA ditambah tugasnya yaitu memberikan pelayanan KPR dan untuk pertama kalinya penyaluran KPR terjadi pada tanggal 10 Desember 1976. Karena itulah tanggal 10 Desember diperingati sebagai hari KPR bagi PT. BTN.

Bentuk Hukum PT. BTN mengalami perubahan lagi pada th. 1992, yaitu dengan dikeluarkannya PP No. 24 th. 1992 tanggal 29

April 1992 yang merupakan pelaksanaan dari UU no. 7 th.1992 bentuk hukum PT. BTN menjadi Perusahaan Perseroan. Sejak itu nama PT. BTN menjadi BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) dengan call name PT. BTN. Berdasarkan kajian konsultasi independent, Price Waterhouse Coopers, pemerintah melalui Menteri BUMN dalam surat nomor S-554/M-MBU/2002 tanggal 21 Agustus 2002 merumuskan PT. BTN sebagai Bank Umum dengan fokus bisnis pembiayaan perumahan tanpa subsidi.

b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi Bank BTN

Menjadi Bank yang terkemuka dalam pembiayaan perumahan

Misi Bank BTN

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

e) Mempedulikan kepentingan masyarakat dan lingkungan.

c. Kegiatan Usaha Perusahaan

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) merupakan bank umum milik pemerintah yang memiliki beberapa kegiatan usaha, yaitu :

1) Produk Dana

- a) Tabungan Batara
- b) Tabungan E-Batara Pos
- c) Tabungan Haji Nawaitu
- d) Tabungan Batara Prima
- e) Giro
- f) Deposito Berjangka

2) Jasa dan Layanan

- a) ATM Batara
- b) Kiriman Uang
- c) Inkaso
- d) *Money Changer*
- e) Inkaso Luar Negeri (*Collection*)
- f) *Save Deposit Box* (SDB)
- g) Bank Garansi
- h) RTGS (*Real Time Gross Settlement*)
- i) Penerimaan Biaya Perjalanan Haji (BPIH)
- j) SMS Batara
- k) Batara *Payroll*

l) *Payment Poin*

m) *SPP Online*

3) Produk Kredit

a) KPR Bersubsidi

b) KPR Griya Utama

c) KPR Platinum

d) Kredit Pemilik Apartemen (KPA)

e) Kredit Pemilik Ruko (KP RUKO)

f) Kredit Griya Multi

g) Kredit Swa Griya

h) Kredit Swadana

i) Kredit Perumahan Perusahaan (KPP)

j) *Real Cash*

k) Kredit Ringan Batas (KRB)

l) Kredit Usaha Mikro dan Kecil (KUMK)

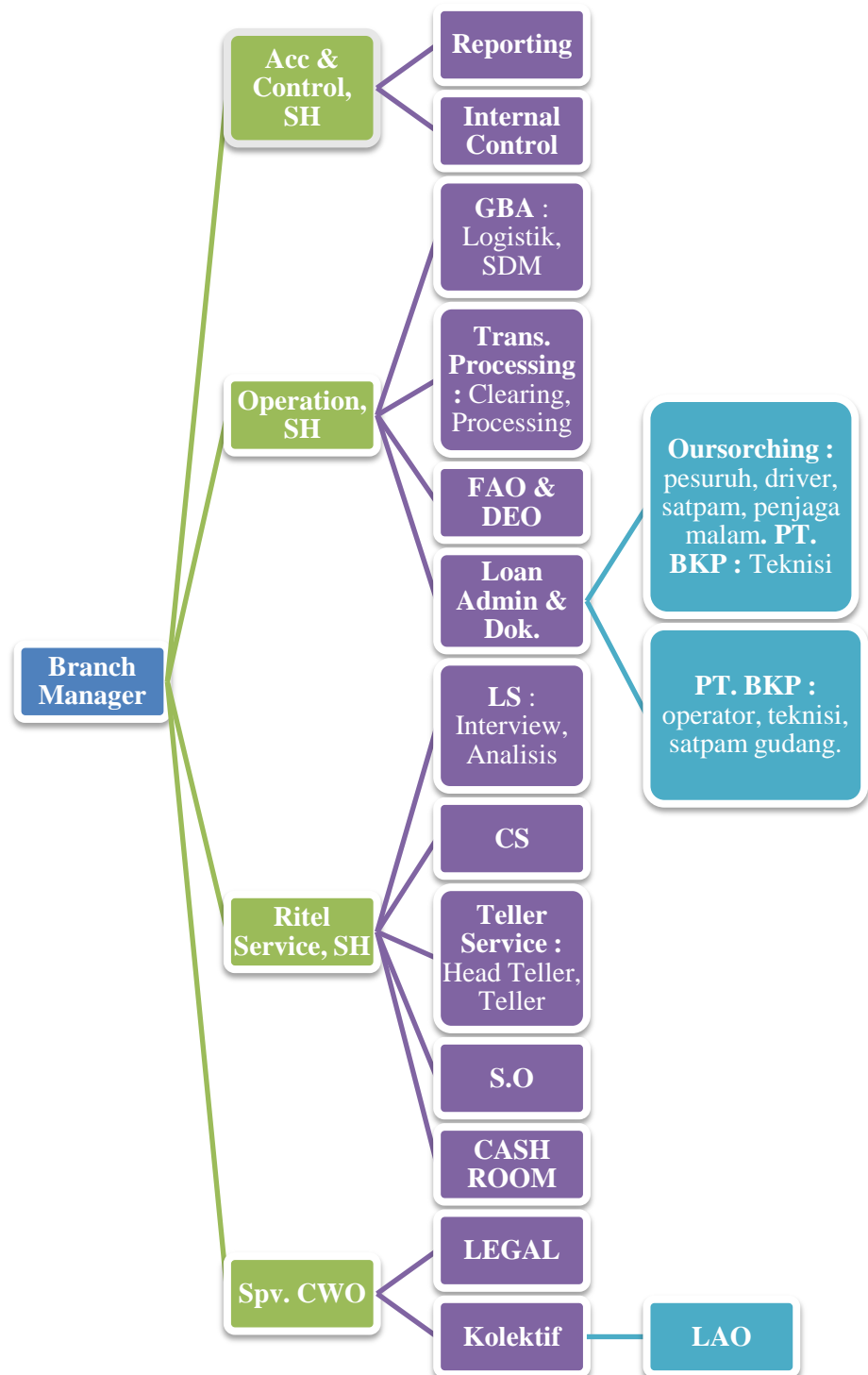
m) Kredit Yasa Griya

n) Kredit Pendukung Perumahan

o) Kredit Modal Kerja Kontraktor

p) Kredit Investasi

d. Struktur Organisasi



Gambar 4.1
Struktur Organisasi PT. BTN (Persero) Tbk.

e. Model Organisasi

Struktur organisasi diatas dapat menggambarkan model organisasi yang digunakan PT. BTN, yaitu merupakan campuran dari model pyramidal birokrasi dan model lingkaran demokrasi. Ada kriteria yang menjelaskan dari kedua model tersebut. Penerapan model organisasi pyramidal birokrasi dapat dilihat dari beberapa faktor, yaitu :

- 1) Dominasi kekuasaan terbagi secara hierarkis dari pucuk pimpinan sampai ke staf bawah an struktur demikian arus perintah mengalir dari atas ke bawah, sedangkan arus pertanggungjawaban mengalir dari arah sebaliknya.
- 2) Adanya tugas-tugas rutin dalam kondisi stabil.
- 3) Adanya spesialisasi tugas
- 4) Penekanan pada tanggungjawab
- 5) Kepatuhan pada komando

Sedangkan prinsip-prinsip yang diambil dari model lingkaran demokrasi antar lain :

- 1) Pemanfaatan pengetahuan khusus dalam tugas
- 2) Semua anggota organisasi berkontribusi dalam pemecahan masalah organisasi
- 3) Pengetahuan bukan hanya dominasi atasan tetapi juga dimiliki oleh bawahan
- 4) Hubungan ramah, intim dan terbuka dalam penyampaian saran.

f. Budaya Organisasi

PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Menerapkan budaya organisasi dengan slogan “POLA PRIMA”. Yang dimaksud dengan pola prima adalah :

- 1) **P**elayanan prima (*Service Excellence*) : ramah, sopan, bersahabat, peduli, pro aktif, cepat tanggap.
- 2) **I**nOvasi (*Innovation*) : berinisiatif melakukan penyempurnaan, beorientasi menciptakan nilai tambah.
- 3) **k**eteLAdanan (*Role Model*) : menjadi contoh dalam berperilaku baik dan benar, memotivasi penerapan nilai-nilai budaya kerja.
- 4) **P**rofesionalisme : kompeten, bertanggungjawab, bekerja cerdas, tuntas.
- 5) **I**ntegritas : konsisten, disiplin, jujur, berdedikasi.
- 6) **K**erjasa**M**A : tulus, terbuka, saling percaya, menghargai.

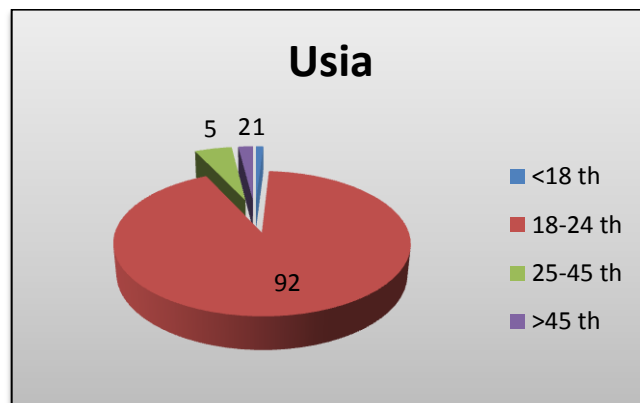
2. Gambaran Umum Responden

Penyajian data karakteristik responden berguna untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik responden dalam penelitian ini. Karakteristik responden tersebut diantaranya usia, jenis kelamin, status, pendidikan terakhir, pekerjaan, penghasilan, lama menjadi nasabah, alasan memilih BTN, layanan yang dilakukan serta kunjungan yang dilakukan. Berikut rangkuman data mengenai karakteristik responden yang akan dianalisis dibawah ini :

a. Identifikasi Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.1 Usia

Usia	Frequency	Percent
<18 th	1	1%
18-24 th	92	92%
25-45 th	5	5%
>45 th	2	2%
Total	100	100%



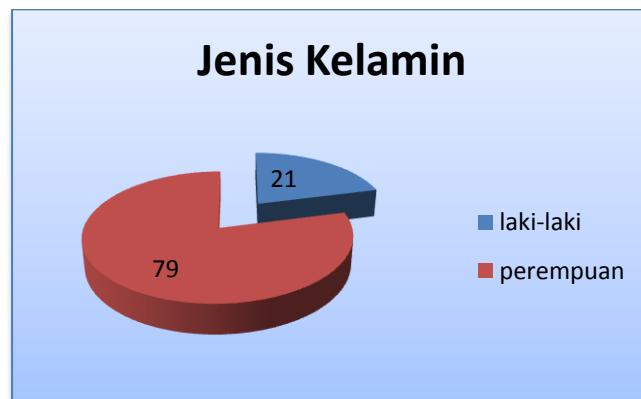
Gambar 4.2 Usia

Dari hasil tabel dan grafik diatas dapat diketahui bahwa dari seluruh total sampel yang ada, yakni sebanyak 100 responden terdapat 92 atau sekitar 92% nasabah Bank Tabungan Negara yang berusia 18-24 tahun. Terdapat 5 atau sekitar 5% nasabah Bank Tabungan negara yang berusia 25-45 tahun. Terdapat 2 atau sekitar 2% nasabah Bank Tabungan Negara yang berusia lebih dari 45 tahun. Dan terdapat 1 atau sekitar 1% nasabah Bank Tabungan Negara yang berusia kurang dari 18 tahun.

b. Identifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frequency	Percent
Laki-Laki	21	21%
Perempuan	79	79%
Total	100	100%



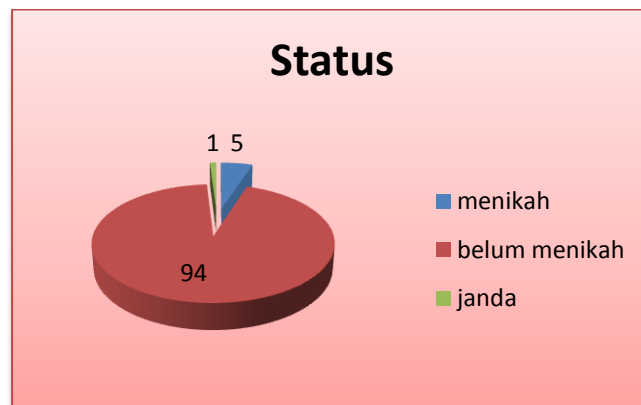
Gambar 4.3 Jenis Kelamin

Dari hasil tabel dan grafik diatas dapat diketahui bahwa dari seluruh total sampel yang ada, yakni sebanyak 100 responden terdapat 79 atau sekitar 79% nasabah Bank Tabungan Negara yang berjenis kelamin perempuan dan terdapat 21 atau sekitar 21% nasabah yang berjenis kelamin laki-laki.

c. Identifikasi Responden Berdasarkan Status

Tabel 4.3 Status

Status	Frequency	Percent
Menikah	5	5%
Belum Menikah	94	94%
Janda	1	1%
Total	100	100%



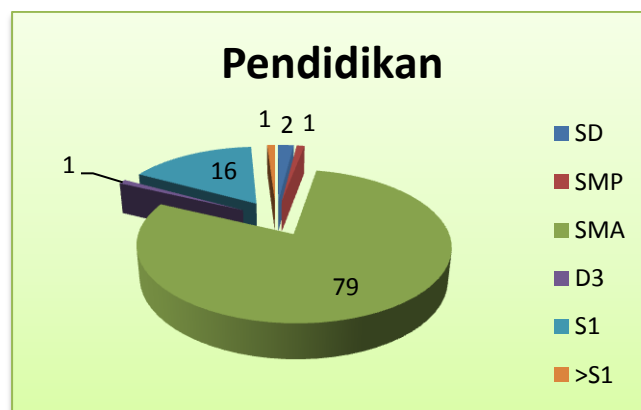
Grafik 4.4 Status

Dari hasil tabel dan grafik diatas dapat diketahui bahwa dari seluruh total sampel yang ada, yakni sebanyak 100 responden terdapat 94 atau 94% nasabah Bank Tabungan Negara yang memiliki status belum menikah. Terdapat 5 atau sekitar 5% nasabah Bank Tabungan Negara yang telah menikah dan terdapat 1 atau 1% nasabah Bank Tabungan Negara yang memiliki status sebagai janda.

d. Identifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

Tabel 4.4 Pendidikan

Pendidikan	Frequency	Percent
SD	2	2%
SMP	1	1%
SMA	79	79%
D3	1	1%
S1	16	16%
>S1	1	1%
Total	100	100%



Gambar 4.5 Pendidikan

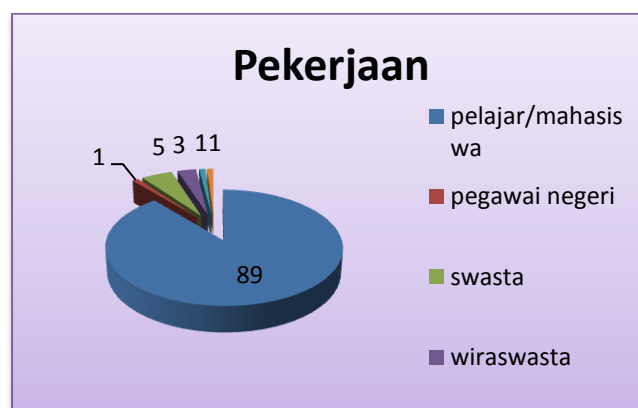
Dari hasil tabel dan grafik diatas dapat diketahui bahwa dari seluruh total sampel yang ada, yakni sebanyak 100 responden terdapat 79 atau sekitar 79% nasabah Bank Tabungan Negara yang berpendidikan terakhir Sekolah Menengah Atas. Terdapat 16 atau sekitar 16% nasabah Bank Tabungan Negara yang berpendidikan terakhir Sarjana. Terdapat 2 nasabah Bank Tabungan Negara yang berpendidikan terakhir Sekolah Dasar. Terdapat terdapat 1 atau sekitar

1% nasabah Bank Tabungan Negara yang berpendidikan terakhir Sekolah Menengah Pertama. Terdapat 1 atau 1% nasabah Bank Tabungan Negara yang berpendidikan terakhir Diploma. Dan terdapat 1 atau sekitar 1% nasabah Bank Tabungan Negara yang berpendidikan terakhir diatas Sarjana atau S2.

e. Identifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.5 Pekerjaan

Pekerjaan	Frequency	Percent
Pelajar/Mahasiswa	89	89%
Pegawai Negeri	1	1%
Swasta	5	5%
Wiraswasta	3	3%
Ibu Rumah Tangga	1	1%
Petani	1	1%
Total	100	100%



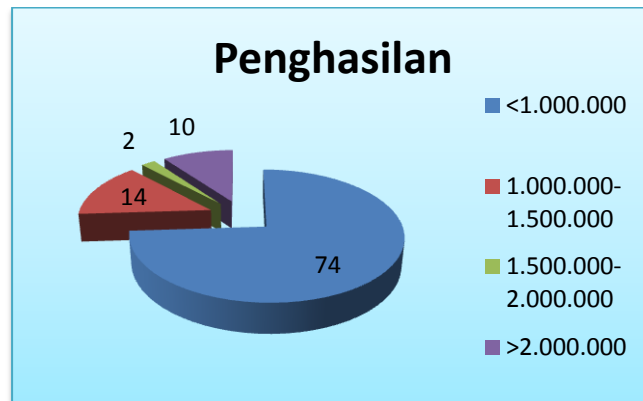
Gambar 4.6 Pekerjaan

Dari hasil tabel dan grafik diatas dapat diketahui bahwa dari seluruh total sampel yang ada, yakni sebanyak 100 responden terdapat 79 atau sekitar 79% nasabah Bank Tabungan Negara yang pekerjaannya sebagai pelajar atau mahasiswa. Terdapat 5 atau sekitarr 5% nasabah Bank Tabungan Negara yang bekerja sebagai pegawai swasta. Terdapat 3 atau sekitar 3% nasabah Bank Tabungan Negara bekerja sebagai wiraswasta. Terdapat 1 atau 1% nasabah Bank Tabungan Negara yang bekerja ssebagai petani. Dan terdapat 1 atau sekitar 1% nasabah Bank Tabungan Negara yang bekerja sebagai ibu rumah tangga.

f. Identifikasi Responden Berdasarkan Penghasilan

Tabel 4.6 Penghasilan

Penghasilan	Frequency	Percent
<1.000.000	74	74%
1.000.000-1.500.000	14	14%
1.500.000-2.000.000	2	2%
>2.000.000	10	10%
Total	100	100%



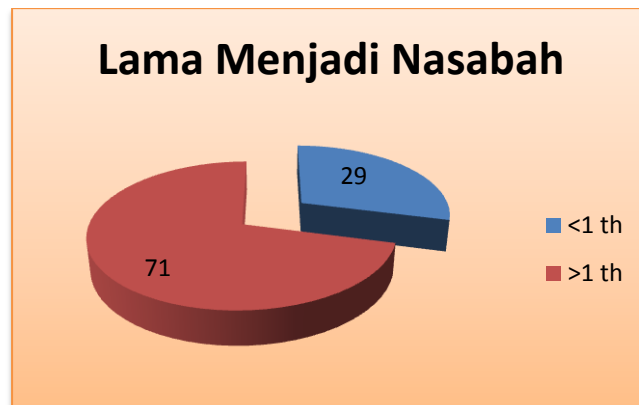
Gambar 4.7 Penghasilan

Dari hasil tabel dan grafik diatas dapat diketahui bahwa dari seluruh total sampel yang ada, yakni sebanyak 100 responden terdapat 74 atau sekitar 74% nasabah Bank Tabungan Negara yang berpenghasilan kurang dari 1.000.000. Terdapat 14 atau sekitar 14% nasabah Bank Tabungan Negara yang berpenghasilan 1.000.000 s/d 1.500.000. Terdapat 10 atau sekitar 10% nasabah Bank Tabungan Negara yang berpenghasilan lebih dari 2.000.000. Dan terdapat pula 2 atau sekitar 2% nasabah Bank Tabungan Negara yang berpenghasilan 1.500.000 s/d 2.000.000.

g. Identifikasi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.7 Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Frequency	Percent
<1 th	29	29%
>1 th	71	71%
Total	100	100%



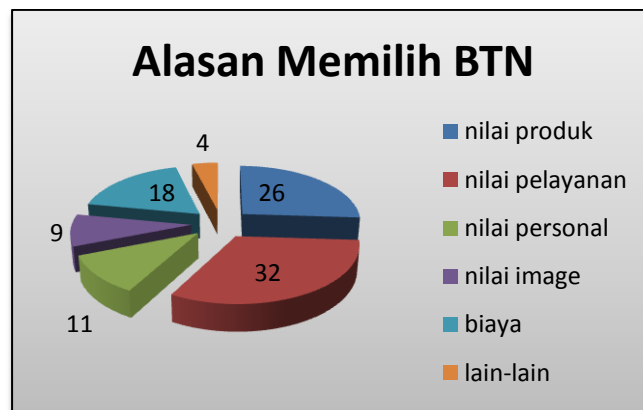
Gambar 4.8 Lama Menjadi Nasabah

Dari hasil tabel dan grafik diatas dapat diketahui bahwa dari seluruh total sampel yang ada, yakni sebanyak 100 responden terdapat 71 atau sekitar 71% nasabah Bank Tabungan Negara yang telah menjadi nasabah selama lebih dari 1 tahun. Dan terdapat 29 atau sekitar 29% nasabah Bank Tabungan Negara yang telah menjadi nasabah selama kurang dari 1 tahun.

h. Identifikasi Responden Berdasarkan Alasan Memilih BTN

Tabel 4.8 Alasan Memilih BTN

Alasan Memilih BTN	Frequency	Percent
Nilai Produk	26	26%
Nilai Pelayanan	32	32%
Nilai Personal	11	11%
Nilai Image	9	9%
Biaya	18	18%
Lain-Lain	4	4%
Total	100	100%



Gambar 4.9 Alasan Memilih BTN

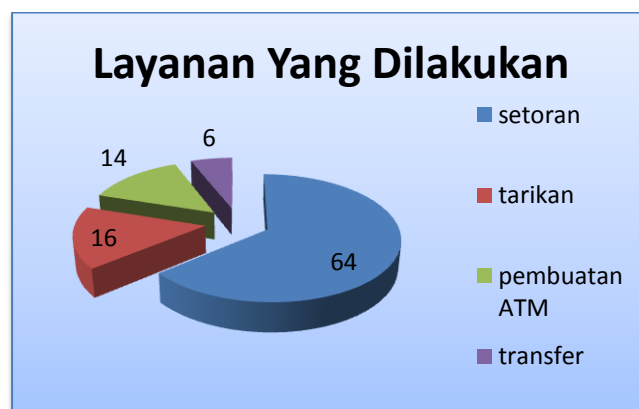
Dari hasil tabel dan grafik diatas dapat diketahui bahwa dari seluruh total sampel yang ada, yakni sebanyak 100 responden terdapat 32 atau sekitar 32% nasabah Bank Tabungan Negara yang memilih BTN karena nilai pelayanan. Terdapat 26 atau sekitar 26% nasabah Bank Tabungan Negara yang memilih BTN karena nilai produk. Terdapat 18 atau sekitar 18% nasabah Bank Tabungan Negara yang memilih BTN karena biaya. Terdapat 11 atau sekitar 11% nasabah

Bank Tabungan Negara yang memilih BTN karena nilai personal. Terdapat 9 atau sekitar 9% nasabah Bank Tabungan Negara yang memilih BTN karena nilai image. Dan terdapat 4 atau sekitar 4% nasabah Bank Tabungan Negara yang memilih BTN karena terdapat pilihan lain.

i. Identifikasi Responden Berdasarkan Layanan yang Dilakukan

Tabel 4.9 Layanan Yang Dilakukan

Layanan Yang Dilakukan	Frequency	Percent
Setoran	64	64%
Tarikan	16	16%
Pembuatan ATM	14	14%
Transfer	6	6%
Total	100	100%



Gambar 4.10 Layanan Yang Dilakukan

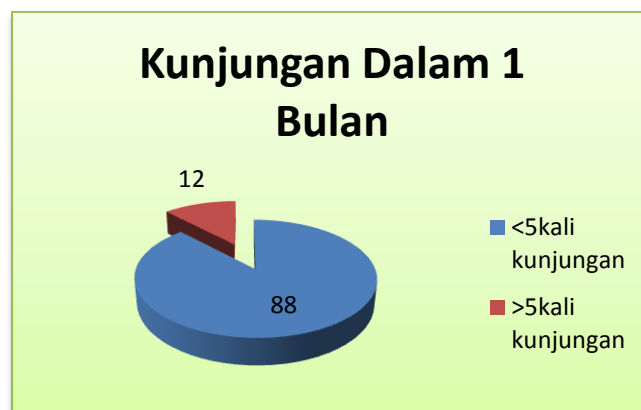
Dari hasil tabel dan grafik diatas dapat diketahui bahwa dari seluruh total sampel yang ada, yakni sebanyak 100 responden terdapat

64 atau sekitar 64% nasabah Bank Tabungan Negara melakukan layanan seperti setoran. Terdapat 16 atau sekitar 16% nasabah Bank Tabungan Negara yang melakukan dengan tarikan tunai. Terdapat 14 atau sekitar 14% nasabah Bank Tabungan Negara yang melakukan pembuatan ATM. Dan terdapat 6 atau sekitar 6% nasabah Bank Tabungan Negara yang melakukan layanan seperti transfer.

j. Identifikasi Responden Berdasarkan Kunjungan dalam 1 Bulan

Tabel 4.10 Kunjungan Dalam 1 Bulan

Kunjungan Dalam 1 Bulan	Frequency	Percent
<5kali Kunjungan	88	88%
>5kali Kunjungan	12	12%
Total	100	100%



Gambar 4.11 Kunjungan Dalam 1 Bulan

Dari hasil tabel dan grafik diatas dapat diketahui bahwa dari seluruh total sampel yang ada, yakni sebanyak 100 responden terdapat 88 atau sekitar 88% nasabah Bank Tabungan Negara yang berkunjung kurang dari 5 kali dalam 1 bulan. Dan terdapat 12 atau sekitar 12% nassabah Bank Tabungan Negara yang berkunjung lebih dari 5 kali dalam 1 bulan.

3. Persiapan dan Pelaksanaan Penelitian

a. Persiapan Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, langkah awal yang perlu dilakukan oleh peneliti adalah persiapan penelitian terlebih dahulu untuk meminimalisir kendala yang akan terjadi ketika melaksanakan penelitian di lapangan. Persiapan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini meliputi penyusunan instrumen penelitian, penentuan skoring alat ukur serta persiapan administrasi. Namun sebelum persiapan penelitian ini dilakukan ada tahap-tahap lain yang harus dilakukan yaitu: pertama, merumuskan masalah yang akan dikaji dan menentukan tujuan yang akan dicapai dari penelitian tersebut. Setelah rumusan masalah dan tujuan penelitian ini tercapai, selanjutnya peneliti melakukan survey awal dalam kaitannya dengan upaya pendekatan yang dilakukan peneliti terhadap pihak manajemen perusahaan mengenai kemungkinan boleh tidaknya diadakan penelitian ini.

Langkah selanjutnya adalah melakukan studi pustaka. Pada tahap ini, peneliti mencari, mempelajari dan memperdalam aitem literatur-literatur yang relevan baik itu teori, asumsi, maupun data-data terkait yang berupa hasil penelitian terdahulu tentunya yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti untuk mendapatkan landasan teoritis dan menentukan variabel-variabel yang akan diukur serta menganalisa hasil dari perolehan data.

b. Penyusunan Instrumen Penelitian

Terdapat beberapa langkah yang dilakukan dalam penyusunan instrumen penelitian ini yaitu, peneliti terlebih dahulu menentukan indikator-indikator dari variabel penelitian yaitu variabel kualitas pelayanan dan kepuasan yang instrumennya disusun oleh peneliti sendiri berdasarkan landasan teori. Selanjutnya membuat *blue print* yang berisi jumlah prosentase aitem (butir soal) yang digunakan sebagai pedoman untuk membuat kuisisioner.

Setelah *blue print* tersusun lengkap dengan proporsinya, peneliti kemudian membuat aitem-aitem serta dipertimbangkan kelayakannya, lalu disusun sesuai nomor urut yang telah ditentukan.

c. Penentuan Skoring Alat Ukur

Setiap aitem yang disusun dalam kuisisioner diberi nilai masing-masing alternatif jawaban. Dalam penelitian ini digunakan

skala likert, dengan empat alternatif jawaban yaitu sangat setuju, setuju, tidak setuju dan sangat tidak setuju.

d. Persiapan Administrasi

Persiapan administrasi di sini berupa segala hal yang dibutuhkan untuk melaksanakan penelitian ini. Peneliti mempersiapkan dan menggandakan kuisisioner untuk memenuhi jumlah responden yang diperlukan. Setelah persiapan administrasi selesai, maka langkah selanjutnya adalah pelaksanaan persiapan untuk mendapatkan data primer.

e. Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih dua puluh enam hari, yakni mulai tanggal 15 Mei sampai dengan 10 Juni 2014. Penyebaran instrumen penelitian dilakukan dengan cara memberikan kuisisioner kepada nasabah Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya yang sedang menunggu antrian transaksi dan memberikan petunjuk untuk pengisian kuisisioner tersebut.

Setelah semua kuisisioner terkumpul peneliti kemudian melakukan rekap data mengenai identitas subyek dan skoring instrumen untuk persiapan analisis statistik selanjutnya.

4. Deskripsi Hasil Penelitian

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan program *SPSS version 16.0 for windows*. Syarat bahwa item-item tersebut valid adalah nilai *corrected item total correlation* (*r* hitung) lebih besar *r* tabel dimana untuk subyek ketentuan $df = N-2$ pada penelitian ini karena $N = 100$, berarti $100-2=98$ dengan menggunakan taraf 1% maka diperoleh r tabel = 0,257 (Sugiono, 2008).

Hasil pengujian validitas untuk masing-masing item yang diringkas pada tabel berikut ini :

Tabel 4.11

Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Klasifikasi Item			
Item Yang Valid Dan Item Yang Tidak Valid			
Nomor Item	Item Correlation <i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel	Validitas
1	0.525	0.256	Valid
2	0.377	0.256	Valid
3	0.403	0.256	Valid
4	0.679	0.256	Valid
5	0.655	0.256	Valid
6	0.442	0.256	Valid
7	0.316	0.256	Valid
8	0.644	0.256	Valid
9	-0.048	0.256	Tidak Valid
10	0.563	0.256	Valid
11	-0.129	0.256	Tidak Valid
12	0.619	0.256	Valid
13	0.618	0.256	Valid
14	0.746	0.256	Valid
15	0.081	0.256	Tidak Valid
16	0.529	0.256	Valid
17	0.268	0.256	Valid

18	0.533	0.256	Valid
19	0.455	0.256	Valid
20	0.464	0.256	Valid
21	0.515	0.256	Valid
22	0.528	0.256	Valid
23	0.405	0.256	Valid
24	0.359	0.256	Valid
25	0.541	0.256	Valid

Dari 25 item skala kualitas pelayanan yang telah diuji cobakan pada 100 subyek penelitian, maka diperoleh item yang memiliki daya diskriminasi tinggi yaitu item nomor 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24 dan 25.

Tabel 4.12

Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Klasifikasi Item			
Item Yang Valid Dan Item Yang Tidak Valid			
Nomor Item	Item Correlation r hitung	r table	Validitas
1	-0.070	0.256	Tidak Valid
2	0.646	0.255	Valid
3	0.308	0.256	Valid
4	0.596	0.256	Valid
5	0.484	0.256	Valid
6	0.713	0.256	Valid
7	0.438	0.256	Valid
8	0.188	0.256	Tidak Valid
9	0.612	0.256	Valid
10	0.643	0.256	Valid
11	0.602	0.256	Valid
12	0.303	0.256	Valid
13	0.442	0.256	Valid
14	0.537	0.256	Valid
15	0.390	0.256	Valid
16	0.320	0.256	Valid
17	0.187	0.256	Tidak Valid
18	0.488	0.256	Valid
19	0.350	0.256	Valid
20	0.297	0.256	Valid

Dari 20 item skala kepuasan konsumen yang telah diuji cobakan pada 100 subyek penelitian, maka diperoleh item yang memiliki daya diskriminasi tinggi yaitu item nomor 2, 3, 4, 5, 6, 7, 10, 12, 13, 14, 16, 18, 19 dan 20.

b. Uji Reliabilitas

Uji reabilitas adalah pengukur untuk suatu gejala. Semakin tinggi reliabilitas suatu alat ukur, maka semakin stabil alat tersebut untuk digunakan. Menurut Supranto (1999) alat ukur dikatakan *reliable* (handal) kalau dipergunakan untuk mengukur berulang kali dalam kondisi yang relatif sama, akan menghasilkan data yang sama atau sedikit variasi. Tingkat reliabilitas suatu konstruk atau variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik *Cronbach Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $\geq 0,60$ (Ghazali, 2005).

Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkas pada tabel berikut ini :

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Reliabilitas
Kualitas Pelayanan	0,866	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,842	Reliabel

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu \geq

0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

c. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat penyimpangan frekuensi observasi distribusi gejala yang diteliti dari frekuensi teoritik kurva normal, atau dengan kata lain untuk mengetahui normal tidaknya sebaran skor variabel kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah. Uji normalitas data penelitian menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov Goodness of Fit Test*. Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.14

Uji Normalitas Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen

Variabel	Kolmogorov-Smirnov		
	Statistic	df	Sig.
Kualitas Pelayanan	0.102	100	0.013
Kepuasan Konsumen	0.164	100	0.000

Berdasarkan uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* tersebut untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai signifikansi $0.013 \leq 0.05$ yang artinya data tersebut tidak normal. Sedangkan untuk variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai signifikansi $0.000 \leq 0.05$ yang artinya data tersebut tidak normal.

B. Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis Uji Korelasi Kendal Tau dan telah dikemukakan bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya. Untuk melakukan pengujian hipotesis tersebut, maka dilakukan analisis data dengan menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Packages for Social Science*) for windows versi 16.0. Hasil analisis yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel 4.15
Pengujian Hipotesis

			Correlations	
			satu	Dua
Kendall's tau_b	Satu	Correlation Coefficient	1.000	.516**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	100	100
	Dua	Correlation Coefficient	.516**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	100	100

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

Pada tabel Correlations, diperoleh harga koefisien korelasi sebesar 0.516, dengan signifikansi sebesar 0.000. Berdasarkan data tersebut diatas maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan taraf signifikansi (*p-value*) dengan galatnya.

1. Jika signifikasnsi $\geq 0,05$, maka H_0 diterima
2. Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka H_a diterima

Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa koefisien korelasi adalah 0.516 dengan signifikasni 0,000. Karena signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak, berarti H_a diterima. Artinya ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen (nasabah) pada Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya.

C. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan variabel dependennya adalah kepuaan konsumen (nasabah). Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel dengan beberapa karakteristik yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usahanya. Kualitas pelayanan yang diberikan bank juga menjadi salah satu perhtian utama nasabah dalam memilih bank. Pelayanan yang tidak memenuhi kepuasan pelanggan yaitu nasabah bank, dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya nasabah beralih ke bank lain. Sebagai langkah awal dari upaya mendefinisikan tuntutan nasabahnya, maka hal yang harus diperhatikan dan tidak dapat dipisahkan adalah ketersediaan informasi yang menyangkut persepsi dan harapan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak bank.

Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Kualitas layanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expected service*) (Kotler, 1997).

Salah satu tindakan untuk memuaskan konsumen adalah dengan cara memberikan pelayanan kepada konsumen dengan sebaik-baiknya. Kenyataan ini bisa dilihat, bahwa ada beberapa hal yang dapat memberikan kepuasan pelanggan yaitu nilai total pelanggan yang terdiri dari nilai produk, nilai pelayanan, nilai personal, nilai *image* atau citra, dan biaya total pelanggan yang terdiri dari biaya moneter, biaya waktu, biaya tenaga dan biaya pikiran (Kotler, 2000).

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan)

merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004).

Berkaitan dengan hal tersebut diatas maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah pada Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen pada nasabah Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan sangat berhubungan dengan kepuasan konsumen pada nasabah Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya.

Berdasarkan uji normalitas data menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* tersebut untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai signifikansi $0.013 \leq 0.05$ yang artinya data tersebut tidak normal. Sedangkan untuk variabel kepuasan konsumen diperoleh nilai signifikansi $0.000 \leq 0.05$ yang artinya data tersebut tidak normal. Data yang diperoleh tidak berdistribusi normal dikarenakan klasifikasi data demografi yang tersebar tidak merata. Dapat dilihat pada faktor usia yang lebih didominasi berusia 18 hingga 24 tahun sebesar 92%, dengan status pelajar / mahasiswa sebesar 89%.

Ditinjau dari lama atau tidaknya nasabah menjadi pelanggan, kepuasan konsumen berpengaruh didalamnya untuk memberikan persepsi bahwa, semakin lama nasabah menjadi pelanggan maka semakin besar

pula kepuasan kualitas pelayanan yang diberikan. Mengacu pada teori bahwa, saat konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa puas, mereka akan membeli ulang produk atau bertahan lama pada pelayanan jasa yang diberikan.

Pada penelitian ini, nampak bahwa nasabah lebih lama menjadi pelanggan selama lebih dari 1 tahun dengan persentase sebesar 71%. Dapat dinyatakan bahwa mereka telah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan karyawan Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya.

Berdasarkan nilai koefisien korelasi (*Correlations Coefficient*) diperoleh nilai sebesar 0.516, dengan signifikansi sebesar 0.000. Berdasarkan data tersebut diatas maka dapat dilakukan pengujian hipotesis dengan membandingkan taraf signifikansi (*p-value*) dengan galatnya.

1. Jika signifikasni $\geq 0,05$, maka H_0 diterima
2. Jika signifikansi $\leq 0,05$, maka H_a diterima

Dalam penelitian ini dapat dilihat bahwa koefisien korelasi adalah 0.516 dengan signifikasni 0,000. Karena signifikansi $\leq 0,05$, maka H_0 ditolak, berarti H_a diterima. Artinya ada hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen (nasabah) pada Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya.

Dimana harga korelasinya 0.516 bernilai positif, artinya semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan dibarengi dengan semakin tinggi pula

tingkat kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya. Begitu pula sebaliknya, semakin rendah kualitas pelayanan kualitas pelayanan maka akan dibarengi dengan semakin rendah kepuasan nasabah Bank Tabungan Negara KCP UIN Sunan Ampel Surabaya.

Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh Alvi Furwanti Alwie dan Deny Danar Rahayu (2009) dengan judul “Analisis Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*) Terhadap Layanan Hypermart Pekanbaru” yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Nurlitiya (2012) dengan judul “Analisis Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Nav Karaoke Cabang Depok” yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil ini juga sesuai dengan pernyataan Menurut Wyckof yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen (Tjiptono, 2007).

Dari hasil pembahasan diatas, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan yang baik banyak digunakan dan bahkan mendominasi banyak perusahaan untuk dapat lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan. Hal tersebut tidak lain semata-mata untuk mendapatkan kepuasan konsumen agar tidak beralih pada produk atau jasa yang lain.

