

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP KINERJA BANK DIUKUR
DARI METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) PADA PT
BANK NEGARA INDONESIA Tbk JEMBER**

TUGAS AKHIR

*Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Memperoleh Gelar Diploma D-III Pada
Minat Studi Keuangan & Perbankan Program Studi D-3 Keuangan & Perbankan*



Diajukan Oleh:

Luthfi Bilal

NIM: 21010042

**PROGRAM STUDI KEUANGAN & PERBANKAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA JEMBER**

2024

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

INSTITUT TEKNOLOGI & SAINS MANDALA JEMBER

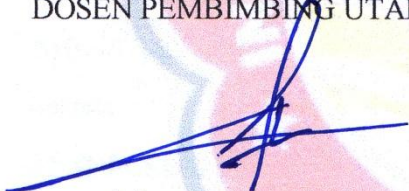
**ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP KINERJA BANK DIUKUR
DARI METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) PADA PT
BANK NEGARA INDONESIA Tbk JEMBER**

NAMA : LUTHFI BILAL
NIM : 21010042
PROGRAM STUDI : D3 KEUANGAN & PERBANKAN
MINAT STUDI : KEUANGAN & PERBANKAN

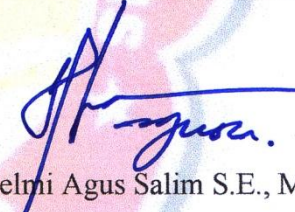
Disetujui oleh :

DOSEN PEMBIMBING UTAMA

DOSEN PEMBIMBING ASISTEN


Mustofa S.E., M.Si


NIDN : 0711017801


Helmi Agus Salim S.E., M.M

NIDN: 0716088303

Mengetahui,

Ketua Program Studi


Mustofa S.E., M.Si

NIDN : 0711017801

ITS MANDALA

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

INSTITUT TEKNOLOGI & SAINS MANDALA JEMBER

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP KINERJA BANK DIUKUR
DARI METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) PADA PT
BANK NEGARA INDONESIA Tbk JEMBER**

Telah dipertahankan dihadapan Tim Penguji Tugas Akhir Pada:

Hari/ Tanggal :

Jam :

Tempat :

Disetujui oleh Tim Penguji Tugas Akhir:

Dr. Yuniorita Indah H, MBA

NIDN. 0012056702

Ketua Penguji

Helmi Agus Salim, S.E., M.M

NIDN.0716088303

Sekretaris Penguji

Mustofa S.E., M.Si

NIDN.07110107801

Anggota Penguji

Mengetahui,

Ketua Program Studi

DE Keuangan & Perbankan

Mustofa S.E., M.Si

NIDN : 0711017801

Dekan

Institut Teknologi & Sains Mandala Jember

Dr. Muhammad Firdaus S.P., M.M., M.P., CIQar

NIDN: 8077101

ITS MANDALA

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Luthfi Bilal
NIM : 21010042
Program Studi : D3 Keuangan & Perbankan
Minat Studi : Keuangan & Perbankan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tugas akhir dengan judul : ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP KINERJA BANK DIUKUR DARI METODE CUSTOMER SATISFACTION INDEX (CSI) PADA PT BANK NEGARA INDONESIA Tbk JEMBER merupakan hasil karya ilmiah yang saya buat sendiri.

Apabila terbukti pernyataan saya ini tidak benar maka saya siap menanggung resiko dibatalkannya tugas akhir yang telah saya buat.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan sejujur-jujurnya.

Jember, 16 Mei 2024

Yang membuat pernyataan,



1000
SEPULUH RIBU RUPIAH
TEL. 20
METERAI
TEMPEL
77891ALX048564054

Luthfi Bilal

ITS MANDALA

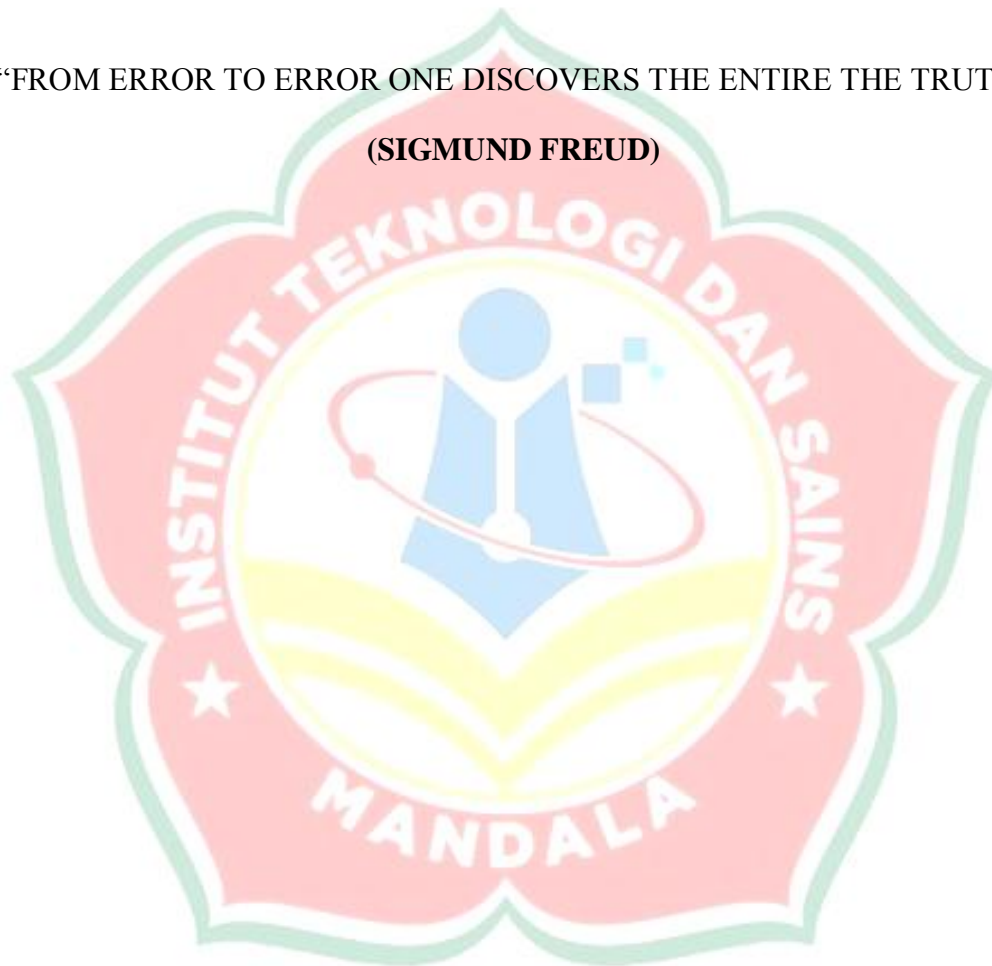
MOTTO

“COGITO ERGO SUM”

(RENE DESCARTER)

“FROM ERROR TO ERROR ONE DISCOVERS THE ENTIRE THE TRUTH”

(SIGMUND FREUD)



KATA PENGANTAR

Teriring salam dan doa kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayahnya kepada kita semua dalam menjalankan aktivitas sehari – hari, sehingga penulisan tugas akhir ini dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Diploma D3 Ekonomi pada Minat Studi Keuangan & Perbankan Program Studi D3 Keuangan & Perbankan Institut Teknologi & Sains Mandala Jember.

Penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari sempurna dan semua itu tidak lepas dari kodrat manusia penulis yang selalu mempunyai kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Terdapat banyak pihak yang memberikan bantuan moril dan materil baik secara langsung maupun tidak langsung dalam penyelesaian tugas akhir ini. Oleh karena itu, melalui kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Suwignyo Widagdo S.E., M.M., M.P selaku Rektor Institut Teknologi & Sains Mandala Jember.
2. Bapak Mustofa S.E., M.S.i selaku Ketua Program Studi D3 Keuangan & Perbankan Institut Teknologi & Sains Mandala Jember dan Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan pengarahan dan bimbingannya, serta menjadi orang tua yang peduli kepada penulis.
3. Bapak Helmi Agus Salim S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Asisten yang telah memberikan pengarahan dan bimbingannya.
4. Segenap dosen dan civitas akademika Institut Teknologi & Sains Mandala Jember.
5. Ayah dan Umi tercinta yang selalu memberikan dukungan dan doa baik secara spritiual dan materil dan juga saudara Rahman Furqan yang telah memberikan semangat.

6. Teman – teman dan sahabat – sahabatku di Institut Teknologi & Sains Mandala Jember dan yang telah memberikan dukungan dan bantuannya, semoga kita sukses dimasa depan. Untuk mereka di Bumi Pandhalungan ini, terima kasih.
7. Untuk Regina Elysia Erly Nathania Putri yang memberikan pengaruh positif dalam penyelesaian penulisan tugas akhir ini, yang selalu memberikan dukungan, motivasi setiap waktu. Terima kasih telah ikut serta mendoakan dan membantu dalam proses penyusunan tugas akhir.

Akhirnya kepada semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu semoga Allah SWT melimpahkan Rahmat, Ridho dan hidayah-Nya atas segala amal baiknya. Terlebih bagi umatnya yang sedang menuntut ilmu bermanfaat. Demikian yang penulis dapat sampaikan, semoga bermanfaat dan menambah pengetahuan para pembaca. Penulis juga mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi kesempurnaan penulisan tugas akhir ini. Sekian dari penulis, semoga bisa bermanfaat bagi semuanya, khususnya bagi penulis.

Jember, 30 Maret 2024

Penulis,

Luthfi Bilal

ITS MANDALA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2 Manfaat	6
1.5 Batasan Masalah.....	7

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Landasan Teori.....	18
2.2.1 Konsumen	18
2.2.2 Kualitas Pelayanan.....	19
2.3 Kerangka Konseptual.....	23
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	25
3.3 Metode Pengambilan Sampel.....	25
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.3.1 Data Primer	27
3.3.2 Data Sekunder.....	29
3.4 Definisi Operasional Variabel.....	29
3.4.1 Variabel Independen Kualitas Pelayanan.....	29
3.4.2 Variabel Dependen Kepuasan Nasabah	31
3.5 Metode Analisis Data.....	31
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1 Gambaran Umum.....	35
4.1.1 Responden Berdasarkan Umur.....	36
4.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	37
4.2 Uji Validitas	37

4.3 Uji Reliabilitas	40
4.3.1 Uji Reliabilitas X1.....	41
4.3.2 Uji Reliabilitas X2.....	41
4.3.3 Uji Reliabilitas X3.....	42
4.3.4 Uji Reliabilitas X4.....	42
4.3.5 Uji Reliabilitas X5.....	43
4.3.6 Uji Reliabilitas Y.....	43
4.4 Analisis Customer Satisfaction Index	44
4.4.1 Menghitung Bobot Kualitas Pelayanan.....	44
4.4.2 Menghitung Bobot Kepuasan Pelanggan.....	45
4.4.3 Menentukan Nilai MIS (Mean Importance Score.....	46
4.4.4 Menentukan Nilai Mean Satisfaction Score.....	46
4.4.5 Membuat Weight Factor	46
4.4.6 Membuat Weight Score.....	46
4.4.7 Menentukan Nilai CSI.....	47
BAB V. PENUTUP.....	49
5.1 Kesimpulan	49
5.2 Implikasi.....	50
5.3 Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Persamaan dan perbedaan penelitian	14
Tabel 3.1	Kriteria nilai customer satisfaction index	34
Tabel 4.1	Uji Validitas	35
Tabel 4.2	Rekapitulasi Kuesioner	36
Tabel 4.3	Rekapitulasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.4	Rekapitulasi Responden Berdasarkan Umur	37
Tabel 4.5	Uji Realibilitas X1	41
Tabel 4.6	Uji Realibilitas X2	41
Tabel 4.7	Uji Realibilitas X3	42
Tabel 4.8	Uji Realibilitas X4	42
Tabel 4.9	Uji Realibilitas X5	43
Tabel 4.10	Uji Realibilitas Y	43
Tabel 4.11	Bobot Kualitas Pelayanan	44
Tabel 4.12	Bobot Kepuasan Pelanggan	44

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1	GCG BNI 2023	23
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	22



ABSTRAK

Analisis kepuasan nasabah terhadap kinerja bank merupakan aspek penting dalam memahami hubungan antara bank dan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap kinerja PT Bank Negara Indonesia Tbk (BNI) di Jember menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI). Metode CSI digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah berdasarkan berbagai aspek pelayanan yang diberikan oleh bank. Penelitian ini melibatkan pengumpulan data primer dari nasabah BNI di Jember melalui kuesioner yang disebarakan secara acak. Penilaian terdapat pada indikator variabel yaitu X1 Bukti Fisik, X2 Realibilitas, X3 Daya Tanggap, X4 Jaminan dan X5 Empati. Data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan teknik statistik deskriptif dan analisis CSI. Hasil penelitian akan menunjukkan tingkat kepuasan nasabah terhadap kinerja BNI di Jember.

Kata Kunci: Kepuasan Nasabah, Customer Satisfaction Index, Kualitas Pelayanan



ABSTRACT

Analysis of customer satisfaction with bank performance is an important aspect in understanding the relationship between banks and customers. This study aims to measure the level of customer satisfaction with the performance of PT Bank Negara Indonesia Tbk (BNI) in Jember using the Customer Satisfaction Index (CSI) Method. The CSI method is used to measure customer satisfaction based on various aspects of services provided by the bank. This research involved collecting primary data from BNI customers in Jember through randomly distributed questionnaires. The assessment is based on variable indicators, namely X1 Physical Evidence, X2 Reality, X3 Responsiveness, X4 Assurance and X5 Empathy. The collected data was then analyzed using descriptive statistical techniques and CSI analysis. The results will showed that the level of customer satisfaction with BNI's performance in Jember.

Keywords: *Customer Satisfaction, Customer Satisfaction Index, Service Quality*



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perusahaan jasa ada karena ada kebutuhan masyarakat akan layanan profesional dalam berbagai bidang. Perusahaan jasa menyediakan layanan seperti konsultasi, perawatan kesehatan, perbankan, perhotelan, transportasi, pemasaran, keuangan, teknologi informasi, dan banyak lagi. Mereka mempekerjakan tenaga ahli di bidang mereka untuk memberikan layanan berkualitas kepada pelanggan. Perusahaan jasa hadir sebagai penyedia layanan yang memenuhi kebutuhan dan permintaan masyarakat dalam berbagai bidang, seperti keuangan, konsultasi, pemasaran, teknologi informasi, perawatan kesehatan, perjalanan, hiburan, dan lain-lain.

Perbankan merupakan salah satu faktor penting dalam suatu perekonomian negara. Secara sederhana, bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki dua fungsi utama yaitu mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pinjaman. Bank sebagai salah satu lembaga keuangan yang menawarkan jasa dalam operasionalnya merupakan suatu lembaga yang saat ini sangat diperlukan, baik untuk kelangsungan perekonomian maupun kebutuhan secara perorangan, termasuk di dalamnya adalah kebutuhan untuk melakukan transaksi, menabung, meminjam dan lain

sebagainya, satu-satunya orientasi hubungan nasabah dan instansi yang berfokus pada kualitas layanan. Kualitas layanan telah diturunkan dari bidang pemasaran yang menilai interaksi manusia antara bisnis dan pelanggannya yang mana hal ini berfokus pada hubungan antara harapan pelanggan atas layanan dan persepsi mereka tentang kualitas layanan yang diberikan. (Gronroos, 2007).

Berdasarkan Zeithaml (2000) dan Sijamsi (2004), persaingan yang saat ini meningkat, maka kualitas layanan menjadi topik penelitian yang semakin populer untuk studi akademisi dan telah diakui bahwa keunggulan kompetitif dan pendukung kepuasan pelanggan. Dengan itu setiap perbankan dituntut mengoptimalkan setiap sektornya, terutama dalam sektor pelayanannya. Berdasarkan pada perilaku konsumen yang selalu mengharapkan tingkat kepuasan tertinggi maka bagaimana mereka menetapkan keputusan menjadi pengamatan yang penting bagi para pemasar (Mardikaningsih et al., 2021; Gardi, 2022; Irfan & Hariani, 2022). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja yang dirasakan dari suatu produk (*perceived performance*) dan harapan harapannya. Menurut (Smith, 1998) kualitas layanan adalah terpenuhinya kebutuhan dan ekspektasi dari konsumen. Dengan adanya kebutuhan dan ekspektasi yang terpenuhi tersebut maka akan berdampak pada loyalitas dan kesetiaan pelanggan. Perusahaan jasa berperan dalam memenuhi

kebutuhan dan mempermudah kehidupan pelanggan dengan menyediakan solusi atau bantuan dalam bentuk layanan. Definisi kepuasan operasional yang banyak digunakan termasuk yang dikemukakan oleh Kotler. Kotler dan Keller (2006) mendefinisikan kepuasan sebagai perasaan senang atau kecewa yang berasal dari perbandingan antara persepsi (perception) terhadap hasil (performance) suatu produk dengan harapannya (expectation).harus digarisbawahi bahwa jauh sebelum ini (Oliver, 1977, 1981, Olson dan Dove, 1979, Tse dan Wilton, 1988) dalam Parker dan Mathews (2001) menyatakan bahwa pendekatan terhadap kepuasan dapat dilihat dari dua sisi yaitu kepuasan sebagai hasil (outcome) dan kepuasan sebagai proses dimana penyedia jasa memberikan pelayanan kepada Pelanggan. Jika dilihat dari kehidupan sekarang, industri perbankan dibenturkan dengan *High Risk Society* (Ulrich Beck: 1986) dimana kehidupan masyarakat dapat mengalami perubahan yang tidak bisa dibendung manusia.

Masyarakat risiko merujuk pada kondisi masyarakat yang rentan terhadap pengaruh modernisasi. Modernisasi telah membawa kemajuan teknologi dan industri, tetapi juga menyebabkan ketidakpastian dalam kehidupan (Satria, 2015). Dengan itu masyarakat sekarang lebih skeptis dengan hal yang terlihat baru, seperti financial teknologi yang menurut Sukmana (2019) bahwa industri perbankan sedang mengalami fenomena penutupan kantor cabang akibat perkembangan digitalisasi layanan perbankan. Orietasi industri

perbankan sekarang adalah bagaimana agar bank tetap menjadi primadona oleh masyarakat melalui optimalisasi pelayanannya.

Dalam implementainya di Indonesia, Menurut pasal enam (6) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, telah dideskripsikan lebih rinci mengenai bentuk-bentuk usaha/peranan bank, yang diantaranya bank dapat berperan sebagai penghimpun dana dari masyarakat dalam berbagai bentuk saving account, memberikan kredit, menerbitkan surat pengakuan utang, jual beli dalam marketable securities, pemindahan uang, penempatan, peminjaman, dan meminjamkan dana kepada bank lain, menerima pembayaran dari surat berharga, menyediakan tempat penyimpanan barang dan surat berharga (safe deposit box).

Bank Negara Indonesia salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara yang dalam rangka mewujudkan peran BUMN sebagai mesin pertumbuhan ekonomi, akselerator kesejahteraan sosial (*social welfare*), penyediaan lapangan kerja dan penyedia talenta, dibutuhkan transformasi SDM BUMN, salah satunya melalui penetapan Nilai-nilai Utama (*Core Values*) SDM BUMN sebagai identitas dan perekat budaya kerja yang mendukung peningkatan kinerja secara berkelanjutan.

SDM BUMN diharapkan mengetahui, mengimplementasikan, dan menginternalisasikan nilai-nilai Utama tersebut secara sungguh-sungguh, konsisten, dan konsekuen sehingga tercermin dalam perilaku keseharian dan

ITS MANDALA

membentuk budaya kerja BUMN (BUMN: 2020) bersama BUMN, PT BANK NEGARA INDONESIA Tbk menerapkan AKHLAK yaitu Amanah, Kompeten, Harmonis, Loyal, Adaptif dan Kolaboratif.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana tingkat kepuasan nasabah terhadap kinerja PT Bank Negara Indonesia Tbk?

1.3 Tujuan Penelitian

Menganalisis tingkat kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Tbk.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian akan didapatkan terdiri dari manfaat teoritis dan manfaat praktis, antara lain:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi ilmu pengetahuan tentang strategi perbankan dalam meningkatkan sektor pelayanan dan juga mengetahui tingkat kepuasan dan loyalitas nasabah pada PT Bank Negara Indonesia Tbk Jember.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat bagi peneliti, instansi terkait dan almamater. Bagi peneliti penelitian ini dapat

ITS MANDALA

memberikan pembelajaran dan informasi. Bagi instansi dan elemen terkait, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan motivasi kepada instansi terkait untuk dapat lebih meningkatkan reputasi sebagai instansi perbankan.

Sedangkan bagi almamater, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi untuk meningkatkan kualitas dan mutu pendidikan, serta mampu memberikan pengaruh positif terhadap yang membutuhkan penelitian ini terutama dalam mengelola manajemen pelayanan agar lebih efektif dan efisien.

1.5 Batasan Masalah

Berdasarkan uraian yang tertulis dalam latar belakang peneliti memberi batasan masalah pada pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PT BANK NEGARA INDONESIA Tbk Kantor Cabang Utama Jember.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang penulis lakukan, yaitu penelitian tentang “Pengaruh Kepuasan Nasabah Dalam Kinerja Bank Diukur Dari Metode CSI Pada PT BANK NEGARA INDONESIA Tbk”. Ada beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini, antara lain:

1. Noneng Masitoh, Euis Rosidah, Ane Kurniawati (2023) “Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK Kantor Cabang Tasikmalaya” penelitian ini berfokus juga pada PT BANK NEGARA INDONESIA yang pembahasannya mengenai pengaruh layanan yang menghasilkan Berdasarkan uraian hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh reliability, accesibility dan efficiency terhadap kepuasan nasabah.
2. Mochamad Irfan (2022) “Studi Tentang Kualitas Layanan Perbankan Dan Kepuasan Nasabah”, dalam penelitian ini menitikberatkan pada hubungan yang signifikan positif ditemukan antara variabel-variabel

penelitian terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, dimensi kualitas layanan merupakan faktor penentu utama kepuasan pelanggan.

3. Hendri Eka Pratama, Heni Sulistiani (2021) “Sisten Penilaian Kepuasan Pelanggan Menggunakan Customer Satisfaction Index Pada Penjualan Parfume (Studi Kasus: Parfume Corner BDL)”
Pembangunan sistem penilaian kepuasan pelanggan menggunakan Customer Satisfaction Index pada Parfume Corner menggunakan sistem penilaian berbasis web dengan metode pengembangan sistem dan diimplementasikan menggunakan bahasa pemograman PHP dan MySQL sebagai database. Sistem ini dapat menghitung tingkat kepuasan dan kualitas pelayanan Parfume Corner secara otomatis sehingga dapat menjadi pertimbangan Parfume Corner untuk meningkatkan pelayanan dan kepuasan terhadap pelanggan, serta menarik pelanggan untuk memakai jasa Parfume Corner. Sistem ini akan diuji menggunakan pengujian ISO 25010.
4. Nur Fadhilah B, Syahrir Mallongi dan Djunaidi Zakaria (2020) “Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Cabang Pare-Pare KCP Barru” Penelitian ini bertempat pada Bank BNI dan yang menjadi objek dari penelitian ini adalah kualitas layanan terhadap nasabah, hasil dari penelitan ini menghasilkan lima jenis

aspek dalam menentukan kualitas pelayanan yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah BNI Cabang Parepare KCP Barru. Namun satu yang sangat berpengaruh atau memiliki peran besar dalam menentukan tingkat kepuasan nasabah yaitu empathy dan adapun sebaliknya yaitu yang terendah adalah reliability.

5. Haris Fadillah, Aulia F. Hadining, Rianita Puspa Sari (2020) “Analisis Kepuasan Pelanggan ABC Laundry Dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Index (CSI)” berdasarkan hasil pada penelitian ini menghasilkan indeks Kepuasan Pelanggan ABC Laundry sebesar 91%. Hal ini menyatakan bahwa pelanggan sudah merasa sangat puas dengan kualitas pelayanan yang telah diberikan oleh pihak ABC Laundry.
6. Risep Khairul Umam, Niluh Putu Hariastuti (2018) “Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA)” Berdasarkan hasil pengolahan data, diketahui bahwa pelanggan perempuan, kosumen yang berusia antara 21 hingga 30 tahun, tingkat pendidikan terakhir Sarjana (S1, S2, S3), serta jenis

pekerjaan pelajar/mahasiswa merupakan karakteristik dominan konsumen OIS Photography. Berdasarkan hasil perhitungan dan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan OIS Photography adalah sebesar 74.19 % (puas), sedangkan atribut kualitas pelayanan yang dianggap penting dan dalam menentukan kepuasan pelanggan pada OIS Photography dan menjadi prioritas perbaikan adalah Variasi pilihan jasa fotografi yang beragam, Masa tunggu hasil cetak foto yang tidak terlalu lama, kemampuan karyawan dalam memahami keinginan konsumen.

7. Fitria, Evi Dianti Bintari (2018) “Analisis Tingkat Kepuasan Pendaftar Terhadap Kualitas Pelayanan Petugas Pendaftaran Mahasiswa Baru Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index” Kesimpulan dari penelitian ini tingkat kepuasan pendaftar dalam pelayanan pendaftaran mahasiswa baru sebesar 82%, sehingga dapat ditarik kesimpulan pelayanan petugas pendaftaran mahasiswa baru sangat memuaskan. Dari perhitungan metode customer satisfaction index (CSI).
8. Satria Wijaya (2017) “Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Bagian Keuangan Dengan Metode Customer Satisfaction Index” Penelitian yang telah dilakukan, diperoleh; Tingkat kepuasan mahasiswa STIKOM Bali secara keseluruhan

berada pada kategori netral dengan nilai/skor sebesar 3,49. Hasil uji F simultan dan uji t parsial dari model persamaan regresi kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa empat variabel independen yaitu reliability, responsiveness, assurance, dan empathy secara bersama-sama signifikan mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan pada tingkat signifikansi $\alpha=5\%$

9. Dhita Dhora Damayanti (2017) “Faktor Penentu Kualitas Layanan Perbankan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Perbankan Di Lamongan”, Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat enam faktor penentu kualitas layanan perbankan di Lamongan yaitu Daya Tanggap, Aksesibilitas, Keandalan, Bukti Fisik, Jaminan dan Empati; kualitas layanan memiliki pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah perbankan di Lamongan dan kepuasan nasabah memiliki pengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah perbankan di Lamongan.
10. I Gede kt. Tjahyadi Putra Budhi, Ni Kadek Sumiari (2017) “Pengukuran Customer Satisfaction Index Terhadap Pelayanan di Century Gym” Pada penelitian ini hanya menggunakan Customer Satisfaction Index sebagai Metode Analisis Data, dengan hasil tingkat

kepuasan pelanggan Century Gym secara keseluruhan berada pada kategori tidak puas dengan nilai/skor sebesar 50,20%.

11. Siti Husna AINU Syukri (2014) “Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Analisis GAP Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja” penelitian ini juga hanya menggunakan alat Customer Satisfaction Index sebagai alat metode analisis datanya. Setelah dilakukan penelitian dan dilakukan perhitungan CSI, diketahui bahwa nilai CSI yang dihasilkan dari penelitian ini adalah 68,75420687%. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan Trans Jogja secara keseluruhan masih rendah.

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Mochamad Irfan (2022)	Studi Tentang Kualitas Layanan Perbankan Dan Kepuasan Nasabah	Menggunakan metode kuantitatif Menggunakan sistem operasi SPSS	Objek Penelitian Lokasi Penelitian Tahun Penelitian
2	Risep Khairul Umam, Niluh Putu Hariastuti	Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan	Menggunakan metode kuantitatif Metode CSI	Terdapat pada objek penelitian Menggunakan

	(2018)	Importance Performance Analysis (IPA)	Tingkat kepuasan pelanggan yang ingin diteliti	Metode Importance Performance Analysis (IPA)
3	Dhita Dhora Damayanti (2017)	Faktor Penentu Kualitas Layanan Perbankan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Perbankan Di Lamongan	Menggunakan metode kuantitatif Menggunakan sistem operasi SPSS	Objek Penelitian Lokasi Penelitian Tahun Penelitian
4	I Gede kt. Tjahyadi Putra Budhi, Ni Kadek Sumiari (2017)	Pengukuran Customer Satisfaction Index Terhadap Pelayanan di Century Gym	Menggunakan metode kuantitatif Metode CSI Tingkat kepuasan pelanggan yang ingin diteliti	Terdapat pada objek penelitian Tidak mengaitkan variabel loyalitas terhadap konsumen
5	Siti Husna AINU Syukri (2014)	Penerapan Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Analisis GAP Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja	Menggunakan metode kuantitatif Metode CSI	Terdapat pada objek penelitian Menggunakan analisis GAP
6	Haris Fadillah, Aulia F. Hadining, Rianita Puspa Sari (2020)	Analisis Kepuasan Pelanggan ABC Laundry Dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importace Performance Analysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Index (CSI)	Menggunakan metode kuantitatif Metode CSI	Menggunakan metode Importance Performance Analysis (IPA)

7	Noneng Masitoh, Euis Rosidah, Ane Kurniawati (2023)	Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BANK NEGARA INDONESIA (PERSERO) TBK Kantor Cabang Tasikmalaya	Tempat penelitian Menggunakan metode kuantitatif Objek penelitian berupa kepuasan nasabah yang akan diteliti	Tidak menggunakan analisis CSI
8	Hendri Eka Pratama, Heni Sulistiani (2021)	Sisten Penilaian Kepuasan Pelanggan Menggunakan Customer Satisfaction Index Pada Penjualan Parfume (Studi Kasus: Parfume Corner BDL)	Menggunakan metode kuantitatif Menggunakan metode CSI Objek penelitian merupakan kepuasan pelanggan	Menggunakan pengujian ISO 25010
9	Nur Fadhilah B, Syahrir Mallongi dan Djunaidi Zakaria (2020)	Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Cabang Pare-Pare KCP Barru	Menggunakan metode kuantitatif Objek penelitian merupakan kepuasan pelanggan	Tidak menggunakan metode CSI dalam menganalisis data
10	Fitria, Evi Dianti Bintari (2018)	Analisis Tingkat Kepuasan Pendaftar Terhadap Kualitas Pelayanan Petugas Pendaftaran Mahasiswa Baru Menggunakan Metode Customer	Menggunakan metode kuantitatif Menggunakan CSI	Terdapat pada objek dan orientasi penelitian

		Satisfaction Index		
11	Satria Wijaya (2017)	Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Bagian Keuangan Dengan Metode Customer Satisfaction Index	Menggunakan metode kuantitatif Menggunakan CSI	Terdapat pada objek dan orientasi penelitian

2.2 Landasan Teori

Menurut Sugiyono (2018) Teori adalah alur logika atau penalaran yang merupakan merupakan seperangkat konsep, definisi dan proporsisi yang disusun secara sistematis. Secara umum, teori mempunyai tiga fungsi, yaitu untuk menjelaskan (*explanation*), meramalkan (*prediction*), dan pengendalian (*control*) suatu gejala.

2.2.1 Konsumen (*Customer*)

Schiffman dan Kanuk (2008:6) mengemukakan bahwa studi perilaku konsumen adalah suatu studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Konsumen memiliki latar belakang yang beragam apalagi jika ditarik kepada industri perbankan, tidak hanya orang yang terbelang dewasa saja yang menggunakan layanan perbankan, namun masyarakat usia muda juga kerap kali menggunakan layanan perbankan untuk keperluan pendidikan atau semacamnya.

Jika dilihat dari fenomenologinya, masyarakat sekarang lebih bisa mengidentifikasi dirinya ada yang memiliki definisi atas dirinya *Gen Z*, *Milenial* atau bahkan *Sandwich Generation*. Hal-hal ini yang membuat penyebaran perilaku konsumen serta kepuasan setiap individu berbeda-beda. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler (2008:25) terdiri dari:

1. Faktor Kebudayaan. Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari: budaya, subbudaya, kelas sosial,
2. Faktor Sosial. Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta status sosial.
3. Faktor Pribadi. Faktor pribadi yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen terdiri dari: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.
4. Faktor Psikologis. Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

Faktor-faktor ini yang menjadi tantangan untuk industri perbankan dan faktor diluar konsumen seperti kompetitor antar bank yang mempengaruhi pasar. Berdasarkan kajian empiris yang dilakukan oleh Yudarudin (2012),

Malik (2004), Athoillah (2010), Lubis (2012), Mulyaningsih dan Daly (2011), dan Naylah (2010) menghasilkan temuan bahwa industri perbankan Indonesia mengarah pada monopoli dan oligopoli. Pasar oligopoli ini yang membuat masyarakat dilemma. menurut Barry Schwartz (2004) banyak pilihan akan cenderung membuat orang jatuh kepada dua hal yaitu penderitaan atau kebahagiaan (*paradox of choice*), latar belakang kenapa industri perbankan harus lebih memperhatikan banyak hal sesuai dengan kebutuhan masyarakat agar kepuasan dan ekspektasi nasabah terjaga, sehingga loyalitas nasabah kepada instansi terkait terjalin dengan baik.

2.2.2 Kualitas Layanan

Kualitas merupakan suatu tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Wyckof dalam Tjiptono, 2000: 52). Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Goetsch dan Davis, 1994 dalam Tjiptono, 2000: 51). Melalui kualitas yang terjaga pada layanan kepuasan pelanggan akan tergapai. Kottler dan Susanto (2000: 476) menyatakan bahwa pelayanan merupakan setiap tindakan/unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangible (tidak berwujud) dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun. Kualitas pelayanan (*service quality*) merupakan konsepsi yang abstrak dan sukar

dipahami, karena kualitas pelayanan memiliki karakteristik tidak berwujud (intangibility), bervariasi (variability), tidak tahan lama (perishability), serta produksi dan konsumsi jasa terjadi secara bersamaan (inseparability) (Parasuraman et. Al.,1988, dalam Tjiptono, 2002).

Dengan demikian bukan berarti pelayanan tidak dapat diukur atau tidak ada indikator pengukurannya akan tetapi menurut Wickof (dalam Tjiptono, 2002: 59), kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dalam hal ini ada dua faktor utama yang mempengaruhi kalitas pelayanan, yaitu *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima).

Menurut Supranto (2001:201), kualitas adalah suatu kondisi dimana produk memenuhi kebutuhan orang yang menggunakannya, oleh karena itu kebutuhan manusia bersifat dinamis, yaitu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan merupakan faktor dan akar penting yang mampu memberikan kepuasan bagi pelanggannya yang terkait dengan hasil perilaku dari mulut ke mulut seperti keluhan, rekomendasi dan pertukaran atau perpindahan (Yaves et al, 2004 dalam Sumarto, 2007). Maka dari itu upaya yang bisa dilakukan perusahaan ialah melakukan penjualan jasa yang lebih terdepan (unggul) dari perusahaan lawan guna memenuhi tingkat

kebutuhan konsumen melalui pemberian pelayanan yang berkualitas. Seperti contoh pada gambar 2.1 yang dimana pelayanan pada PT Bank Negara Indonesia terbilang baik dan menduduki peringkat 2

Gambar 2.1 GOOD CORPORATE GOVERNANCE (GCG) BNI



LAPORAN PENILAIAN SENDIRI (*SELF ASSESSMENT*) ATAS PENERAPAN TATA KELOLA

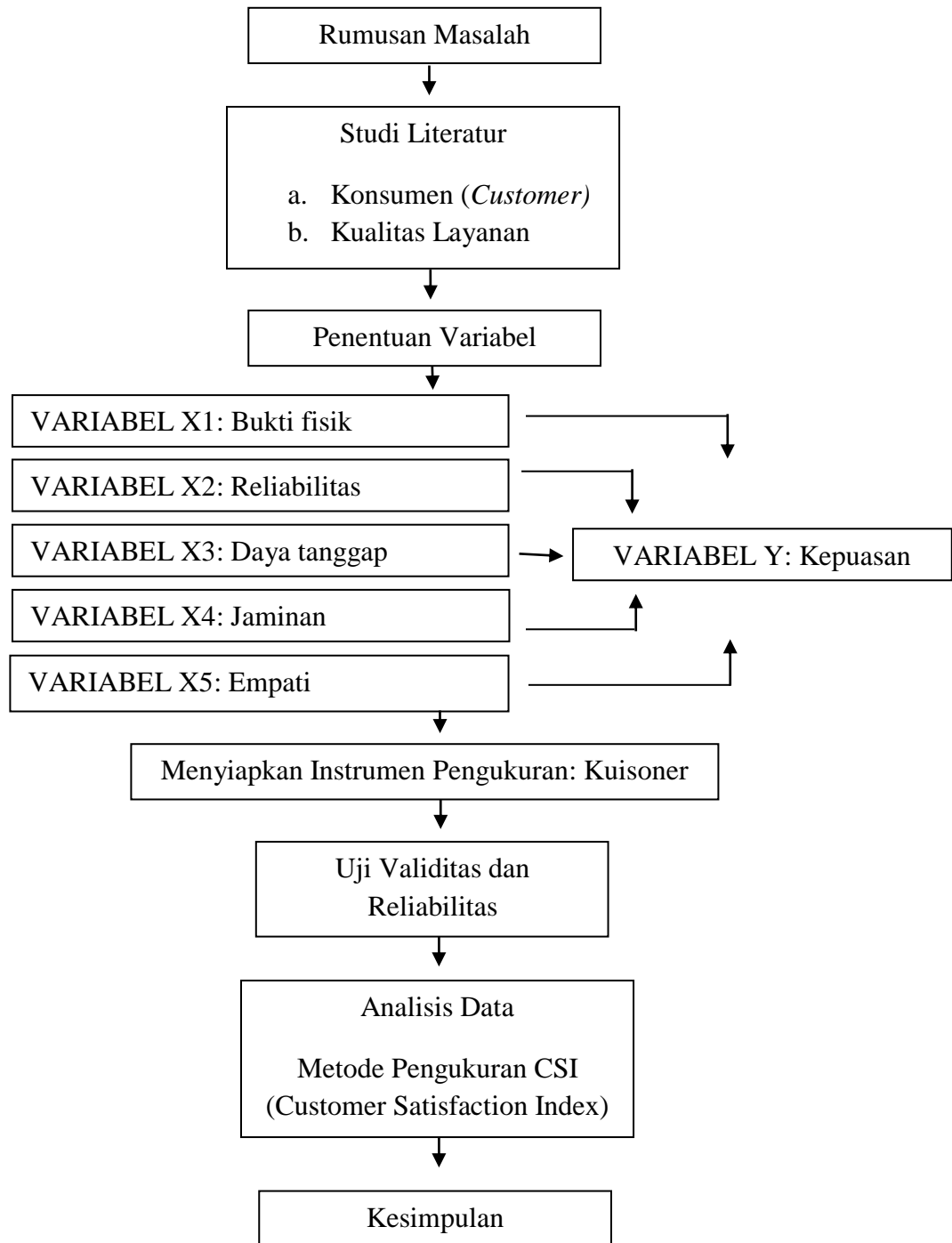
Memenuhi Peraturan Otoritas Jasa Keuangan, BNI secara periodik (6 bulan) sekali yaitu bulan Juni dan Desember, telah menyusun Laporan Penilaian Sendiri (*Self Assessment*) Pelaksanaan Tata Kelola dengan perincian sebagai berikut :

Nama Bank : PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk
Posisi : Tanggal 31 Desember 2023

Hasil Penilaian Sendiri (<i>Self Assessment</i>) Pelaksanaan Tata Kelola Perusahaan		
	Peringkat	Definisi Peringkat
Individual	2	Mencerminkan Manajemen Bank telah melakukan penerapan Tata Kelola yang secara umum baik. Hal ini tercermin dari pemenuhan yang memadai atas prinsip Tata Kelola. Dalam hal terdapat kelemahan penerapan prinsip Tata Kelola, secara umum kelemahan tersebut kurang signifikan dan dapat diselesaikan dengan tindakan normal oleh Manajemen Bank.

Sumber: <https://www.bni.co.id>

2.3 Kerangka Konseptual



Gambar 2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian adalah kaitan atau hubungan antara konsep satu dengan konsep yang lainnya dari masalah yang ingin diteliti. Kerangka konsep didapatkan dari konsep ilmu/teori yang dipakai sebagai landasan penelitian (Setiadi, 2013).

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil objek penelitian pada lingkup instansi PT BANK NEGARA INDONESIA Tbk. Ruang lingkup penelitian ini hanya pada variabel-variabel yang berkaitan dengan lingkup instansi PT BANK NEGARA INDONESIA Tbk yang berkaitan dengan pelayanan kepada pelanggan, lingkungan kerja, kepuasan pelanggan yang secara langsung mempengaruhi kinerja pegawai sehingga menjadikan instansi perbankan yang berkualitas dengan pegawai yang mempunyai kinerja yang tinggi.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Populasi Menurut Sugiyono (2018), Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas; obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Sugiyono (2018), Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek itu. Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini sejumlah 105 nasabah.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan probability sampling. Teknik ini merupakan teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2018:80).

Teknik yang digunakan dalam probability sampling ini menggunakan pendekatan purposive sampling. Menurut Sujarweni (2015), purposive sampling yaitu teknik pengambilan anggota sampel dan populasi dengan pertimbangan tertentu atau kriteria khusus, sampel diambil dengan kriteria nasabah yang berada pada jam operasional bank selama penelitian berlangsung. Menurut Sugiyono (2012: 63) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sampel yang baik adalah sampel yang representatif, yaitu sampel yang dapat mewakili populasinya. Agar representatif. Dalam penelitian ini, peneliti menentukan sampel penelitian berdasarkan rumus pendapat Slovin.

$$n = N / 1 + Ne^2$$

Dimana:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = presentase kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan sampel yang masih dapat ditoleransi (10%)

maka:

$$n = 105/1+105(0,1)^2$$

$$n = 105/1+1,05$$

$$n = 105/2,05$$

$$n = 51,21 \text{ peneliti membulatkan menjadi } 52 \text{ responden}$$

Rumus slovin menurut Sugiyono (2017) adalah suatu rumus yang digunakan untuk mencari besaran sampel yang dinilai mampu mewakili keseluruhan populasi. Populasi 105 yang diambil berupa jumlah nasabah yang berada pada bank BNI KCU Jember pada saat jam operasional dan penelitian berlangsung.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

3.3.1 Data Primer

Menurut Marzuki, (2002:55) “Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber yang diamati dan dicatat untuk

pertama kalinya”, dalam hal ini diperoleh dari responden yang menjawab pertanyaan.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Menurut Sugiyono, (2014) dalam penelitian, penulis menggunakan kuesioner untuk mencari data langsung dari anggota yang diambil sebagai sampel.

Untuk mengukur persepsi responden dalam penelitian ini digunakan skala likert. Menurut Sugiyono (2018:152) skala likert yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Penjelasan 5 poin skala likert (Sugiyono, 2018:152):

1 = Sangat Tidak Puas (STP)

2 = Tidak Puas (TP)

3 = Cukup (C)

4 = Puas (P)

5 = Sangat Puas (SP)

3.3.2 Data sekunder

Menurut Umi Narimawati (2008:94) bahwa data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga tinggal mencari dan pengumpulan data. Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen baik itu tertulis, gambar maupun elektronik.

Dokumentasi lebih mengarah pada bukti konkret.V. Wiratna Sujarweni, (2014) Dokumentasi diperlukan untuk mencari data tentang jumlah partisipan dari objek yang diteliti.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Pengertian variabel menurut Sugiyono (2010: 38) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi yang tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Definisi operasional variabel merupakan batasan-batasan yang dipakai penulis untuk menghindari adanya interpretasi yang berbeda terhadap variabel yang diteliti, sehingga setiap variabel perlu di operasional.

3.4.1 (Variabel Independen) Kualitas Layanan

Indikatornya adalah sebagai berikut: Menurut Tjiptono (2019:172) kualitas layanan memiliki indikator untuk penelitiannya.

X1 Bukti fisik diukur dengan indikator: Peralatan mutakhir atau modern, fasilitas fisik yang berdaya tarik dan nyaman, karyawan bank yang berpenampilan rapi dan fasilitas fisik sesuai dengan jenis jasa yang ditawarkan. X2 Reliabilitas diukur dengan indikator: Kepastian waktu penyampaian jasa diinformasikan dengan jelas kepada para nasabah, layanan yang segera atau cepat dari karyawan bank, karyawan yang selalu bersedia membantu nasabah dan karyawan yang sanggup menanggapi permintaan nasabah dengan cepat dan tepat. X3 Daya tanggap diukur dengan indikator: Bila bank menjanjikan akan melakukan sesuatu pada waktu yang telah ditentukan, pasti akan direalisasikan, bersikap simpatik dan sanggup menenangkan nasabah setiap ada masalah, jasa disampaikan secara benar semenjak pertama kali, jasa disampaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan dan sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan. X4 Jaminan diukur dengan indikator: Karyawan yang terpercaya, perasaan aman sewaktu melakukan transaksi dengan karyawan, karyawan yang

selalu bersikap sopan terhadap para. X5 Empati diukur dengan indikator: Menguasai informasi terkait produk yang dijualnya

3.4.2 (Variabel Dependen) Kepuasan dan Loyalitas nasabah

Dalam penelitian ini diukur dengan indicator, pemilihan produk dan jasa dari bank yang sama oleh nasabah, pernyataan nasabah yang menyatakan loyalitasnya pada satu bank, kecenderungan nasabah untuk. Kepuasan nasabah ketika menggunakan layanan bank, kepuasan nasabah dengan keseluruhan layanan yang diberikan bank, kesan baik dan positif yang dimiliki nasabah terhadap kualitas layanan secara keseluruhan.

3.5 Metode Analisis Data

Menurut Azwar (2007) analisis kuantitatif adalah analisis data dalam bentuk angka-angka yang pembahasannya melalui perhitungan statistik, berdasarkan jawaban kuesioner dari responden diantaranya. Agar suatu data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka harus di olah dan di analisis terlebih dahulu, sehingga dapat dijadikan dasar pengambilan keputusan.

Tujuan metode analisis data adalah untuk menginterpretasikan dan menarik kesimpulan dari sejumlah data yang terkumpul. Pengolahan data dalam penelitian ini dengan menggunakan program

SPSS for windows untuk mengelola data Customer Satisfaction Index (CSI). Customer Satisfaction Index (CSI) merupakan indeks yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen berdasarkan atribut-atribut tertentu. Ada 4 (empat) tahapan yang dapat dilakukan, yaitu (Aritonang & Lerbin, 2005)

3.5.1. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat pengukur (kuesioner) layak untuk mengukur apa yang diinginkan. Uji validitas penelitian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r-hitung dengan nilai r-tabel untuk degree of freedom (df)= n-2. Jika r-hitung lebih besar dari r-tabel dan nilai positif, pertanyaan 46 atau indikator tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya, jika r-hitung lebih kecil dari r-tabel, pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan tidak valid (Ghozali, 2013).

3.5.2. Menentukan Mean Importance Score (MIS) dan Mean Satisfaction Score (MSS) Mean Importance Score (MIS) adalah rata-rata dari skor kepentingan suatu atribut. Sedangkan Mean Satisfaction Score (MSS) adalah rata-rata skor untuk tingkat kepuasan yang berasal dari kinerja jasa yang dirasakan oleh pelanggan.

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n x_i}{n}$$

$$\frac{\quad}{n}$$

Dimana:

Xi : Nilai jawaban responden untuk pernyataan kepuasan atribut ke-i

N : Jumlah responden

3.5.3. Menghitung Weight Factor (WF) atau faktor tertimbang.

Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per indikator terhadap total MIS seluruh indikator.

$$WF = \frac{MIS_i}{\sum_{i=2}^p MIS_i}$$

Dimana:

P : Jumlah atribut pernyataan

3.5.4. Menghitung Weight Score (WS) atau skor tertimbang. Bobot

ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan.

$$WS_i = WFi \times MSSI$$

3.5.5. Menentukan Customer Satisfaction Index (CSI)

$$CSI = \frac{\sum_{i=1}^n WSi}{HS}$$

Dimana:

HS : Skala maksimum yang digunakan (Highest Scale)

Tabel 3.1 Kriteria Nilai Customer Satisfaction Index

Nilai CSI	Kriteria CSI
81% - 100%	Sangat Puas
66% - 80,99%	Puas
51% - 65,99%	Cukup Puas
35% - 50,99%	Kurang Puas
0% - 34,99%	Tidak Puas

(Source: Fitriana *et al.*, 2014)

Nilai maksimum CSI adalah 100%. Nilai CSI 50% atau lebih rendah menandakan kinerja pelayanan yang kurang baik. Nilai CSI 80% atau lebih tinggi mengindikasikan pengguna merasa puas terhadap kinerja pelayanan.

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kepuasan nasabah pada pelayanan pada PT Bank Negara Indonesia Tbk Jember yang telah dilakukan di kota Jember dengan penyebaran kuesioner pada 52 nasabah Bank Negara Indonesia. Menyesuaikan dengan permasalahan dan perumusan, maka metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan random sampling. Analisis karakteristik responden dalam penelitian ini adalah jenis kelamin dan umur dari nasabah Bank Negara Indonesia:

Tabel 4.1 Rekapitulasi Kuesioner

Variabel	Sangat Puas	Puas	Cukup	Tidak Puas	Sangat Tidak Puas
X1	85	120	55	0	0
X2	90	113	57	0	0
X3	88	109	62	1	0
X4	89	110	61	0	0
X5	94	104	62	0	0
Y	95	111	54	0	0

Data Terlampir

Berdasarkan data deskriptif yang direkapitulasi maka menghasilkan nilai skala likert sangat puas pada variabel Y, nilai skala likert puas terbanyak pada variabel X1 120, nilai skala liker cukup pada variabel X3 dan X5 memperoleh nilai yang sama, nilai skala likert tidak puas terbanyak pada variabel X3 dan skala likert dari sangat tidak puas tiap variabelnya bernilai 0. Dengan total score skala liker dari masing-masing variabel sebesar 260.

4.1.1 Responden Berdasarkan Umur

Tabel 4.2 Rekapitulasi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah
< 14 Tahun	0
15-64 Tahun	52
64 Tahun >	0

Data Terlampir

Berdasarkan pada tabel 4.2 diketahui bahwa responden dalam penelitian ini keseluruhan 100% oleh nasabah PT Bank Negara Indonesia dengan umur 15-64 tahun.

Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2017), penduduk dibagi menjadi tiga kategori yaitu penduduk muda (<15 tahun), penduduk usia produktif (15- 64 tahun), dan penduduk non produktif (>65 tahun). Jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas pengguna layanan PT Bank Negara Indonesia Tbk Jember merupakan kalangan usia produktif.

4.1.2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.3 Rekapitulasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Laki-laki	Perempuan
18	34

Data Terlampir

Berdasarkan pada tabel 4.2 diketahui bahwa responden dalam penelitian ini didominasi oleh nasabah dengan jenis kelamin perempuan.

4.2 Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017) Uji validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sebenarnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas untuk mengetahui apakah setiap item valid atau tidak. Dengan demikian instrumen (kuesioner) yang diberikan harus valid dalam arti instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang akan diukur.

Uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pernyataan atau pertanyaan pada kuesioner yang harus di hilangkan atau diganti karena dianggap tidak relevan. Syarat validitas suatu item adalah apabila r hitung $>$ r tabel pada taraf signifikan ($\alpha = 0,01$) maka instrumen itu dianggap valid dan jika r hitung \leq r tabel maka instrumen dianggap tidak valid, dengan kriteria pengujian membandingkan nilai taraf signifikan (α) = 1% atau 0,01. Nilai r table dengan $df = n-2$ maka akan menjadi ($df = 52-2 = 50$) sehingga r table pada taraf signifikan 1% adalah 0,361. Berikut penyajian data uji validitas yang diolah dengan SPSS 22:

Tabel 4.4 Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Person Correlation r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	P1	0,882	0,361	VALID
X1.2	P2	0,618	0,361	VALID
X1.3	P3	0,873	0,361	VALID
X1.4	P4	0,905	0,361	VALID
X1.5	P5	0,854	0,361	VALID
X2.1	P6	0,823	0,361	VALID
X2.2	P7	0,868	0,361	VALID
X2.3	P8	0,860	0,361	VALID
X2.4	P9	0,850	0,361	VALID
X2.5	P10	0,843	0,361	VALID
X3.1	P11	0,791	0,361	VALID
X3.2	P12	0,895	0,361	VALID
X3.3	P13	0,825	0,361	VALID
X3.4	P14	0,918	0,361	VALID

X3.5	P15	0,890	0,361	VALID
X4.1	P16	0,917	0,361	VALID
X4.2	P17	0,887	0,361	VALID
X4.3	P18	0,886	0,361	VALID
X4.4	P19	0,871	0,361	VALID
X4.5	P20	0,873	0,361	VALID
X5.1	P21	0,909	0,361	VALID
X5.2	P22	0,910	0,361	VALID
X5.3	P23	0,935	0,361	VALID
X5.4	P24	0,945	0,361	VALID
X5.5	P25	0,857	0,361	VALID
Y1	P26	0,903	0,361	VALID
Y2	P27	0,906	0,361	VALID
Y3	P28	0,913	0,361	VALID
Y4	P29	0,930	0,361	VALID
Y5	P30	0,939	0,361	VALID

Data Terlampir

Pada tabel 4.4 dapat diketahui koefisien korelasi dari seluruh butir pertanyaan mempunyai r hitung $>$ r tabel. Setelah perhitungan dilakukan adapun dasar keputusan untuk validitas pernyataan adalah sebagai berikut:

1. Jika nilai r tabel $<$ r hitung r tabel, maka butir pernyataan tidak valid.
2. Jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka butir pernyataan valid.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Bukti Fisik (X1), Reliabilitas (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4), Empati (X5) dan Kepuasan (Y) dinyatakan valid. Artinya setiap butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrument atau alat untuk mengukur data penelitian.

4.3 Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah ukuran konsistensi antara konstruk dan menunjukkan sejauh mana setiap indikator mengindikasikan sebuah factor yang didasarnya. Menurut Ghazali (2011), suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach alpha (α) $>$ 0,6. Hasil dari masing-masing variable yang diteliti menunjukkan nilai dari cronbach alpha rata-rata $>$ 0,6.

Adapun menurut Sugiyono (2017: 130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Dengan akumulasi dan perhitungan SPSS 22 sebagai berikut;

4.3.1. Variabel X1 Bukti Fisik

Tabel 4.5 Uji Reliabilitas X1

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.889	.885	5

Data Terlampir

Hasil uji reliabilitas teruji dari alat olah data SPSS 22 bahwa variabel X1 memiliki nilai Cronbach alpha 0,885 yang dimana nilai tersebut sudah lebih besar dari 0,6. Jadi variabel X1 pada tabel 4.5 teruji reliabel/

4.3.2. Variabel X2 Realibilitas

Tabel 4.6 Uji Reliabilitas X2

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.902	.903	5

Data Terlampir

Hasil uji reliabilitas teruji dari alat olah data SPSS 22 bahwa variabel X2 memiliki nilai Cronbach alpha 0,903 yang dimana nilai tersebut sudah lebih besar dari 0,6. Jadi variabel X2 pada tabel 4.6 teruji reliabel.

4.3.3. Variabel X3 Daya Tanggap

Tabel 4.7 Uji Reliabilitas X3

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.914	5

Data Terlampir

Hasil uji reliabilitas teruji dari alat olah data SPSS 22 bahwa variabel X3 memiliki nilai Cronbach alpha 0,915 yang dimana nilai tersebut sudah lebih besar dari 0,6. Jadi variabel X3 pada table 4.7 teruji reliabel.

4.3.4. Variabel X4 Jaminan

Tabel 4.8 Uji Reliabilitas X4

Reliability Statistics

	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
Cronbach's Alpha	.932	5

Data Terlampir

Hasil uji reliabilitas teruji dari alat olah data SPSS 22 bahwa variabel X4 memiliki nilai Cronbach alpha 0,932 yang dimana nilai tersebut sudah lebih besar dari 0,6. Jadi variabel X4 pada table 4.8 teruji reliabel.

4.3.5. Variabel X5 Empati

Tabel 4.9 Uji Reliabilitas X5

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.948	.949	5

Data Terlampir

Hasil uji reliabilitas teruji dari alat olah data SPSS 22 bahwa variabel X5 memiliki nilai Cronbach alpha 0,949 yang dimana nilai tersebut sudah lebih besar dari 0,6. Jadi variabel X5 pada tabel 4.9 teruji reliabel.

4.3.6. Variabel Y Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.10 Uji Reliabilitas

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.953	.953	5

Data Terlampir

Hasil uji reliabilitas teruji dari alat olah data SPSS 22 bahwa variabel Y memiliki nilai Cronbach alpha 0,953 yang dimana nilai tersebut sudah lebih besar dari 0,6. Jadi variabel Y pada table 4.10 teruji reliabel.

4.4 Analisis Customer Satisfaction Index (CSI)

Metode yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan salah satunya adalah metode Customer Satisfaction Index atau lebih singkatnya CSI. Metode CSI ini secara menyeluruh melihat tingkat kinerja dan tingkat kepentingan dari suatu produk atau jasa yang telah diukur.

4.4.1 Menghitung Bobot Kualitas Pelayanan

Untuk mencari nilai bobot kualitas pelayanan digunakan persamaan 1 dan perhitungannya dilakukan pada masing-masing atribut. Dengan menjumlahkan seluruh jawaban dari atribut-atribut pertanyaan yang ada.

$$\sum X_i = (\sum STPX1) + (\sum TPX2) + (\sum CX3) + (\sum PX4) + (\sum SP5)$$

Dimana:

$\sum X_i$: Jumlah bobot jawaban kualitas pelayanan atribut ke-i

$\sum STP$: Jumlah Responden yang memilih jawaban Sangat Tidak Puas

$\sum TP$: Jumlah Responden yang memilih jawaban Tidak Puas

$\sum C$: Jumlah Responden yang memilih jawaban Cukup

$\sum P$: Jumlah Responden yang memilih jawaban Puas

$\sum SP$: Jumlah Responden yang memilih jawaban Sangat Puas

12345 : Skor skala likert

Tabel 4.11 Bobot Kualitas Pelayanan

Variabel	Sangat Puas	Puas	Cukup	Tidak Puas	Sangat Tidak Puas	Total
X1	85	120	55	0	0	260
X2	90	113	57	0	0	260
X3	88	109	62	1	0	260
X4	89	110	61	0	0	260
X5	94	104	62	0	0	260

Sumber: Data diolah tahun 2024

Berdasarkan data pada tabel 4.11 menunjukkan bobot kualitas pelayanan dengan respon sangat puas terbanyak terdapat pada variabel X5 yaitu empati, kualitas pelayanan pada Bank Negara Indonesia memiliki empati yang sangat tinggi kepada nasabah. Indikator pertanyaan-pertanyaan dari variabel independen memiliki nilai yang sama yaitu 260, karena butir pertanyaan pada tiap variabel berjumlah 5.

4.4.2 Menghitung Bobot Kepuasan Pelanggan

Untuk mencari nilai bobot kepuasan pelanggan digunakan persamaan 2 dan perhitungannya dilakukan pada masing-masing atribut. Dengan menjumlahkan seluruh jawaban dari atribut-atribut pertanyaan yang ada.

$$\sum Y_i = (\sum STPX1) + (\sum TPX2) + (\sum CX3) + (\sum PX4) + (\sum SP5)$$

Dimana:

$\sum Y_i$: Jumlah bobot jawaban pernyataan harapan atribut ke-i

$\sum STP$: Jumlah Responden yang memilih jawaban Sangat Tidak Puas

$\sum TP$: Jumlah Responden yang memilih jawaban Tidak Puas

$\sum C$: Jumlah Responden yang memilih jawaban Cukup

$\sum P$: Jumlah Responden yang memilih jawaban Puas

$\sum SP$: Jumlah Responden yang memilih jawaban Sangat Puas

12345 : Skor skala likert

Tabel 4.12 Bobot Kepuasan Pelanggan

Variabel	Sangat Puas	Puas	Cukup	Tidak Puas	Sangat Tidak Puas	Total
Y	95	111	54	0	0	260

Sumber: Data diolah tahun 2024

Tabel 4.12 menunjukkan bahwa nilai bobot kepuasan nasabah yaitu variabel dependen dengan skor terbanyak pada skor puas. Dengan total keseluruhan skala likert 260, sama dengan bobot kualitas pelayanan, karena butir-butir pertanyaan yang diambil dari indikator variabel sama berjumlah 5.

4.4.3 Menentukan Mean Importance Satisfaction (MIS)

Menghitung Mean Importance Score (MIS). MIS adalah skor rata-rata dari kepentingan suatu atribut, kepentingan suatu atribut tersebut merupakan total penjumlahan nilai X ke 1 per atribut dibagi jumlah responden $260/52 = 5$.

4.4.4 Menentukan Mean Satisfaction Score (MSS)

Untuk MSS merupakan skor rata-rata tingkat kepuasan yang berasal dari kinerja jasa yang dapat dirasakan oleh responden. Dengan nilai Y ke 1 per atribut dibagi dengan jumlah responden. $260/52 = 5$ bobot ini merupakan persentase nilai MIS per indikator terhadap total MIS seluruh indikator

4.4.5 Membuat Weight Factor (WF)

Weight Factor merupakan nilai MIS per atribut terhadap total MIS seluruh atribut. $MIS_i = 5/30 = 0,166$ Bobot ini merupakan persentase nilai MIS per indikator terhadap total MIS seluruh indikator.

4.4.6 Membuat Weight Score (WS)

Weight Score merupakan perkalian antara Weight Factor (WF) dengan rata-rata tingkat kepuasan nasabah yaitu nilai Mean Satisfaction Score (MSS)

$$WS_i : WFi \times MSS_i$$

$$= 0,166 \times 5$$

$$= 0,83$$

Bobot ini merupakan perkalian antara WF dengan rata-rata tingkat kepuasan.

4.4.7 Menentukan Nilai CSI

Penentuan nilai customer satisfaction index merupakan persamaan dari nilai total keseluruhan weight score dibagi dengan nilai maksimum skala likert dibagi 5

$$4,98 : 5 = 0,996$$

Dengan nilai hasil akhir Customer Satisfaction Index sebesar **0,996**, maka sesuai dengan tabel indikator Customer Satisfaction Index (*Fitriana et al., 2014*) dengan nilai maksimum CSI 100%, nilai 50 – 0% menandakan kinerja pelayanan yang kurang baik, 50-100% menandakan kinerja pelayanan yang baik, hasil yang diperoleh dari perhitungan CSI senilai 0,996 jika diakumulasikan dalam bentuk persen diperoleh 99,6%. Dapat disimpulkan indikator kualitas pelayanan menunjukkan nilai yang sangat puas terhadap kinerja pelayanan dari PT Bank Negara Indonesia Tbk karena berada pada indikator 50-100%

BAB V

KESIMPULAN

Pada bagian akhir dari penelitian ini, peneliti akan mengemukakan beberapa kesimpulan dan saran yang didasarkan pada temuan hasil penelitian dan uraian pada bab-bab sebelumnya mengenai masalah yang diteliti, yaitu studi analisis kuantitatif mengenai kepuasan nasabah terhadap kinerja bank pada PT Bank Negara Indonesia Tbk.

5.1. Kesimpulan

Adapun kesimpulan-kesimpulan yang telah di rangkum ialah: Tingkat kepuasan nasabah dalam pelayanan Bank Negara Indonesia Tbk sebesar 99,6%, sehingga dapat ditarik kesimpulan pelayanan dalam kinerja bank sangat memuaskan.

1. Tingkat kepuasan nasabah dalam pelayanan Bank Negara Indonesia Tbk sebesar 99,6%, sehingga dapat ditarik kesimpulan pelayanan dalam kinerja bank sangat memuaskan
2. Metode customer satisfaction index sangat baik sebagai alat analisis, dengan perhitungannya yang runtun serta teknik perhitungannya yang terbilang simple memudahkan peneliti menganalisis objek penelitian. Perusahaan PT Bank Negara Indonesia dengan ini hanya perlu mempertahankan kinerjanya terutama pada sektor pelayanan.

5.2.Implikasi

Berikut beberapa implikasi yang dapat peneliti paparkan;

1. Peningkatan layanan, dengan peningkatan layanan maka perusahaan atau instansi yang diteliti dapat meningkatkan akselerasi kinerja melalui peningkatan pelayanan
2. Pengembangan strategi bisnis, dengan adanya evaluasi dari penelitian ini bank BNI dapat memulai strategi bisnis yang baru sesuai hasil perhitungan CSI yang dilakukan. Dengan itu target pertumbuhan pendapatan bisa saja dicapai.
3. Reputasi dan rebranding, dengan adanya evaluasi Bank Negara Indonesia bisa menggunakan branding yang baru dengan branding pelayanan cepat dan tanggap, mampu memenuhi kepuasan nasabah dalam menggunakan pelayanan PT Bank Negara Indonesia Tbk.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari data-data primer yang berorientasi data lapang, pada dasarnya penelitian ini berjalan dengan baik, namun bukan sesuatu kekeliruan jika peneliti mengemukakan beberapa saran untuk kepentingan umum pendidikan ataupun kepentingan khusus suatu instansi. Saran-saran tersebut antara lain:

1. Hendaknya pada penelitian berikutnya dapat menggunakan metode pengujian korelasional agar dapat memperdalam faktor-faktor apa saja

yang dapat mempengaruhi kinerja suatu perusahaan. Serta dapat mengetahui apa-apa saja yang dibutuhkan konsumen suatu perusahaan tersebut.

2. Para peneliti selanjutnya lebih mengembangkan penelitiannya dengan pembahasan seputar pelayanan yang lebih komprehensif, mengingat pelaksanaan penelitian ini masih jauh dari penggambaran kepuasan nasabah secara luas. Dengan itu diharapkan dapat menggunakan metode dan teknik yang lebih efektif dan efisien. Untuk instansi yang menjadi objek penelitian lebih transparansi untuk agenda pendidikan yang progresif, aksesibilitas dalam mengumpulkan data lebih di fleksibelkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Budhi, I. G. Kt. T. P., & Sumiari, N. K. (2017). Pengukuran Customer Satisfaction Index Terhadap Pelayanan di Century Gym. *SISFOTENIKA*, 7(1).
- Damayanti, D. D. (2017). Faktor Penentu Kualitas Layanan Perbankan Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Perbankan Di Lamongan. *JURNAL AKUNTANSI*, 2(3), 15.
- Fadhilah, N., Dahliah, D., & Mallongi, S. (2020). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Cabang Pare-Pare KCP Barru. *PARADOKS: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 2(3), 156–163.
- Hadining, A. F. (2020). Analisis Kepuasan Pelanggan Abc Laundry Dengan Menggunakan Metode Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA) Dan Customer Satisfaction Index (CSI). *J@ti Undip: Jurnal Teknik Industri*, 15(1), 1. <https://doi.org/10.14710/jati.15.1.1-10>
- Irfan, M. (2022). Studi Tentang Kualitas Layanan Perbankan Dan Kepuasan Nasabah. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 5(2).
- Masitoh, N., Rosidah, E., & Kurniawati, A. (2023). Pengaruh Layanan Digital Banking Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Tasikmalaya. *BanKu: Jurnal Perbankan dan Keuangan*, Volume 4(1), 11–16.
- Pratama, H. E., & Sulistiani, H. (2021). Sistem Penilaian Kepuasan Pelanggan Menggunakan Customer Satisfaction Index Pada Penjualan Parfume (Study Kasus: Parfume Corner Bdl). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(4), 8.
- Syukri, S. H. A. (2014). Penerapan Customer Satisfaction Index (Csi) Dan Analisis Gap Pada Kualitas Pelayanan Trans Jogja. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, 13(2).
- Sugiyono, 2018, Metode Penelitian Kuantitatif, Bandung: Alfabeta.

Triandewo, M. A., & Yustine, Y. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Perusahaan Dan Kepercayaan Pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Bisnis dan Akuntansi*, 22(1), 13–24.

Umam, R. K., & Hariastuti, N. P. (2018). Analisa Kepuasan Pelanggan Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA). *Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, Seminar Nasional Sains dan Teknologi Terapan VI*, 6.

Wijaya, S. (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Bagian Keuangan Dengan Metode Customer Satisfaction Index. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 3(1), 7.

Wiratna Sujarweni, V, 2015, Metodologi Penelitian Bisnis Ekonomi, Yogyakarta: Pustaka Baru.

Wiratna Sujarweni, V. 2014, Metodologi penelitian: lengkap, praktis, dan mudah dipahami, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Peneliti menggunakan Google Form dalam pelaksanaan penelitian:

Kuesioner Kualitas Pelayanan

Kami ingin mendengar pendapat atau masukan Anda agar kami dapat menyempurnakan pengalaman
Anda

NAMA:

EMAIL:

JENIS KELAMIN

- Laki-laki
- Perempuan

UMUR

- Dibawah 14 Tahun
- 15-64 Tahun
- Diatas 64 Tahun

Kuesioner

Selamat datang! Formulir ini merupakan bagian dari penelitian kami untuk menggali dan mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan perbankan. Tanggapan Anda sangat berarti dan akan membantu kami memahami lebih baik harapan serta kebutuhan pelanggan dalam meningkatkan kualitas layanan

1.1 Bagaimana penilaian anda terhadap kondisi fisik cabang bank, dari kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan ruang tunggu?

- 1
- 2

- 3
- 4
- 5

1.2 Bagaimana penilaian anda terhadap kelengkapan teknologi yang tersedia di anda, seperti mesin ATM, layar sentuh, atau fasilitas lainnya?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

1.3 Apakah anda merasa bahwa informasi yang disajikan di dalam cabang bank (misalnya, brosur, papan informasi, atau materi promosi) cukup jelas dan bermanfaat?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

1.4 Apa penilaian anda terhadap signage atau penandaan di area cabang bank untuk membantu anda menemukan tujuan atau layanan yang dicari?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

1.5 Penilaian anda terhadap fasilitas parkir dan aksesibilitas cabang bank apakah memadai dan memenuhi kebutuhan?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

2.1 Bagaimana tanggapan Anda terhadap transaksi di cabang bank, apakah selalu diproses dengan akurat dan tepat waktu?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

2.2 Bagaimana penilaian Anda terhadap pemberian notifikasi atau informasi mengenai perubahan layanan atau produk?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

2.3 Bagaimana penilaian Anda terhadap informasi yang diberikan oleh karyawan bank terkait produk, layanan, atau kebijakan?

- 1
- 2
- 3
- 4

- 5

2.4 Bagaimana pendapat Anda terkait kehandalan sistem perbankan online atau aplikasi seluler dalam memenuhi kebutuhan transaksi Anda?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

2.5 Seberapa puas Anda dengan respons pelayanan nasabah dalam menanggapi masalah atau pertanyaan Anda?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

3.1 Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap kemampuan karyawan bank dalam memberikan bantuan atau informasi dengan responsif?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

3.2 Sejauh mana Anda menilai bahwa pelayanan nasabah dapat memberikan solusi yang memadai terhadap masalah atau kebutuhan Anda?

- 1
- 2

- 3
- 4
- 5

3.3 Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap kecepatan tanggapan pelayanan pelanggan terhadap pertanyaan atau permintaan Anda?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

3.4 Sejauh mana Anda menilai bahwa pelayanan pelanggan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

3.5 Seberapa puas Anda dengan kesigapan pelayanan pelanggan dalam menanggapi kebutuhan mendesak atau situasi darurat?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

4.1 Apakah Anda merasa puas dengan tingkat pengetahuan dan keahlian karyawan bank dalam membantu Anda dengan kebutuhan Anda?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

4.2 Sejauh mana Anda merasa puas dengan keberlanjutan atau konsistensi informasi yang diberikan oleh karyawan bank dari waktu ke waktu?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

4.3 Apakah Anda merasa puas dengan sikap profesional dan etika kerja karyawan bank selama interaksi dengan Anda?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

4.4 Berapa tingkat kepuasan Anda terhadap penjelasan karyawan bank mengenai proses atau aturan terkait produk dan layanan?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

4.5 Seberapa puas Anda dengan kejelasan penjelasan karyawan bank mengenai risiko atau ketidakpastian dalam produk atau layanan?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

5.1 Apakah Anda merasa bahwa karyawan bank mendengarkan dengan baik terhadap kekhawatiran atau masalah yang Anda sampaikan?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

5.2 Berapa tingkat kepuasan Anda terhadap upaya karyawan bank dalam menciptakan hubungan yang personal dan peduli terhadap Anda?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

5.3 Sejauh mana Anda merasa puas dengan tingkat empati yang diperlihatkan oleh karyawan bank terhadap situasi keuangan Anda?

- 1
- 2
- 3

- 4
- 5

5.4 Seberapa puas Anda dengan cara karyawan bank memahami kebutuhan Anda?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

5.5 Apakah Anda merasa bahwa karyawan bank bersikap ramah dan menghargai Anda?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

1. Seberapa puas Anda dengan layanan perbankan yang Anda terima dari bank ini?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

2. Berapa tingkat kepuasan Anda terhadap kualitas produk dan layanan perbankan yang disediakan oleh bank?

- 1
- 2
- 3
- 4

- 5

3. Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap responsivitas pelayanan pelanggan bank ketika Anda memiliki pertanyaan atau masalah?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

4. Seberapa puas Anda dengan kesesuaian antara layanan perbankan yang Anda terima dengan harapan Anda?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

5. Bagaimana tingkat kepuasan Anda secara keseluruhan terhadap layanan perbankan yang Anda terima dari bank ini?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

Lampiran 2 Rekapitulasi Data Responden

X 1 .1	X 1 .2	X 1 .3	X 1 .4	X 1 .5	X 1 T o t a l	X 2 .1	X 2 .2	X 2 .3	X 2 .4	X 2 .5	X 2 T o t a l	X 3 .1	X 3 .2	X 3 .3	X 3 .4	X 3 .5	X 3 T o t a l	X 4 .1	X 4 .2	X 4 .3	X 4 .4	X 4 .5	X 4 T o t a l	X 5 .1	X 5 .2	X 5 .3	X 5 .4	X 5 .5	X 5 T o t a l	Y .1	Y .2	Y .3	Y .4	Y .5	Yt o t a l
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	3	21	3	5	4	3	5	17	4	3	5	3	4	19	4	3	5	5	4	21	4	4	4	3	3	18	5	4	3	5	4	21
4	5	4	4	5	22	4	3	4	5	4	16	4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	5	21	4	3	4	4	5	20
3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	3	19	4	3	4	4	5	16	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	4	22	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
4	5	3	4	4	20	3	4	4	4	3	15	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
4	5	3	4	4	20	3	4	5	4	4	17	4	4	5	4	3	20	4	3	4	5	4	20	3	3	4	4	5	19	4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	3	18	4	3	4	4	3	14	4	3	5	4	3	19	4	5	4	4	4	21	3	5	4	3	4	19	5	4	4	5	4	22
3	4	3	3	3	16	3	3	3	3	3	12	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	4	3	3	3	17
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	4	3	4	21	3	3	3	4	4	14	5	3	3	3	3	17	4	4	5	4	5	22	4	3	3	4	5	19	3	3	3	4	3	16
4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	5	15	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24	4	3	5	4	3	15	5	4	3	3	3	18	3	3	4	4	4	18	4	4	3	5	5	21	5	4	4	4	4	21
3	4	3	3	3	16	3	3	3	4	3	13	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	24	5	4	5	4	4	22	3	4	4	4	5	20	5	5	5	4	5	24
3	4	3	3	4	17	4	3	3	4	4	14	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	3	3	18
3	5	3	3	3	17	4	3	3	4	4	14	4	3	3	2	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	

4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	4	15	4	3	3	4	4	18	3	3	4	4	3	17	4	3	3	4	4	18	4	3	4	3	4	18
3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	3	14	4	3	3	4	4	18	3	3	4	3	4	17	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	16
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	4	23	4	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	3	20	5	4	4	4	4	16	4	5	5	5	4	23	4	5	4	4	4	21	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	5	3	3	4	19	3	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	3	3	18	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	20	5	4	4	4	5	22	5	5	4	5	4	23	5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	5	23
4	4	4	3	4	19	5	4	5	4	3	16	4	3	5	4	3	19	5	4	3	5	4	21	5	5	5	5	5	25	5	4	3	4	4	20
3	4	4	4	3	18	4	3	4	4	4	15	4	4	4	3	3	18	3	4	3	4	4	18	4	4	3	3	4	18	4	3	3	3	3	16
3	4	3	3	3	16	4	3	4	3	3	13	3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	3	16	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
5	3	5	5	5	23	5	4	4	5	5	18	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	4	19	4	3	4	5	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	5	5	22	5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	3	20	4	4	5	5	5	19	3	5	5	4	4	21	4	4	4	5	3	20	4	4	4	4	3	19	4	5	5	4	4	22
4	3	3	3	3	16	3	4	4	4	3	15	4	4	4	4	3	19	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	4	19	4	3	4	3	4	18
5	4	3	4	4	20	4	4	5	4	5	18	5	5	5	4	4	23	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21
4	4	3	3	3	17	4	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15
5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25

4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23	4	4	4	5	5	18	5	4	4	5	4	22	5	5	4	5	3	22	4	3	4	4	5	20	5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	3	20	4	4	3	3	4	14	3	4	3	4	3	17	4	3	4	3	3	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20

X1 Bukti Fisik

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1 Total
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	3	21
4	5	4	4	5	22
3	4	3	3	3	16
4	4	4	4	5	21
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	3	19
4	5	3	4	4	20
4	5	3	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	3	18
3	4	3	3	3	16
5	5	5	5	5	25
5	5	4	3	4	21
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	4	24
3	4	3	3	3	16
5	5	5	5	5	25
3	4	3	3	4	17
3	5	3	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20

4	4	4	3	3	18
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	4	23
4	5	4	4	3	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	3	3	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	4	19
3	4	4	4	3	18
3	4	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	3	5	5	5	23
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	3	20
4	3	3	3	3	16
5	4	3	4	4	20
4	4	3	3	3	17
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23

4	4	4	5	3	20
4	4	4	4	4	20
0.84115629	0.45219379	0.79717874	0.82302292	0.82153004	
0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	
VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	
SP 19	20	15	16	15	85
P 25	29	23	22	21	120
C 8	3	14	14	16	55
TP 0	0	0	0	0	0
STP 0	0	0	0	0	0

Akumulasi X1 yang ada pada tabel 4.1

X2 Reliabilitas

X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2 Total
5	5	5	5	5	20
3	5	4	3	5	17
4	3	4	5	4	16
3	3	3	3	3	12
5	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
4	3	4	4	5	16
3	4	4	4	3	15
3	4	5	4	4	17
4	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	16
4	3	4	4	3	14
3	3	3	3	3	12
5	5	5	5	5	20
3	3	3	4	4	14
4	3	3	4	5	15
4	3	5	4	3	15
3	3	3	4	3	13
5	5	5	5	5	20
4	3	3	4	4	14
4	3	3	4	4	14
4	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	16
4	4	4	3	4	15
3	3	3	3	3	12

4	3	4	4	3	14
5	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
4	5	5	5	5	20
5	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
3	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	20
5	4	5	4	3	16
4	3	4	4	4	15
4	3	4	3	3	13
4	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	20
5	4	4	5	5	18
4	3	4	5	4	16
4	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	20
4	4	5	5	5	19
3	4	4	4	3	15
4	4	5	4	5	18
4	3	3	3	3	12
5	5	5	5	5	20
4	4	4	4	4	16
4	4	4	5	5	18
4	4	3	3	4	14
4	4	4	4	4	16

0.7823285	0.83750451	0.82269794	0.841992921	0.812314146	0.957213281
0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361
VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID
SP 16	15	19	19	21	90
P 26	20	23	25	19	113
C 10	17	10	8	12	57
TP 0	0	0	0	0	0
STP 0	0	0	0	0	0

Akunulasi X2 yang ada pada tabel 4.1

X3 Daya Tanggap

X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3 Total
5	5	5	5	5	25
4	3	5	3	4	19
4	4	5	4	4	21
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21
4	4	5	4	3	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	3	5	4	3	19
4	3	3	3	3	16
5	5	5	5	5	25
5	3	3	3	3	17
3	4	4	4	4	19
5	4	3	3	3	18
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	4	24
4	3	4	4	4	19
4	3	3	3	2	15
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	3	3	4	4	18

3	3	3	3	3	15
4	3	3	4	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	3	4	4	19
5	4	4	4	5	22
4	3	5	4	3	19
4	4	4	3	3	18
3	3	3	3	3	15
4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
4	4	3	4	4	19
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
3	5	5	4	4	21
4	4	4	4	3	19
5	5	5	4	4	23
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	4	22
3	4	3	4	3	17

4	4	4	4	4	20
0.819403769	0.853125846	0.793072551	0.869228917	0.874280589	0.973501901
0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361
VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID
SP 19	18	21	16	14	88
P 25	20	17	24	23	109
C 8	14	14	12	14	62
TP 0	0	0	0	1	1
STP 0	0	0	0	0	0

Akumulasi X3 yang ada pada tabel 4.1

X4 Jaminan

X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4 Total
5	5	5	5	5	25
4	3	5	5	4	21
4	4	4	5	4	21
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	4	4	22
4	4	4	4	5	21
4	3	4	5	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	4	5	4	5	22
4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	4	18
3	3	3	3	3	15
5	4	5	4	4	22
4	3	4	4	4	19
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20

4	4	4	4	4	20
3	3	4	4	3	17
3	3	3	3	3	15
3	3	4	3	4	17
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	3	18
5	5	4	5	4	23
5	4	3	5	4	21
3	4	3	4	4	18
4	3	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	3	20
3	3	3	3	3	15
5	4	5	5	4	23
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20

5	5	4	5	3	22
4	3	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20
0.891305833	0.875525318	0.84609053	0.854002659	0.802582437	0.963390445
0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361
VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID
SP 19	17	18	20	15	89
P 22	20	24	21	23	110
C 11	15	10	11	14	61
TP 0	0	0	0	0	0
STP 0	0	0	0	0	0

Akumulasi X4 yang ada pada tabel 4.1

X5 Empati

X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	X5 Total
5	5	5	5	5	25
4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	5	21
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	3	19
4	4	4	4	3	19
3	3	4	4	5	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	5	4	3	4	19
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	3	3	4	5	19
4	4	4	4	4	20
4	4	3	5	5	21
3	3	3	3	3	15
3	4	4	4	5	20
3	4	4	4	4	19
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20

4	3	3	4	4	18
3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	3	3	4	18
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	3	3	4	18
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	3	19
3	4	4	4	4	19
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	5	20

4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
0.866910261	0.849038192	0.901218796	0.865418912	0.80386374	0.94062922
0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	0,361
VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	VALID
SP 16	18	17	19	24	94
P 23	22	22	21	16	104
C 13	12	13	12	12	62
TP 0	0	0	0	0	0
STP 0	0	0	0	0	0

Akumulasi X5 yang ada pada tabel 4.1

Y Kepuasan Nasabah

Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Ytotal
5	5	5	5	5	25
5	4	3	5	4	21
4	3	4	4	5	20
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	4	22
4	4	3	3	3	17
5	5	5	5	5	25
3	3	3	4	3	16
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
3	3	3	3	3	15
5	5	5	4	5	24
4	4	4	3	3	18
3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	3	4	3	4	18

3	3	3	3	3	15
3	4	3	3	3	16
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	4	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	5	4	5	5	23
5	4	3	4	4	20
4	3	3	3	3	16
3	4	3	3	3	16
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	5	5	4	4	22
4	3	4	3	4	18
5	4	4	4	4	21
3	3	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20

4	4	4	4	4	20
0.832042255	0.831647047	0.871843606	0.883610945	0.909854218	
0,361	0,361	0,361	0,361	0,361	
VALID	VALID	VALID	VALID	VALID	
SP 22	19	17	19	18	95
P 22	22	23	21	23	111
C 8	11	12	12	11	54
TP 0	0	0	0	0	0
P 0	0	0	0	0	0

Akumulasi Y yang ada pada tabel 4.1

Lampiran 3 Uji Validitas Pada SPSS 22

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	XA
X1.1	Pearson Correlation	1	.453**	.740**	.757**	.695**	.882**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X1.2	Pearson Correlation	.453**	1	.386**	.409**	.444**	.618**
	Sig. (2-tailed)	.001		.005	.003	.001	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X1.3	Pearson Correlation	.740**	.386**	1	.814**	.635**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005		.000	.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X1.4	Pearson Correlation	.757**	.409**	.814**	1	.724**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000		.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X1.5	Pearson Correlation	.695**	.444**	.635**	.724**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
	N	52	52	52	52	52	52
XA	Pearson Correlation	.882**	.618**	.873**	.905**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	52	52	52	52	52	52

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

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	XB
X2.1 Pearson Correlation	1	.606**	.644**	.670**	.601**	.823**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
N	52	52	52	52	52	52
X2.2 Pearson Correlation	.606**	1	.755**	.585**	.705**	.868**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
N	52	52	52	52	52	52
X2.3 Pearson Correlation	.644**	.755**	1	.695**	.560**	.860**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
N	52	52	52	52	52	52
X2.4 Pearson Correlation	.670**	.585**	.695**	1	.686**	.850**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
N	52	52	52	52	52	52
X2.5 Pearson Correlation	.601**	.705**	.560**	.686**	1	.843**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
N	52	52	52	52	52	52
XB Pearson Correlation	.823**	.868**	.860**	.850**	.843**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	52	52	52	52	52	52

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	XC
X3.1	Pearson Correlation	1	.613**	.535**	.656**	.656**	.791**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X3.2	Pearson Correlation	.613**	1	.684**	.800**	.759**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X3.3	Pearson Correlation	.535**	.684**	1	.699**	.615**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X3.4	Pearson Correlation	.656**	.800**	.699**	1	.812**	.918**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X3.5	Pearson Correlation	.656**	.759**	.615**	.812**	1	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	52	52	52	52	52	52
XC	Pearson Correlation	.791**	.895**	.825**	.918**	.890**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	52	52	52	52	52	52

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	XD
X4.1	Pearson Correlation	1	.815**	.784**	.777**	.687**	.917**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X4.2	Pearson Correlation	.815**	1	.674**	.706**	.722**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X4.3	Pearson Correlation	.784**	.674**	1	.699**	.784**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X4.4	Pearson Correlation	.777**	.706**	.699**	1	.679**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X4.5	Pearson Correlation	.687**	.722**	.784**	.679**	1	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	52	52	52	52	52	52
XD	Pearson Correlation	.917**	.887**	.886**	.871**	.873**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	52	52	52	52	52	52

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

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	XE
X5.1	Pearson Correlation	1	.814**	.812**	.836**	.688**	.909**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X5.2	Pearson Correlation	.814**	1	.900**	.781**	.661**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X5.3	Pearson Correlation	.812**	.900**	1	.852**	.703**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X5.4	Pearson Correlation	.836**	.781**	.852**	1	.835**	.945**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
X5.5	Pearson Correlation	.688**	.661**	.703**	.835**	1	.857**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	52	52	52	52	52	52
XE	Pearson Correlation	.909**	.910**	.935**	.945**	.857**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	52	52	52	52	52	52

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

Lampiran 4 Uji Reliabilitas Pada SPSS 22

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	52	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	52	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.985	30

Lampiran 5 Dokumentasi Pelaksanaan Penelitian

