



**PENGARUH SISTEM ANTRIAN *TELLER*, KUALITAS PELAYANAN
DAN ATMOSFER KANTOR TERHADAP KEPUASAN NASABAH
DI PT BANK MANDIRI (PERSERO) TBK.
CABANG JEMBER ALUN-ALUN**

SKRIPSI

*Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana S-1 Ekonomi pada
Minat Studi Manajemen Bisnis Program Studi Manajemen*

Disusun Oleh:

MEGAWATI YANUARISKA RIANDINI

N.I.M 1610064

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA JEMBER**

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA JEMBER

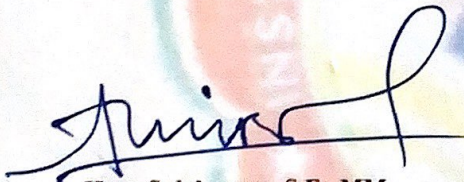
**PENGARUH SISTEM ANTRIAN *TELLER*, KUALITAS PELAYANAN
DAN ATMOSFER KANTOR TERHADAP KEPUASAN NASABAH
DI PT BANK MANDIRI (PERSERO) TBK.
CABANG JEMBER ALUN-ALUN**

NAMA : Megawati Yanuariska Riandini
NIM : 1610064
PROGRAM STUDI : Manajemen
MINAT STUDI : Manajemen Bisnis

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing Utama

Dosen Pembimbing Asisten



Harv Sulaksono, S.E., MM.

NIDN : 07050460001

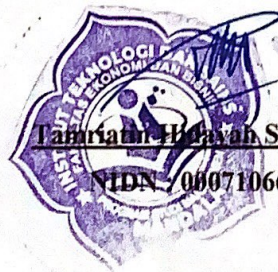


Saiful Amin, S.E., M.M.

NIDN : 0714068805

Mengetahui

K.a Prodi Manajemen



Tabriah Hidayah S.E., MP.

NIDN : 0007106601

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI
INSTITUT TEKNOLOGI DAN SAINS MANDALA JEMBER**

PENGARUH SISTEM ANTRIAN *TELLER*, KUALITAS PELAYANAN DAN
ATMOSFER KANTOR TERHADAP KEPUASAN NASABAH
DI PT BANK MANDIRI (PERSERO) TBK.
CABANG JEMBER ALUN-ALUN

Telah dipertahankan dihadapan tim penguji skripsi pada:

Hari/Tanggal : Sabtu / 11 Maret 2023

Jam : 10.00-11.30

Tempat : ITS Mandala Jember

Disetujui oleh Tim Penguji Skripsi :

Ketua
(Dr. Agustin H P, M.M)

.....

Sekretaris
(Saiful Amin, S.E, M.M)

.....

Anggota
(Dr. Hary Sulaksono, S.E., MM)

.....


Mengetahui,

Ka Prodi Manajemen

Rektor

Institut Teknologi & sains Mandala


Tamriatin Hidayat, S.E., M.P.
NIDN : 0007106601


Dr. Suwignyo Widagdo, S.E., M.M., M.P
NIDN : 0702106701

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Megawati Yanuariska Riandini
NIM : 1610064
Program Studi : Manajemen
Minat Studi : Manajemen Bisnis

Menyatakan dengan ini sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul PENGARUH SISTEM ANTRIAN *TELLER*, KUALITAS PELAYANAN DAN ATMOSFER KANTOR TERHADAP KEPUASAN NASABAH DI PT BANK MANDIRI (PERSERO) TBK. CABANG JEMBER ALUN-ALUN, merupakan karya ilmiah yang saya buat sendiri.

Apabila terbukti pernyataan saya tidak benar maka saya siap menanggung resiko dibataklannya skripsi yang telah saya buat.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan sejujurnya.

Jember, 14 Januari 2023

Yang Membuat Pernyataan


(Megawati Yanuariska Riandini)

MOTTO

**TEKADANG ORANG DENGAN MASA LALU PALING KELAM AKAN
MENCIPTAKAN MASA DEPAN PALING CERAH
(UMAR BIN KHATTAB)**



KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah- Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Pengaruh Sistem Antrian Teller, Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Kantor terhadap Kepuasan Nasabah di PT Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun dengan baik. Hanya dengan campur tangan Allah-lah maka peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini

Penulis skripsi ini diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar sarjana S-1 pada program studi Manajemen Bisnis di Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember. Peneliti menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak. Oleh sebab itu, peneliti juga mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Suwignyo Widagdo, S.E., M.M., M.P. selaku Dekan Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember.
2. Ibu Tamriatin Hidayah, S.E., M.M. Selaku Kepala Program Studi Manajemen Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember
3. Bapak Hary Sulaksono, SE., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Utama (DPU) dan Bapak Saiful Amin, S.E., MM. Selaku Dosen Pembimbing Asisten yang telah memberikan arahan dan bimbingannya selama peneliti menyelesaikan skripsi ini.
4. Segenap Dosen Sekolah Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember yang telah memberikan peneliti banyak ilmu pengetahuan selama peneliti berada di Sekolah Institut Teknologi dan Sains Mandala Jember.

5. Kedua Orang Tua ku yang selalu memberikan doa dan semangat untuk menyelesaikan skripsi ini
6. Teman – teman seperjuangan manajemen ITS Mandala yang telah memberikan semangat dan dukungannya.
7. Orang terkasih yang telah memberikan doa dan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Saya sendiri yang mampu berjuang untuk menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti mengharapkan berbagai kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan hasil penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak dan dapat menjadi literature bagi penulis karya ilmiah yang sejenis di masa mendatang

Jember, 14 Januari 2023

Peneliti



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
ABSTRACT	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Batasan Penelitian	8
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian yang Relevan	9
2.2 Kajian Teori	21
2.2.1 Manajemen Pemasaran	22

2.2.2 Perilaku Konsumen	23
2.2.3 Kepuasan Nasabah.....	24
2.2.4 Sistem Antrian	25
2.2.5 Atmosfer Kantor	27
2.2.6 Kualitas Pelayanan	29
2.3 Kerangka Konseptual	31
2.4 Hipotesis Penelitian	33
2.4.1 Pengaruh Sistem Antrian Teller terhadap Kepuasan Nasabah	33
2.4.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah	34
2.4.3 Pengaruh Atmosfer Kantor terhadap Kepuasan Nasabah	35
2.4.4 Pengaruh Sistem Antrian Teller, Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Kantor terhadap Kepuasan Nasabah	
BAB III. METODE PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Populasi dan Sampel	36
3.2.1 Populasi	36
3.2.2 Sampel	37
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel	38
3.3 Identifikasi Variabel	39
3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	39

3.4.1 Definisi Operasional Variabel	39
3.4.2 Skala Pengukuran	44
3.5 Metode Pengumpulan Data	45
3.6 Metode Analisis Data	45
3.6.1 Uji Instrumen	45
3.6.1.1 Uji Validitas	45
3.6.1.2 Uji Reliabilitas	46
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	47
3.6.2.1 Uji Normalitas	47
3.6.2.2 Uji Multikolinieritas	48
3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas	48
3.6.3 Analisis Regresi Linear Berganda	49
3.6.4 Uji Hipotesis	50
3.6.4.1 Uji t	50
3.6.4.2 Uji F	51
3.6.4.3 Uji Koefisien Determinasi	52
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Hasil Penelitian	53
4.1.1 Deskripsi Statistik Data	53
4.2 Analisis Hasil Penelitian	65
4.2.1 Uji Instrumen	65
4.2.1.1 Uji Validitas	65
4.2.1.2 Uji Reliabilitas	67

4.2.2 Uji Asumsi Klasik	68
4.2.2.1 Uji Normalitas	68
4.2.2.2 Uji Multikolinieritas	68
4.2.2.3 Uji Heteroskedastisitas	69
4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda	70
4.2.4 Uji Hipotesis	71
4.2.4.1 Uji t	71
4.2.4.2 Uji F	73
4.2.4.3 Uji Koefisien Determinasi	74
4.3 Intepretasi	75
4.3.1 Pengaruh Sistem Antrian Teller terhadap Kepuasan Nasabah	75
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah	77
4.3.3 Pengaruh Atmosfer Toko terhadap Kepuasan Nasabah .	80
4.3.4 Pengaruh Sistem Antrian Teller, Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Kantor terhadap Kepuasan Nasabah	83
BAB V. PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2 Implikasi	86
5.3 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	89
LAMPIRAN	91

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu	20
Tabel 3.1 Skala Likert	44
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	53
Tabel 4.2 Usia Responden	54
Tabel 4.3 Profesi Responden	55
Tabel 4.4 Pendidikan Responden	56
Tabel 4.5 Lama Menjadi Nasabah	57
Tabel 4.6 Deskripsi Variabel Sistem Antrian Teller (X1)	58
Tabel 4.7 Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	59
Tabel 4.8 Deskripsi Variabel Atmosfer Kantor (X3)	61
Tabel 4.9 Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah (Y)	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas	67
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolinieritas	68
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	69
Tabel 4.16 Hasil Uji t	71
Tabel 4.17 Hasil Uji F	72
Tabel 4.18 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	90
Lampiran 2. Karakteristik Responden	93
Lampiran 3. Rekapitulasi Jawaban Responden	96
Lampiran 4. Uji Validitas	107
Lampiran 5. Uji Reliabilitas	109
Lampiran 6. Uji Normalitas	110
Lampiran 7. Uji Multikolinieritas	112
Lampiran 8. Uji Heteroskedastisitas	113
Lampiran 9. Analisis Regresi Linier Berganda	114
Lampiran 10. R Tabel	115
Lampiran 11. t Tabel	116
Lampiran 12. F Tabel	117

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sistem antrian teller, kualitas pelayanan dan atmosfer kantor terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Jember Alun-Alun. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*. Responden penelitian ini adalah 140 orang responden yang ditentukan dengan teknik *accidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem antrian teller berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun, pihak Bank Mandiri telah menyiapkan beberapa *teller* untuk memberikan layanan kepada nasabahnya sehingga akan mengurangi padatannya antrian yang terjadi ketika nasabah akan melakukan transaksi. Banyaknya *teller* yang tersedia menjadikan pelayanan akan semakin cepat diberikan sehingga akan meminimalisir rasa bosan nasabah. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun, pihak Bank Mandiri selalu mengingatkan para karyawan untuk melayani nasabah dengan cepat dan tanggap, hal ini menjadi acuan untuk pemberian pelayanan terhadap nasabah agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Para karyawan juga diharuskan ramah dan sopan dalam melayani nasabah, hal ini menjadi nilai lebih bagi para nasabah. Dan tmosfer kantor berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun, pihak Bank Mandiri selalu berupaya menciptakan suasana interior dan eksterior yang nyaman dan bersih serta rapi agar para nasabah merasa nyaman dan betah saat akan melakukan transaksi walaupun harus mengantri.

Kata Kunci: Atmosfer Kantor Kepuasan Nasabah Kualitas Pelayanan, Sistem Antrian Teller

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the effect of the teller queuing system, service quality and office Atmosfer on customer satisfaction at PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Jember Alun-Alun Branch. This type of research is explanatory research. The respondents of this study were 140 respondents who were determined by accidental sampling technique. The data analysis method used is multiple linear regression analysis. The results showed that the teller queuing system had an effect on customer satisfaction at Bank Mandiri (Persero) Tbk Jember Alun-Alun branch, Bank Mandiri had prepared several tellers to provide services to its customers so that it would reduce the dense queues that occur when customers are about to make transactions. The more tellers available, the faster the service will be provided, thereby minimizing customer boredom. Service quality affects customer satisfaction at Bank Mandiri (Persero) Tbk Jember Alun-Alun branch, Bank Mandiri always reminds employees to serve customers quickly and responsively, this is a reference for providing services to customers so that customers feel satisfied with the services provided . Employees are also required to be friendly and polite in serving customers, this is an added value for customers. And the office Atmosfer affects customer satisfaction at Bank Mandiri (Persero) Tbk Jember Alun-Alun branch, Bank Mandiri always tries to create a comfortable, clean and tidy interior and exterior Atmosfer so that customers feel comfortable and at ease when making transactions even though they have to queue.

Keywords: Service Quality Customer Satisfaction Office Atmosfer, Teller Queuing System

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bank merupakan lembaga keuangan yang memberikan jasa keuangan yang paling lengkap. Usaha keuangan yang dilakukan disamping menyalurkan dana atau memberikan pinjaman (kredit) juga melakukan usaha menghimpun dana dari masyarakat luas dalam bentuk simpanan. Kemudian usaha bank lainnya memberikan jasa-jasa keuangan yang mendukung dan memperlancar kegiatan memberikan pinjaman dengan kegiatan menghimpun dana. Dunia perbankan saat ini berkembang sangat pesat di Indonesia. Perkembangan tersebut ditandai dengan adanya persaingan antar perusahaan bank. Tiap perusahaan bank terus melakukan perbaikan dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang baik agar menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Salah satu tindakan untuk memuaskan pelanggan, yaitu dengan memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya.

PT. Bank Mandiri adalah bank yang berkantor pusat di Jakarta, dan merupakan bank terbesar di Indonesia dalam hal aset, pinjaman, dan deposit. Bank Mandiri memiliki aset terbesar di Indonesia berdiri pada tahun 1998 dan pada tahun 1999, 4 bank milik pemerintah yaitu Bank Bumi Daya (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Ekspor Impor Indonesia (Bank Exim), dan Bank Pembangunan Indonesia (Bapindo), digabungkan ke dalam Bank Mandiri. Pada akhir tahun 2014 Bank Mandiri bertekad untuk menjadi salah satu bank top 5 di ASEAN. Berdasarkan survei majalah info bank, PT. Bank Mandiri menjadi Bank

terbaik selama 8 tahun berturut turut. Dalam rangka mewujudkan visi Bank Mandiri serta untuk mempertahankan prestasi dituntut untuk semakin meningkatkan kepuasan nasabahnya, salah satunya yaitu dengan melakukan strategi pemasaran relasional untuk tetap mempertahankan nasabahnya.

Kepuasan pelanggan pada dasarnya berhubungan dengan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya (Sunarto, 2004:17). Kepuasan menggambarkan perasaan senang atau kecewa seseorang, yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat memahami salah satu tingkat kepuasan umum, yaitu jika kinerja di bawah harapan maka konsumen akan kecewa, sedangkan jika kinerja sesuai harapan maka konsumen akan puas, dan jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat puas. Pada bank, kepuasan pengguna bisa dilihat dari berbagai faktor diantaranya bagaimana sistem antrian *teller* dan *customer service*, kualitas pelayanan, dan suasana (*atmosfer*) ruangan kantor.

Sistem antrian pada bank menjadi salah satu faktor dalam menilai kepuasan nasabah. Menurut Gross dan Haris (2007) sistem antrian adalah kedatangan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan, menunggu untuk dilayani jika fasilitas pelayanan (*server*) masih sibuk, mendapatkan pelayanan dan kemudian meninggalkan sistem setelah dilayani. Pengembangan sistem antrian sangat berpengaruh terhadap peningkatan kebutuhan dan keinginan masyarakat dalam mengefesienkan waktu agar mampu memberikan kemudahan, kecepatan,

dan kepraktisan dalam berinteraksi. Sejalan dengan hal tersebut, penelitian yang dilakukan oleh Liliana (2017) serta Cahyadi (2018) yang menunjukkan bahwa sistem antrian berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sistem antrian yang efektif dan tidak terlalu panjang akan menjadikan nasabah merasa puas. Pada bank Mandiri sendiri sistem antriannya yaitu secara berurutan berdasarkan waktu kedatangan nasabah. Nasabah akan diberi nomor antrian sesuai urutan kedatangan sehingga tidak akan terjadi pendahuluan nasabah yang datang lebih lambat dari nasabah sebelumnya. Namun sistem antrian pada *teller* Bank Mandiri masih dilakukan dengan cara berdiri sehingga jika antrian yang terjadi sangat panjang maka akan cukup melelahkan bagi para nasabah. Selain itu efektivitas pelayanan juga masih dikatakan kurang baik karena pada saat melakukan transaksi banyak nasabah yang berada dalam antrian. Hal ini menunjukkan bahwa antara petugas pemberi layanan dengan kapasitas nasabah tidak seimbang dan tentu bisa menimbulkan ketidakpuasan bagi nasabah.

Selain sistem antrian, kualitas pelayanan juga menjadi suatu keharusan bagi perusahaan agar mampu bertahan dalam mengatasi persaingan, tetap mendapat kepercayaan dari pelanggan, serta menciptakan kepuasan. Tjiptono (2006:59) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan yang bermutu akan menciptakan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan berpengaruh pada kemajuan perusahaan. Adanya kualitas pelayanan yang baik di suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Salah satu tindakan untuk

memuaskan pelanggan, yaitu dengan memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Pelayanan tersebut dapat berupa kecepatan dan ketepatan waktu dalam melayani pelanggan, tanggap terhadap keluhan pelanggan, serta memberikan pilihan solusi yang terbaik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh oleh Azizah (2020), Handika dan Susanti (2019), Susanti dan Syahrian (2019), Frenos dan Gwen (2019), Agus (2018), Yuliana (2017) serta Oktrechia *et al* (2016) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan, akan menjadikan pelanggan puas sehingga akan menjadi pelanggan yang loyal pada perusahaan. Pada Bank Mandiri, pelayanan yang diberikan diupayakan adalah pelayanan yang terbaik. Beberapa pelayanan yang baik tersebut ditunjukkan dengan pelayanan dari karyawan seperti satpam yang ramah saat nasabah datang dan selesai melakukan transaksi. Selain itu pelayanana yang baik juga dilakukan oleh *teller* dan *customer serice*, dimana para karyawan melayani nasabah dengan ramah, cepat dan tanggap terhadap kepentingan nasabah. Hal ini tentu akan menjadi nilai tambah dibenak nasabah sehingga nasabah akan merasa puas pada pelayanan di Bank Mandiri.

Atmosfer kantor juga menjadi hal yang penting untuk kenyamanan nasabah. Menurut Foster (2008:61) adalah gambaran suasana keseluruhan dari sebuah bank yang diciptakan oleh elemen fisik (*eksterior, interior, layout, display*) dan elemen psikologis (kenyamanan, pelayanan, kebersihan, ketersediaan barang, kreativitas, promosi, teknologi). Atmosfer bank yang menarik akan mendorong konsumen untuk melakukan transaksi kembali

dikemudian hari. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Melinda (2019) dan Okrechia *et al* (2016) yang menunjukkan bahwa atmosfer berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana atmosfer yang nyaman akan menjadikan pelanggan puas dan akan datang kembali. Pada Bank Mandiri, atmosfer kantor diupayakan dengan baik dimana ruangan disusun secara tertata rapi, menciptakan suasana ruangan yang nyaman seperti adanya pengharum ruangan dan adanya pendingin ruangan. Serta penataan ruangan seperti tata letak kursi tunggu nasabah, letak *teller* dan letak *customer service* yang baik untuk memudahkan para nasabah agar tidak kebingungan dalam bertransaksi di bank.

Urgensi penelitian ini yaitu berdasarkan hasil survey dapat diketahui bahwa terdapat beberapa keluhan dari nasabah PT Bank Mandiri PT. Bank Mandiri Persero Tbk. Cabang Jember Alun-alun. Beberapa nasabah merasa tidak puas dengan sistem antrian yang panjang walaupun jumlah teller sudah banyak, hal ini dikarenakan nasabah harus berdiri menunggu giliran. Selain itu masih terdapat beberapa karyawan yang tidak tanggap terhadap kepentingan nasabah dan melayani nasabah kurang ramah. Serta atmosfer kantor yang terlalu dingin bagi beberapa nasabah menjadikan kurang nyamannya nasabah saat menunggu. Hal ini menjadi pertimbangan bagi perusahaan untuk membuktikan apakah ketiga variabel tersebut merupakan hal penting untuk menciptakan kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Persero Tbk. Cabang Jember Alun-alun.

Berdasarkan rinciannya uraian diatas, PT. Bank Mandiri Tbk. kantor cabang Jember Alun-Alun harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk mendapatkan kepuasan konsumen.

1.2 Rumusan Masalah

Kepuasan pada suatu bank merupakan hal penting karena perusahaan jasa akan bertahan ketika nasabah akan menjadi nasabah yang loyal. Berbagai faktor dapat mempengaruhi kepuasan nasabah seperti hal yang diupayakan oleh PT. Bank Mandiri Persero Tbk. Cabang Jember Alun-alun diantaranya yaitu sistem antrian yang baik dimana nasabah diberikan nomor antrian, keualitas pelayannya yang baik yaitu dengan memberikan pelayanan yang ramag, cepat dan tanggap terhadap kepentingan nasabah, serta menciptakan atmosfer kantor yangh nyaman dengan adanya fasilitas pengharum ruangan dan pendingin ruangan sehingga nasabah akan betah untuk menunggu beberapa waktu. Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

- 1) Apakah sistem antrian teller berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Persero Tbk. Cabang Jember Alun-alun?
- 2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Persero Tbk. Cabang Jember Alun-alun?
- 3) Apakah atmosfer kantor berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Persero Tbk. Cabang Jember Alun-alun?
- 4) Apakah sistem antrian, kualitas pelayanan dan atmosfer kantor secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Persero Tbk. Cabang Jember Alun-alun?
- 5) Variabel manakah diantara sistem antrian, kualitas pelayanan dan atmosfer kantor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank

Mandiri Persero Tbk. Cabang Jember Alun-alun?

1.3 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan rumusan masalah diatas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu:

- 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sistem antrean teller terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Persero Tbk. Cabang Jember Alun-alun.
- 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Persero Tbk. Cabang Jember Alun-alun.
- 3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh atmosfer kantor terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Persero Tbk. Cabang Jember Alun-alun.
- 4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh sistem antrean, kualitas pelayanan dan atmosfer kantor secara simultan terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Persero Tbk. Cabang Jember Alun-alun.
- 5) Untuk mengetahui variabel mana diantara sistem antrean, kualitas pelayanan dan atmosfer kantor yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di PT. Bank Mandiri Persero Tbk. Cabang Jember Alun-alun.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang bersangkutan, baik manfaat secara teoritis maupun praktis, diantaranya :

1) Manfaat Teoristis

a) Bagi Perusahaan

Dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan, sehingga penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan oleh pihak perusahaan yang mengacu pada kemajuan perkembangan perusahaan, mengenai pengaruh sistem antrean, kualitas pelayanan dan atmosfer kantor terhadap kepuasan nasabah.

b) Bagi Peneliti

Sebagai penerapan atas ilmu-ilmu yang diperoleh selama dalam bangku perkuliahan.

c) Bagi Pembaca

Dapat menambah ilmu pengetahuan, wawasan, dan pengembangan terkait dengan variabel independent yang sudah dijabarkan.

2) Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan sebagai pengkajian dalam menciptakan kepuasan nasabah bagi perusahaan.

1.5 Batasan Penelitian

Pembatasan masalah diberikan agar menghindari semakin meluasnya permasalahan yang akan dibahas, maka pembatasan dari penelitian ini :

- 1) Penelitian dilakukan di PT. Bank Mandiri kantor cabang Jember, dengan periode waktu penelitian pada bulan Maret – April 2021.
- 2) Responden terbatas pada nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Peneliti Terdahulu yang Relevan

Beberapa penelitian terdahulu yang dapat dijadikan sebagai rujukan atau referensi dapat dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Penelitian Jumaid, Firmasyah dan Saputra (2020) yang berjudul Analisis Sistem Antrian dan Atmosfer terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Ahmad Yani Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh sistem antrian dan atmosfer terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner terhadap 100 orang yang merupakan nasabah PT Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Ahmad Yani Makassar. Metode analisis data dilakukan dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem antrian berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($11,468 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Dan atmosfer berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($11,468 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik sistem antrian dimana setiap nasabah dilayani dengan baik tanpa tergesa – gesa dan dengan pelayanan yang cepat akan membuat nasabah merasa puas karena layanan tersebut sehingga nasabah menjadi loyal dan mereka akan

kembali lagi. Selain itu atmosfer yang nyaman akan membuat nasabah menjadi betah menunggu dan puas terhadap perusahaan tersebut.

- 2) Penelitian Nur Azisah (2020) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah BMT Al-Birry di Kabupaten Pinrang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas layanan dalam hal ini keandalan, responsivitas, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Serta untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara simultan keandalan, responsivitas, jaminan, empati dan wujud terhadap kepuasan nasabah. Sekaligus untuk mengetahui variabel yang dominan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode deskriptif yang menitikberatkan pada pengujian hipotesis. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner (angket) dan metode yang digunakan pada pengujian analisis data adalah regresi linear berganda, uji t, uji F, Koefisien Determinasi (R^2). Berdasarkan hasil pengujian uji F simultan (bersama-sama) menunjukkan bahwa variabel keandalan, responsivitas, jaminan, empati dan bukti fisik mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dibuktikan dengan $F_{hitung} 20,574 > F_{tabel} 2,31$. Hasil pengujian uji T menunjukkan variabel keandalan dan empati mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dibuktikan dengan keandalan (X_1) sebesar $0,039 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,096 > t_{tabel} 1,990$ dan empati (X_4) sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,392 > t_{tabel} 1,990$. Sedangkan variabel responsivitas, jaminan dan bukti fisik tidak mempunyai pengaruh yang

signifikan terhadap kepuasan nasabah dibuktikan dengan Responsivitas (X2) sebesar $0,113 > 0,05$ dan nilai t hitung $1,603 < t$ tabel $1,990$, Jaminan (X3) sebesar $0,347 > 0,05$ dan nilai t hitung $0,869 < t$ tabel $1,990$ dan Bukti Fisik (X5) sebesar $0,199 < 0,05$ dan nilai t hitung $1,295 > t$ tabel $1,990$. Pada pengujian regresi linear berganda diperoleh persamaan regresi $Y = 0,188X_1 + 0,126X_2 + 0,070X_3 + 0,328X_4 + 0,133X_5$ yang menunjukkan bahwa variabel dominan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah BMT Al-Birry adalah variabel keandalan dengan nilai koefisien $0,188X_1$ dan empati (X4) dengan nilai koefisien $0,328$.

- 3) Riki Handika, Febsri Susanti (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit pada PT. BPR JKT Pariaman. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles terhadap kepuasan kredit nasabah pada PT. BPR JKT Pariaman. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman. Teknik pengambilan sampel adalah random sampling, sedangkan jumlah sampel yang digunakan untuk analisis adalah 86 klien. Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah regresi linier berganda. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel independen yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy dan tangibles. Variabel yang mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman adalah responsivitas, jaminan, dan empati. Sedangkan nilai koefisien korelasi yang diperoleh dalam penelitian ini sebesar $0,970$ hal ini menunjukkan bahwa terdapat

hubungan yang sangat kuat antara reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan tangibles terhadap kepuasan kredit nasabah pada PT. BPR JKT Pariaman. Untuk koefisien determinasi dalam penelitian ini didapatkan sebesar 0,937 atau sama dengan 93,7%. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman yang dapat dijelaskan oleh kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan tangibles sebesar 93,7%, sedangkan 6,3% diduga dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti kepercayaan, persepsi nilai pelanggan, dan citra perusahaan. . Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linier berganda ditemukan bahwa variabel reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman. Penelitian ini memberikan rekomendasi praktis bagi manajemen PT. BPR JKT Pariaman untuk terus meningkatkan responsivitas, jaminan, dan empati di masa mendatang. Hal ini disebabkan responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR JKT Pariaman.

- 4) Yora Melinda (2019) Pengaruh Kedekatan Emosional dan Atmosfer terhadap Loyalitas Nasabah BRI Link. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kedekatan emosional dan Atmosfer terhadap loyalitas nasabah BRI Link. Untuk mengungkap persoalan tersebut secara mendalam dan menyeluruh, peneliti menggunakan metode kuantitatif teknik penentuan sampel menggunakan accidental sampling dengan pengumpulan data primer berupa angket yang disebarakan pada 45 orang responden. Penelitian ini

meneliti pada BRI Link Batu Belarik, BRI Link Embong Sido, BRI Link Gunung Agung. Berdasarkan hasil yang diperoleh dari pengolahan dan analisis data dengan menggunakan regresi linier berganda dengan alat bantu software SPSS. Kemudian data tersebut diuraikan, dianalisis dan dibahas untuk menjawab permasalahan yang diajukan. Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kedekatan emosional dan Atmosfer secara bersama-sama mempengaruhi variabel dependen yaitu loyalitas nasabah dengan hasil koefisien sebesar 0,751 dengan persentase 75,1 %. Hal ini berarti terjadi hubungan yang kuat antara variabel X1 dan X2 terhadap variabel Y.

- 5) Novia Susanti dan Arsyad Syahrian (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang. Metode Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, yaitu dengan mendeskripsikan keadaan responden serta deskripsi variabel penelitian. Sifat penelitian dalam penelitian ini, populasi sebanyak 3207 orang dan sampel sebanyak 97 orang menggunakan sampel slovin. Teknik analisis data menggunakan Uji Validitas, Reliabilitas, Uji Koefisien Korelasi, Uji Linier Regresi Sederhana, Uji Signifikan (t), serta koefisien determinasi (R²) dengan menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistik Versi 24. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel independen yang di uji berpengaruh secara bersama-sama positif dan signifikan terhadap variabel dependen

melalui uji t, korelasinya sebesar 0,997 menandakan hubungan yang sangat kuat, dan regresinya yaitu $Y = 0,622 + 0,896 X$ artinya setiap perubahan nilai variabel independen (X) akan diikuti oleh perubahan variabel dependen (Y) yaitu sebesar 9,312, sedangkan angka Adjusted R Square sebesar 0,995 menunjukkan 99,5% variasi atas kepuasan nasabah yang dapat dijelaskan oleh variabel independen tersebut, dimana sisanya 0,5% dijelaskan oleh variabel-variabel lain diluar penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial dan simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang. Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

- 6) Jhon Fernos dan Gwen (2019) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking pada Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh reliability, responsiveness, assurance (jaminan), empati (empati) dan bukti langsung (tangibles) terhadap kepuasan nasabah mobile banking pada Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat. Desain penelitian korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah perbankan syariah di Kota Surakarta yang dijadikan sampel sebanyak 100 nasabah mobile banking pada Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat dengan proporsi pengambilan sampel random sebagai teknik pengambilan sampel. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier berganda (multiple regression analysis). Hasil penelitian

menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel tangible (X1) terhadap kepuasan nasabah Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat. Tidak ada pengaruh variabel reliabilitas (X2) terhadap kepuasan nasabah Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat. Tidak ada pengaruh variabel responsiveness (X3) terhadap kepuasan konsumen. Ada pengaruh variabel jaminan (X4) terhadap kepuasan konsumen. Terdapat pengaruh variabel empati (X5) terhadap kepuasan konsumen.

- 7) Cahyadi (2018) Pengaruh Pelayanan Sistem Antrian dan Fasilitas terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Unmul Samarinda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan sistem antrian dan fasilitas secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Cabang Unmul Di Samarinda. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri variabel independen yaitu variabel pelayanan sistem antrian (X1), variabel fasilitas (X2) dan variabel dependen adalah kepuasan nasabah (Y). Pengambilan sampel dengan menggunakan metode non probability sampling yaitu purposive sampling. Berdasarkan kriteria tertentu diperoleh sampel sebanyak 100 responden untuk memperoleh data dalam bentuk statistik menggunakan software SPSS 20. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah regresi linier berganda. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, kuisioner, dokumentasi. Hasil penelitian menjelaskan bahwa variabel pelayanan sistem antrian (X1), fasilitas (X2), secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada

bank BNI kantor cabang pembantu unmul Samarinda (Y). Hasil uji t diketahui bahwa secara parsial variabel pelayanan sistem antrian (X1), dan fasilitas (X2), dinyatakan signifikan. Dan variabel yang paling berpengaruh adalah pelayanan sistem antrian.

- 8) Agus (2018) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Mandiri Persero Tbk Cabang Pinrang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Mandiri Persero Cabang Pinrang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah karyawan PT. Bank Mandiri Tbk cabang Pinrang dengan total populasi sebanyak 31 orang. Metode pengambilan data menggunakan kuesioner. Metode analisis yang digunakan adalah Analisis Statistik Deskriptif, Analisis Regresi Sederhana, Analisis Uji Product Moment dan Koefisien Determinasi. Penelitian menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan di PT. Mandiri Tbk cabang Pinrang yang hasilnya dikategorikan sudah berjalan dengan baik. hal ini ditinjau dari bukti fisik yang diterima nasabah, tanggung jawab dan kepedulian terhadap nasabah, kemampuan yang dimiliki karyawan, adanya jaminan seperti kepastian waktu yang diberikan kepada nasabah serta rasa empati atau perhatian yang tulus yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah. Untuk kepuasan nasabah pada PT. Mandiri cabang Pinrang yang hasilnya dikategorikan baik dengan melihat kualitas dan kuantitas yang dimiliki karyawan, produk, harga, promosi, lokasi, pelayanan karyawan, fasilitas dan suasana yang

diberikan kepada nasabah. Secara simultan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan nasabah. Sehingga hal ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri Tbk. Cabang Pinrang.

- 9) Rika Yuliana (2017) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy) dan bukti langsung (tangibles) terhadap kepuasan nasabah perbankan syariah. Adapun desain penelitian adalah korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah perbankan Syariah di Kota Surakarta, adapun sampel penelitian sebanyak 100 nasabah perbankan Syariah di Kota Surakarta dengan proportion random sampling sebagai teknik pengambilan sampel. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linear berganda (multiple regression analysis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh variabel tangible (X1) terhadap kepuasan nasabah perbankan Syari'ah di Kota Surakarta. Terdapat pengaruh variabel reliability (X2) terhadap kepuasan nasabah perbankan Syari'ah di Kota Surakarta. Terdapat pengaruh variabel responsiveness (X3) terhadap kepuasan nasabah perbankan Syari'ah di Kota Surakarta. Terdapat pengaruh variabel assurance (X4) terhadap kepuasan nasabah perbankan Syari'ah di Kota Surakarta. Tidak terdapat pengaruh variabel emphaty (X5) terhadap kepuasan nasabah perbankan

Syari'ah di Kota Surakarta.

- 10) Liliana (2017) Analisis Sistem Antrian terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ampera Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kinerja sistem antrian yang saat ini diterapkan pada PT Bank Negara Indonesia (Pesero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ampera Palembang. Berdasarkan hasil penelitian, model M / M / S (Multiple Channel Query System) yang dikembangkan oleh PT Bank Negara Indonesia (Pesero) Tbk. Kantor Cabang Ampera Palembang sudah baik karena waktu terlalu lama yang dibutuhkan oleh nasabah dalam antrian hanya 2.2366 menit dan antrian terpanjang hanya sebanyak 2.3875 orang dan ini hanya terjadi dalam kurun waktu pukul 10.00-11.00 setiap hari. Namun terkadang pada waktu-waktu tertentu hanya ada tiga teller yang beroperasi karena ada satu teller yang digunakan untuk melayani pelanggan yang akan membayar pajak dan gaji dan gaji khusus saluran ini tidak menggunakan kartu antrian. Hal ini mengakibatkan peningkatan rata-rata jumlah pelanggan yang mengantri selama periode 10.00 - 11.00 sebanyak 10.5215 pelanggan. Hal ini dapat dibuktikan berdasarkan perhitungan diatas bahwa pada jam sibuk 10.00 - 11.00 jumlah pelanggan yang mengantri sebanyak 2.3857 dan saat ada penugasan satu orang teller maka pelanggan yang mengantri hingga 12, 9027, dan terjadi peningkatan rata-rata jumlah waktu yang dibutuhkan pelanggan pada antrian sebelumnya adalah 2.2366 menit menjadi 12.1005. Oleh karena itu PT. Bank Negara Indonesia (Pesero) Tbk. Kantor Cabang

Ampera Palembang perlu memperhatikan tingkat kedatangan nasabah dan tingkat antrian yang terjadi setiap harinya, agar kinerja operasional PT Bank Negara Indonesia (Pesero) Tbk. Kantor Cabang Ampera Palembang secara keseluruhan tidak terganggu dan proses transaksi dapat berjalan dengan optimal sehingga tidak membuat nasabah terlalu lama antri dalam bertransaksi.

- 11) Dewi Ayuni Oktrechia, Ice Kamela, Yulihar Mukhtar (2016) Analisis Pengaruh Atmosfer Toko, Kualitas Pelayanan dan Citra Toko terhadap Kepuasan Pelanggan pada Barbershop Soopercut Kota Padang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh store Atmosfer, service quality dan store citra tentang kepuasan pelanggan di Soopercut Barbershop Padang. Penelitian ini adalah studi kuantitatif dimana pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner yang dibagikan kepada PT delapan puluh responden, dan menggunakan metode accidental sampling. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menemukan bahwa: (1) Store atmosfer memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Soopercut Barbershop Padang. (2) Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Soopercut Barbershop Padang. (3) Citra toko memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di PTSoopercut Barbershop Padang.

Tabel 2.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu dengan
Penelitian Sekarang.

No	Nama	Persamaan	Perbedaan
1.	Jumaid, Firmasyah dan Saputra (2020)	-Metode Analisis : Analisis Regresi Linear Berganda -Variabel (X) : Sistem Antrian dan Atmosfer -Variabel (Y) : Kepuasan Nasabah	-Objek Penelitian : PT Bank BCA Cabang Ahamd Yani Makassar
2.	Nur Azisah (2020)	-Metode Analisis : Analisis Regresi Linear Berganda -Variabel (X) : Kualitas Pelayanan	-Objek Penelitian : BMT Al-Birry di Kabupaten Pinrang
3.	Riki Handika, Febsri Susanti (2019)	-Metode analisis : Analisis Regresi Linier Berganda -Variabel (X) : Kualitas Layanana	-Objek Penelitian : PT. BPR JKT Pariaman
4.	Yora Melinda (2019)	-Metode Analisis : Analisis Regresi Linear Berganda -Variabel (X) : Kualitas Pelayanan	-Objek Penelitian : BRI Link.
5.	Novia Susanti dan Arsyad Syahrian (2019)	-Variabel (X) : Kualitas Pelayanan	-Objek Penelitian : PT Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang Metode Analisis : Analisis Regresi Linear Sederhana
6.	Jhon Fernos dan Gwen (2019)	-Metode Analisis : Anallisis Regresi Linier Berganda -Variabel (X) : Kualitas Pelayanan	-Objek Penelitian : Mobile Banking pada Bank Pembangunan Daerah Profinsi Sumatra Barat.
7.	Cahyadi (2018)	-Metode Analisis : Analisis Regresi Linier Berganda -Variabel (X) : Sistem Antrian	-Objek Penelitian : Bank BNI Kantor Cabang Pembantu Unmul Samarinda.

8.	Agus (2018)	-Variabel (X) : Kualitas Layanan	-Objek Penelitian : PT Bank Mandiri Persero Tbk Cabang Pinrang -Metode Analisis : Analisis Regresi Linier Sederhana
9.	Rika Yuliana (2017)	-Metode Analisis : Analisis Regresi Linier Berganda - Variabel (X) : Kualitas Layanan	-Objek Penelitian: Perbankan Syariah
10.	Liliana (2017)	-Metode Analisis : Analisis Regresi Linier Berganda -Variabel (X) : Sistem Antrian	-Objek Penelitian: PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Pembantu Ampera Palembang
11.	Dewi Ayuni Oktrechia, Ice Kamela, Yulihar Mukhtar (2016)	-Metode Analisis : Analisis Regresi Linier Berganda	-Objek Penelitian : Barbershop <i>Soopercut</i> Kota Padang

Sumber: data diolah (2021)

Adapun penelitian ini memiliki persamaan dengan penelitian terdahulu dalam hal variabel sistem antrian, kualitas pelayanan, Atmosfer kantor dan metode analisis yang menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefesien determinasi (R^2) serta uji hipotesis. Namun demikian terdapat perbedaan pada objek, waktu, dan alokasi penelitian. Objek pada penelitian ini adalah PT. Bank Mandiri kantor cabang Alun-alun Jember.

2.2 Kajian Teori

Landasan teori menurut Sugiyono (2012) adalah teori-teori yang dapat digunakan untuk menjelaskan tentang variable yang akan diteliti, serta sebagai dasar untuk memberikan jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan dan penyusunan instrument penelitian. Dalam kajian teori biasa terdapat penjelasan variabel-variabel yang akan dijelaskan. Landasan teori merupakan

salah satu alat pedoman yang penting dalam membantu proses penelitian. Keberadaan dari konsep dasar akan memberikan gambaran awal mengenai alur penelitian yang dijadikan analisis selanjutnya.

2.2.1 Manajemen Pemasaran

Konsep pemasaran adalah kegiatan perencanaan pemasaran untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu kepuasan pelanggan. Segala aktifitas yang menganut konsep pemasaran harus diarahkan untuk memenuhi tujuan tersebut.

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisisan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang dibuat untuk membentuk, membangun, dan memelihara keuntungan dari pertukaran melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi (perusahaan) dalam jangka panjang (Sofjan Assauri, 2013:12). Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan jasa untuk menghasilkan pertukaran yang memuaskan individu dan memenuhi tujuan organisasi (Alma, 2011:5). Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial (Basu Swastha, 2008:5).

Pemasaran adalah hasil prestasi kerja kegiatan usaha yang berkaitan dengan mengalirnya barang dan jasa dari produsen sampai ke konsumen (American Marketing Association, 1960). Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan, pemikiran, penetapan harga promosi, serta penyaluran gagasan

barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dalam organisasi (Philip Kotler, 2005:9).

2.2.2 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsi, dan penghabisan produk atau jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan tersebut (Sopiah dan Sangadji, 2013:7).

Perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi (Griffin *dalam* Sopiah dan Sangadji, 2013:8). Perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen (Hasan., 2013:161). Perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini.

Perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka (Kotler dan Keller, 2009:166). Perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatan-kegiatan

tersebut. Perilaku konsumen memiliki kepentingan khusus bagi orang yang dengan berbagai alasan berhasrat untuk mempengaruhi atau mengubah perilaku tersebut, termasuk orang yang kepentingan utamanya adalah pemasaran. Tidak mengherankan jika studi tentang perilaku konsumen ini memiliki akar utama dalam bidang ekonomi terlebih lagi dalam pemasaran (Sunyoto, 2012:251).

2.2.3 Kepuasan Nasabah

Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Dalam pendekatan TQM (*total quality manajemen*), kualitas ditentukan oleh pelanggan (Tjiptono, 2001). Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Sunarto, 2004:17). Kepuasan pelanggan adalah persepsi individu pelanggan mengenai kinerja dari suatu produk atau jasa dan hubungannya dengan ekspektasi mereka (Shciffman dan Kanuk, 2010:29).

Penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan memiliki hubungan dengan perilaku konsumen dan mengidentifikasi beberapa tipe konsumen. Di sisi positif, konsumen yang merasa sangat puas akan mempertahankan pembelian, mereka akan mendapatkan pengalaman yang melebihi ekspektasinya dan mereka akan memberikan rekomendasi yang sangat positif tentang perusahaan kepada orang lain. Namun di sisi negatifnya, konsumen yang merasa biasa saja atau bahkan tidak puas akan berhenti melakukan bisnis dengan perusahaan, lebih jauh lagi mereka akan memberikan rekomendasi yang

buruk tentang perusahaan kepada orang lain. Indikator kepuasan nasabah adalah sebagai berikut :

- 1) Kepuasan Nasabah Keseluruhan (*overall customer service*) Indikator yang menunjukkan tingkat kepuasan nasabah terhadap penyedia jasa pelayanan secara keseluruhan.
- 2) Dimensi kepuasan nasabah Pelanggan menilai dari produk/jasa perusahaan berdasarkan item-item seperti kecepatan pelayanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan.
- 3) Konfirmasi Harapan (*confirmation of expectation*) Indikator yang menunjukkan kesesuaian produk atau jasa yang dipersepsikan oleh pelanggan (*expectation*).
- 4) Niat beli ulang (*repurchase intention*) yaitu pengalaman yang dirasakan terhadap pelayanan yang diberikan serta minat untuk berbelanja/menggunakan jasa bank kembali
- 5) Kesiapan untuk merekomendasi (*willingness to recommend*) Kesiapan pelanggan untuk mempromosikan atau merekomendasikan kepada orang lain berdasarkan pengalaman masa lalu
- 6) Ketidakpuasan Pelanggan (*customer dissatisfaction*) Indikator yang menunjukkan hubungan selama menjalin dengan perusahaan, antara puas atau tidak puas terhadap perusahaan tersebut.

2.2.4 Sistem Antrian

Antrian adalah garis-garis tunggu dari orang-orang, barang-barang, komponen-komponen dan kertas kerja harus menunggu untuk mendapatkan jasa

layanan (Pangestu Subagyo, 1991: 2550). Sistem antrian adalah kedatangan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan, menunggu untuk dilayani jika fasilitas pelayanan (server) masih sibuk, mendapatkan pelayanan dan kemudian meninggalkan sistem setelah dilayani (Gross dan Haris, 2007). Sistem antrian yang digunakan Bank Mandiri adalah saluran ganda (*multichannel*), sedangkan proses seorang nasabah yang akan melakukan transaksi pada teller menunjukkan hanya ada satu tahap (*single phase*).

Jalur antrian teller dibedakan berdasarkan jenis transaksinya yaitu jalur umum, setoran tunai dan khusus. Hal ini difungsikan untuk efisiensi kecepatan transaksi. Indikator sistem antrian *teller* adalah jadwal pelayanan, proses pendaftaran, waktu tunggu, kejelasan alur pelayanan yang diberikan sarana dan prasarana. Kakiay (2009 : 36) indikator sistem antrian sebagai berikut :

1) Pola kedatangan

Pola kedatangan merupakan cara bagaimana individu-individu dari populasi memasuki sistem. Untuk pola kedatangan menggunakan asumsi distribusi probabilitas poisson, yaitu salah satu dari pola-pola kedatangan yang paling umum bila kedatangan didistribusikan secara random.

2) Perilaku konsumen

Tindakan-tindakan individu yang melibatkan pembelian penggunaan barang dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut sebagai pengalaman dengan produk, pelayanan dari sumber lainnya.

3) Aturan antrian

Aturan keputusan yang menjelaskan cara melayani pengantri, misalnya datang awal dilayani dulu, datang terakhir dilayani dulu, berdasar prioritas, dan secara random.

2.2.5 Atmosfer Kantor

Store atmosphere adalah status afeksi dan kognisi yang dipahami konsumen dalam suatu toko, walaupun mungkin tidak sepenuhnya disadari pada saat berbelanja (Sutisna & Pawitra, 2001). Suasana toko (*store atmosphere*) merupakan kombinasi dari karakteristik fisik toko seperti arsitektur, tata letak, pencahayaan, pemajangan, warna, temperatur, musik, aroma secara menyeluruh akan menciptakan citra dalam bentuk konsumen (Utami, 2010).

Atmosfer merupakan suasana yang tercipta dalam sebuah lingkungan yang di stimulasikan melalui komunikasi visual, pencahayaan. Warna, musik, aroma dan interior yang bias mempengaruhi persepsi dan emosi. Hal ini yang akan mendatangkan kesukaan, kepuasan, dan meningkatkan loyalitas karyawan. *Atmosfer* berasal dari bahasa Inggris yaitu *atmosphere* yang berarti suasana. Secara umum, pengertian atmosfer adalah gambaran suasana keseluruhan dari sebuah bank yang diciptakan oleh elemen fisik (*eksterior, interior, layout, display*) dan elemen psikologis (kenyamanan, pelayanan, kebersihan, ketersediaan barang, kreativitas, promosi, teknologi). Atmosfer bank yang menarik akan mendorong konsumen untuk berbelanja. *Atmosfer* bank juga akan mempengaruhi konsumen untuk datang kembali, mempertimbangkan penawaran yang diberikan, kecenderungan untuk melakukan transaksi lebih dari yang direncanakan, dan berbagai kemungkinan (Foster, 2008:61).

Menciptakan dan memelihara citra sangat tergantung pada suasana suatu tempat. Suasana mengacu pada karakteristik fisik yang digunakan untuk mengembangkan citra dan untuk menarik pelanggan. Atmosfer berkontribusi besar terhadap gambar yang diproyeksikan kepada konsumen. Atmosfer dipahami melalui perasaan psikologis pelanggan ketika mengunjungi sebuah lokasi. Banyak orang membentuk kesan sebelum memasuki atau hanya setelah memasuki tempat tersebut. Konsumen bisa menilai sebuah tempat sebelum memeriksa isi tempat tersebut. Suasana tempat dapat mempengaruhi kenikmatan orang dalam berwisata dan menghabiskan waktu pada tempat wisata tersebut (Philip Kotler, 1973).

Indikator *atmosfer* kantor meliputi *flooring* (lantai), *color and lightening* (warna dan pencahayaan), *scent and sound* (aroma dan musik), *fixture* (penempatan), *temperature* (suhu udara), *width of aisles* (lebar gang), *cleanliness* (kebersihan). Berikut penjelasan setiap indikatornya.

1) Lantai (*Flooring*)

Penentuan jenis lantai, ukuran, desain dan warna lantai sangat penting, karena nasabah dapat mengembangkan persepsi mereka berdasarkan apa yang mereka lihat.

2) Warna dan Pencahayaan (*Color and Lightening*)

Setiap bank harus mempunyai pencahayaan yang cukup untuk mengarahkan atau menarik perhatian nasabah ke daerah tertentu dari bank. Nasabah yang berkunjung akan tertarik pada sesuatu yang paling terang yang berada dalam pandangan mereka. Tata cahaya yang baik mempunyai kualitas dan warna

yang dapat membuat suasana yang ditawarkan terlihat lebih menarik, terlihat berbeda bila dibandingkan dengan keadaan yang sebenarnya.

3) Aroma dan Musik (*Scent and Sound*)

Tidak semua bank memberikan pelayanan ini, tetapi jika layanan ini dilakukan akan memberikan suasana yang lebih santai pada nasabah.

4) Penempatan (*Fixture*)

Memilih peralatan penunjang dan cara penempatan meja harus dilakukan dengan baik agar didapat hasil yang sesuai dengan keinginan. Karena penempatan meja yang sesuai dan nyaman dapat menciptakan image yang berbeda pula

5) Suhu Udara (*Temperature*)

Pengelola bank harus mengatur suhu udara, agar udara dalam ruangan jangan terlalu panas atau dingin.

6) Lebar Gang (*Width of Aisles*)

Jarak antara meja dan kursi harus diatur sedemikian rupa agar nasabah merasa nyaman dan betah berada dibank.

7) Kebersihan (*Cleanliness*)

Kebersihan dapat menjadi pertimbangan utama bagi nasabah mengunjungi bank tersebut.

2.2.6 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu strategi manajemen pemasaran. Kualitas pelayanan menjadi salah satu keharusan yang dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Kualitas

merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sebaliknya, definisi kualitas yang bervariasi dari yang kontroversional hingga kepada yang lebih strategis (Goeth dan Davis yang dikutip Tjiptono, 2012:51).

Terdapat lima perspektif mengenai kualitas, salah satunya yaitu bahwa kualitas dilihat tergantung pada orang yang menilainya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang merupakan produk yang berkualitas paling tinggi (Garvin yang dikutip Tjiptono, 2012:143). Kualitas pelayanan (*service quality*) sebagai hasil persepsi dan perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan (Gronroos et al dalam Pujawan, 1997). Kualitas pelayanan adalah hasil persepsi di benak pelanggan setelah mereka membandingkan antara persepsi kualitas yang mereka terima (*perceived service*) dengan harapan mereka terhadap layanan tersebut (*expected service*) (Prasetyo dan Miftahul, 2012:72).

Terdapat 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* (pengalaman yang diharapkan) dan *perceived service* (pelayanan yang diterima) (Parasuraman, 1994). Lima dimensi kualitas pelayanan (*servqual*) yang digunakan konsumen untuk menilai atau menentukan kualitas pelayanan, yaitu (Parasuraman dalam Lupiyoadi (2001:148):

- 1) Bukti fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- 2) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan

pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

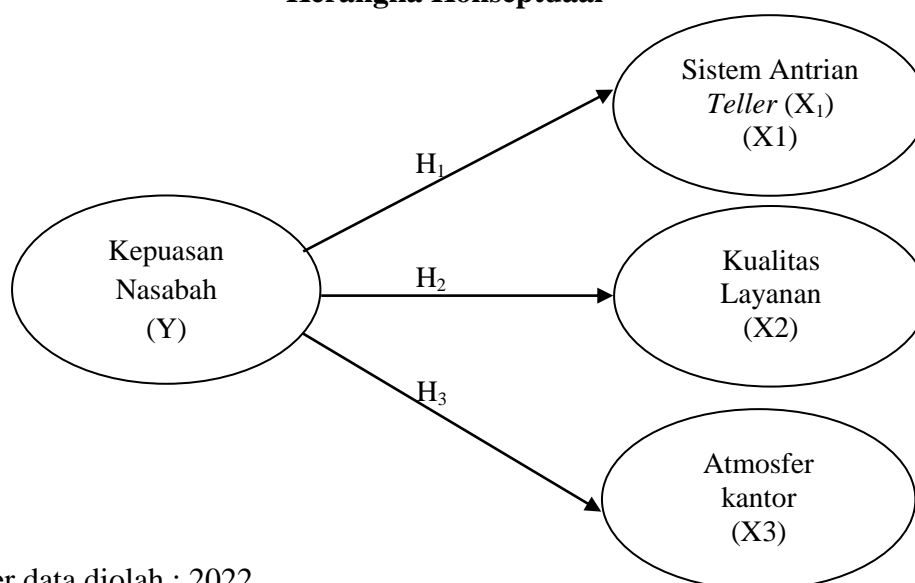
- 3) Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- 4) Jaminan (*assurance*), yaitu suatu kemampuan dan kesopansantunan dari para karyawan dimana hal ini dapat menanamkan kepercayaan dari para nasabah dari adanya resiko dan keragu-raguan kepada perusahaan.
- 5) Empati (*empathy*), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian tulus yang diberikan kepada para nasabah dan memahami apa yang dibutuhkan oleh para nasabah.

2.3 Kerangka Konseptual

Menurut Sugiyono (2014) kerangka konseptual adalah keterkaitan antara teori-teori atau konsep yang mendukung dalam penelitian yang digunakan sebagai pedoman dalam menyusun sistematis penelitian. Kerangka konseptual menjadi pedoman penelitian untuk menjelaskan secara sistematis teori yang digunakan dalam penelitian. Dalam penelitian ini kepuasan nasabah sebagai variabel dependen diduga dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya system antrian, kualitas pelayanan dan atomsfer kantor. Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa ketiga varibel tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga penting untuk dikaji lebih lanjut. Adapun beberapa penelitian terdahulu yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian yang dilakukan oleh Liliana (2017) serta Cahyadi (2018) yang menunjukkan bahwa sistem antrian berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sistem antrian yang efektif dan tidak terlalu panjang

akan menjadikan nasabah merasa puas. Penelitian yang dilakukan oleh oleh Azizah (2020), Handika dan Susanti (2019), Susanti dan Syahrian (2019), Frenos dan Gwen (2019), Agus (2018), Yuliana (2017) serta Oktrechia *et al* (2016) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan, akan menjadikan pelanggan puas sehingga akan menjadi pelanggan yang loyal pada perusahaan. Serta penelitian yang dilakukan oleh Melinda (2019) dan Okrechia *et al* (2016) yang menunjukkan bahwa atmosfer berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana atmosfer yang nyaman akan menjadikan pelanggan puas dan akan datang kembali. Sistem atrian yang tidak terlalu panjang, pelayanan dari karyawan yang baik serta atmosfer kantor yang nyaman akan meningkatkan kepuasan bagi para nasabah PT Bank Mandiri. Berdasarkan kajian teori dan kajian empiris tersebut, adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut.

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Sumber data diolah : 2022

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang harus dibuktikan kebenarannya melalui suatu penelitian (Yin, 2009:56). Berdasarkan kerangka konseptual yang diajukan maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

2.4.1 Pengaruh Sistem Antrian Teller terhadap Kepuasan Nasabah

Sistem antrian merupakan kedatangan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan, menunggu untuk dilayani jika fasilitas pelayanan (server) masih sibuk, mendapatkan pelayanan dan kemudian meninggalkan sistem setelah dilayani (Gross dan Haris, 2007). Sistem antrian yang efektif dimana dalam antrian tersebut pelanggan tidak terlalu lama menunggu mendapatkan pelayanan, akan menciptakan kepuasan bagi nasabah. Penelitian yang dilakukan oleh Liliana (2017) serta Cahyadi (2018) menunjukkan bahwa sistem antrian berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sistem antrian yang efektif dan tidak terlalu panjang akan menjadikan nasabah merasa puas. Berdasarkan uraian tersebut adapun hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

H₁: Diduga Sistem Antrian Teller Berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Jember Alun-Alun.

2.4.2 Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas pelayanan merupakan hasil persepsi di benak pelanggan setelah mereka membandingkan antara persepsi kualitas yang mereka terima (*perceived service*) dengan harapan mereka terhadap layanan tersebut (*expected service*) (Prasetyo dan Miftahul, 2012:72). Pelayanan yang berkualitas seperti karyawan

melayani dengan ramah, cepat dan tanggap akan menciptakan rasa puas bagi pelanggan sehingga pelanggan tidak akan ragu untuk datang kembali. Penelitian yang dilakukan oleh oleh Azizah (2020), Handika dan Susanti (2019), Susanti dan Syahrian (2019), Frenos dan Gwen (2019), Agus (2018), Yuliana (2017) serta Oktrechia *et al* (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang baik dan sesuai dengan harapan pelanggan, akan menjadikan pelanggan puas sehingga akan menjadi pelanggan yang loyal pada perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut adapun hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

H₂: Diduga Kualitas Pelayanan Berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Jember Alun-Alun.

2.4.3 Pengaruh Atmosfer Kantor terhadap Kepuasan Nasabah

Atmosfer kantor merupakan gambaran suasana keseluruhan dari sebuah bank yang diciptakan oleh elemen fisik (*eksterior, interior, layout, display*) dan elemen psikologis (kenyamanan, pelayanan, kebersihan, ketersediaan barang, kreativitas, promosi, teknologi). Atmosfer bank yang menarik akan mendorong konsumen untuk berbelanja. *Atmosfer* bank juga akan mempengaruhi konsumen untuk datang kembali, mempertimbangkan penawaran yang diberikan, kecenderungan untuk melakukan transaksi lebih dari yang direncanakan, dan berbagai kemungkinan (Foster, 2008:61). Atmosfer kantor yang nyaman akan memberikan kesan nyaman kepada konsumen sehingga ia tidak ragu untuk menggunakan jasa atau produk dari suatu perusahaan. Penelitian yang dilakukan oleh Melinda (2019) dan Okrechia *et al* (2016) menunjukkan bahwa atmosfer

berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dimana atmosfer yang nyaman akan menjadikan pelanggan puas dan akan datang kembali. Berdasarkan uraian tersebut adapun hipotesis ketiga dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

H₃: Diduga Atmosfer Kantor Berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Jember Alun-Alun.

2.4.4 Pengaruh Sistem Antrian *Teller*, Kualitas Layanan dan Atmosfer Kantor terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Jember Alun-Alun.

Kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi perusahaan, karena dengan nasabah yang puas maka akan menjadikan perusahaan mampu bersaing ditengah persaingan karena nasabah yang puas akan loyal dan tidak beralih pada perusahaan lain. Berbagai faktor dapat mempengaruhi kepuasan nasabah, dalam penelitian ini digunakan system antrian teller, kualitas pelayanan dan atmosfer kantor. Dimana sistem antrian yang tidak terlalu panjang, pelayanan karyawan yang ramah dan cepat serta atmosfer kantor yang nyaman akan memberikan kepuasan bagi pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut adapun hipotesis keempat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

H₄: Diduga Sistem Antrian Teller, Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Kantor berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Jember Alun-Alun

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dalam bentuk pengamatan dan survei dengan metode pengumpulan data dan informasi dari responden dilakukan menggunakan metode kuesioner. Jenis penelitian ini diklasifikasikan sebagai *explanatory research* dengan pendekatan kuantitatif. Metode *explanatory research* menjelaskan kedudukan variabel- variabel yang diteliti serta pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Berdasarkan jenis penelitian tingkat penjelasan, penelitian ini digolongkan sebagai penelitian asosiatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2014: 11).

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

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 (Sugiono, 2017:80). Populasi pada penelitian ini ialah seluruh nasabah Bank Mandiri Jember cabang Alun-alun Jember dan tidak semua populasi ini akan menjadi objek penelitian, sehingga perlu dilakukan pengambilan sampel lebih lanjut.

3.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2010:118). Apabila peneliti melakukan penelitian terhadap populasi yang besar, sementara peneliti ingin meneliti tentang populasi tersebut dan peneliti memiliki keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel, sehingga generalisasi kepada populasi yang diteliti. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Jember Alun – Alun yang akan melakukan transaksi di *customer service* maupun *teller* dan sedang berada dalam antrian. Sugiyono (2009 : 46) Untuk menentukan jumlah sampel tergantung pada jumlah indikator x 5 sampai 10. Dalam penelitian ini jumlah indikator yang digunakan adalah 21 indikator yang terdiri dari 3 indikator sistem antrian teller (pola kedatangan, perilaku konsumen dan aturan antrian), 5 indikator kualitas pelayanan (bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*)), 7 indikator atmosfer kantor (lantai (*flooring*), warna dan pencahayaan (*color and lightening*), aroma dan musik (*scent and sound*), penempatan (*fixture*), suhu udara (*temperature*), lebar gang (*width of aisles*) dan kebersihan (*cleanliness*) dan 6 indikator kepuasan nasabah (kepuasan nasabah keseluruhan (*overall customer service*), dimensi kepuasan nasabah, konfirmasi harapan (*confirmation of expectation*), niat beli ulang (*repurchase intention*), kesediaan untuk merekomendasi (*willingness to recommend*) dan ketidakpuasan pelanggan (*customer dissatisfaction*)). Berdasarkan

indicator-indikator tersebut maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{jumlah indikator} \times 5 \\ &= 21 \times 5 \\ &= 105\end{aligned}$$

Jumlah responden minimal yang dipilih oleh penulis dalam penelitian ini adalah nasabah yang melakukan transaksi di Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun pada bulan Oktober sampai Desember yaitu sebanyak 140 nasabah. Hal ini dilakukan agar penulis tidak perlu lagi mencari responden penelitian ketika saat pengolahan data terjadi outlier data dan tidak memenuhi uji asumsi klasik yang diperlukan untuk uji analisis.

3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *Accidental Sampling*. Sedangkan *Accidental Sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti bisa dijadikan sampel bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2011). Dalam penelitian ini, peneliti datang langsung ke PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Jember Alun-Alun dan kemudian membagikan kuesioner kepada para nasabah yang datang langsung ke Bank Mandiri dan nasabah tersebut dianggap cocok sebagai responden penelitian. Responden yang dijadikan responden adalah nasabah yang sedang berada dalam antrian *teller* ataupun *customer service* pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun – Alun.

3.3 Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel Penelitian adalah konstruk atau sifat yang akan dipelajari yang memiliki nilai yang bervariasi. Variabel juga merupakan lambang atau nilai yang padanya kita letakkan sembarang nilai atau bilangan (Kerlinger, 2006 : 49)

- a) Variabel Terikat (*Dependent*) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah (Y)
- b) Variabel Bebas (*Independent*) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan timbulnya variabel terikat. Variabel Bebas dalam penelitian ini adalah sistem antrian teller (X₁), kualitas pelayanan (X₂), dan *Atmosfer* kantor (X₃)

3.4 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran Variabel

3.4.1 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan suatu unsur definisi pada variabel penelitian yang didalamnya terdapat batasan dan arti yang spesifik sebagai alat ukur suatu variabel. Berdasarkan permasalahan serta tujuan penelitian maka dijelaskan beberapa definisi operasional variabel sebagai berikut.

- a. Variabel Bebas atau Variabel Independen (X)

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah sistem antrian teller (X₁), kualitas layanan (X₂) dan atmosfer kantor (X₃).

- 1) Sistem Antrian Teller (X₁)

Sistem antrian adalah kedatangan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan, menunggu untuk dilayani jika fasilitas pelayanan (*server*) masih sibuk,

mendapatkan pelayanan dan kemudian meninggalkan sistem setelah dilayani (Gross dan Haris, 2007). Indikator X_1 meliputi :

a. Pola kedatangan

Pola kedatangan merupakan cara bagaimana individu-individu dari populasi memasuki sistem. Untuk pola kedatangan menggunakan asumsi distribusi probabilitas poisson, yaitu salah satu dari pola-pola kedatangan yang paling umum bila kedatangan didistribusikan secara random.

b. Perilaku konsumen

Tindakan-tindakan individu yang melibatkan pembelian penggunaan barang dan jasa termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan menentukan tindakan-tindakan tersebut sebagai pengalaman dengan produk, pelayanan dari sumber lainnya.

c. Aturan antrian

Aturan keputusan yang menjelaskan cara melayani pengantri, misalnya datang awal dilayani dulu, datang terakhir dilayani dulu, berdasar prioritas, dan secara random.

2) Kualitas Layanan (X_2)

Kualitas pelayanan adalah hasil persepsi di benak pelanggan setelah mereka membandingkan antara persepsi kualitas yang mereka terima (*perceived service*) dengan harapan mereka terhadap layanan tersebut (*expected service*) (Prasetyo dan Miftahul, 2012:72). Indikator X_2 meliputi :

- a. Bukti fisik (*tangibles*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
 - b. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
 - c. Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
 - d. Jaminan (*assurance*), yaitu suatu kemampuan dan kesopansantunan dari para karyawan dimana hal ini dapat menanamkan kepercayaan dari para nasabah dari adanya resiko dan keragu-raguan kepada perusahaan.
 - e. Empati (*empathy*), yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian tulus yang diberikan kepada para nasabah dan memahami apa yang dibutuhkan oleh para nasabah.
- 3) Atmosfer Kantor (X_3)

Atmosfer merupakan persepsi konsumen mengenai kondisi atau suasana baik di dalam kantor bank Mandiri yang dapat menarik perhatian dan respon emosional konsumen guna mempengaruhi kepuasan nasabah (Sugiyono, 2013: 138). Indikator X_3 meliputi :

- a. Lantai (*Flooring*)

Penentuan jenis lantai, ukuran, desain dan warna lantai sangat penting, karena nasabah dapat mengembangkan persepsi mereka berdasarkan apa yang mereka lihat.

b. Warna dan Pencahayaan (*Color and Lightening*)

Setiap bank harus mempunyai pencahayaan yang cukup untuk mengarahkan atau menarik perhatian nasabah ke daerah tertentu dari bank. Nasabah yang berkunjung akan tertarik pada sesuatu yang paling terang yang berada dalam pandangan mereka. Tata cahaya yang baik mempunyai kualitas dan warna yang dapat membuat suasana yang ditawarkan terlihat lebih menarik, terlihat berbeda bila dibandingkan dengan keadaan yang sebenarnya.

c. Aroma dan Musik (*Scent and Sound*)

Tidak semua bank memberikan pelayanan ini, tetapi jika layanan ini dilakukan akan memberikan suasana yang lebih santai pada nasabah.

d. Penempatan (*Fixture*)

Memilih peralatan penunjang dan cara penempatan meja harus dilakukan dengan baik agar didapat hasil yang sesuai dengan keinginan. Karena penempatan meja yang sesuai dan nyaman dapat menciptakan image yang berbeda pula

e. Suhu Udara (*Temperature*)

Pengelola bank harus mengatur suhu udara, agar udara dalam ruangan jangan terlalu panas atau dingin.

f. Lebar Gang (*Width of Aisles*)

Jarak antara meja dan kursi harus diatur sedemikian rupa agar nasabah merasa nyaman dan betah berada dibank.

g. Kebersihan (*Cleanliness*)

Kebersihan dapat menjadi pertimbangan utama bagi nasabah mengunjungi bank tersebut.

b. Variabel Bebas (*Dependent*)

1) Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapan-harapannya. Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan (Sunarto, 2004:17). Indikatornya meliputi :

- a. Kepuasan Nasabah Keseluruhan (*overall customer service*) Indikator yang menunjukkan tingkat kepuasan nasabah terhadap penyedia jasa pelayanan secara keseluruhan.
- b. Dimensi kepuasan nasabah Pelanggan menilai dari produk/jasa perusahaan berdasarkan item-item seperti kecepatan pelayanan, fasilitas layanan, atau keramahan staf layanan pelanggan.
- c. Konfirmasi Harapan (*confirmation of expectation*) Indikator yang menunjukkan kesesuaian produk atau jasa yang dipersepsikan oleh pelanggan (*expectation*).
- d. Niat beli ulang (*repurchase intention*) Pengalaman yang dirasakan terhadap pelayanan yang diberikan serta minat untuk berbelanja/menggunakan jasa bank kembali.
- e. Kesiapan untuk merekomendasi (*willingness to recommend*) Kesiapan

pelanggan untuk mempromosikan atau merekomendasikan kepada orang lain berdasarkan pengalaman masa lalu.

- f. Ketidakpuasan Pelanggan (*customer dissatisfaction*) Indikator yang menunjukkan hubungan selama menjalin dengan perusahaan, antara puas atau tidak puas terhadap perusahaan tersebut.

3.4.2 Skala Pengukuran Variabel

Kuesioner dikatakan valid apabila terdapat pertanyaan yang mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner (Ghozali, 2012: 52). Pengukuran variabel-variabel dalam penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan skala *Likert*. Skala *Likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap, atau pendapat seseorang terhadap suatu keadaan berdasarkan definisi operasional yang telah ditetapkan oleh peneliti. Skala ini sering diaplikasikan dalam kuesioner dan digunakan untuk riset yang berupa *survey*. Umumnya masing – masing item skala mempunyai kategori yang berkisar antara sangat setuju hingga sangat tidak setuju, kemudian dari skala tersebut diberikan skor antara lain sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala *Likert*

NO	ALTERNATIF JAWABAN	BOBOT NILAI	
		BILA POSITIF	BILA NEGATIF
1	SS (Sangat Setuju)	5	1
2	S (Setuju)	4	2
3	N (Netral)	3	3
4	TS (Tidak Setuju)	2	4
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1	5

Sumber: Sugiyono (2017:94)

3.5 Metode Pengumpulan Data

Ada berbagai metode pengumpulan data yang dapat dilakukan dalam sebuah penelitian dan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan angket (kuesioner) yang dapat dijabarkan sebagai:

a. Metode Angket (kuesioner)

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tertutup yaitu responden hanya bisa menjawab sesuai pilihan jawaban yang telah disediakan.

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Instrumen

3.6.1.1 Uji Validitas

Pada penelitian ini uji validitas dilakukan untuk mengukur valid (sah) atau tidaknya suatu instrumen, dalam hal ini ialah kuesioner, serta untuk mengetahui sejauh mana ketepatan kuesioner dalam melakukan fungsinya (Ghozali, 2012: 52). Pengujian validitas instrumen merupakan suatu cara dalam mengkorelasikan nilai tiap-tiap butir pertanyaan dalam kuesioner dengan total skor yang ingin diukur. Teknik korelasi yang digunakan dalam penelitian ini ialah teknik korelasi product moment pearson, yaitu dengan mengkorelasikan tiap pertanyaan dengan skor total, kemudian hasil tersebut dibandingkan dengan angka kritis taraf signifikan 5%. Mengukur validitas dapat menggunakan rumus

sebagai berikut.

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan :

R = Koefisien Korelasi

n = Jumlah Responden

x = Skor Variabel (jawaban responden)

y = Skor Total dari Variabel (jawaban responden)

Adapun kriteria penilaian uji validitas ialah sebagai berikut.

- a. Apabila r hitung $>$ r tabel, maka item kuisisioner tersebut valid.
- b. Apabila r hitung $<$ r tabel, maka dapat dikatakan item kuisisioner tersebut tidak valid

3.6.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur reliabilitas atau kehandalan suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal apabila kuesioner yang digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama akan menghasilkan data yang sama juga atau konsisten (stabil) dari waktu ke waktu. Pengukuran instrumen dalam penelitian ini menggunakan uji statistik Cronbach's Alpha dengan nilai signifikansi yang digunakan ialah 0,6, jika nilai Cronbach's Alpha dari suatu variabel lebih besar dari 0,6 maka butir pertanyaan yang diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang memadai, namun jika nilai Cronbach's Alpha dari suatu variabel lebih kecil dari 0,6 maka butir

pertanyaan tersebut tidak reliabel (Ghozali, 2012: 47). Reliabilitas dapat dihitung menggunakan rumus Cronbach Alpha berikut.

$$r_{ii} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

r_{ii} = reliabilitas instrument

k = banyaknya butir pernyataan

$\sum \sigma^2$ = jumlah butir pernyataan

σ_1^2 = varians total

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Untuk menguji hipotesis melalui uji asumsi klasik terlebih dahulu dimana dilakukan dengan menggunakan alat uji statistik, yaitu :

3.6.2.1 Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2012: 160) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusi normal atau mendekati normal.

Ada dua cara yang dapat digunakan untuk mengetahui apakah residual tersebut berdistribusi normal atau tidak (Suliyanto, 2011:69), yaitu :

a. Analisis Grafis

Dengan menggunakan *Normal Probability Plot*, jika data normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti atau merapat ke garis digonalnya

b. Statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov

Uji statistik non-parametrik Kolmogorov-Smirnov merupakan uji normalitas menggunakan fungsi distributif kumulatif. Nilai residual terstandarisasi berdistribusi normal jika K hitung $< k$ tabel atau nilai $Sig > \alpha$.

Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini ialah uji normalitas Kolmogorov Smirnov karena data yang digunakan lebih dari 50 dengan menetapkan derajat keyakinan sebesar (α) 5%. Data dikatakan terdistribusi secara normal apabila nilai signifikansi $> 0,05$ (diatas nilai signifikan 5%) (Ghozali, 2012: 160).

3.6.2.2 Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali (2012: 105) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) dan *tolerance*. *Tolerance* mengukur variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $> 0,01$ atau sama dengan nilai $VIF < 10$.

3.6.2.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yang ditandai dengan adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model

regresi. Uji ini termasuk kedalam salah satu uji asumsi klasik yang harus dilakukan pada analisis data menggunakan uji regresi linear. Model regresi yang baik ialah tidak terjadi heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan uji Glejser dengan cara meregresikan antara variabel independen dengan nilai absolut residualnya, jika nilai signifikan antara variabel independen dengan absolut residual lebih dari 0,05 (di atas tingkat kepercayaan 5%) maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas (Ghozali, 2012: 139).

3.7 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ummaroh (2014:54) analisis regresi linier berganda merupakan sebuah pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan secara matematis antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Hubungan secara matematis dilakukan agar dapat memprediksikan nilai (Y) atas dasar masing-masing nilai (X). Dengan menggunakan teknik ini, dapat diketahui dengan pasti antara variabel independen dan variabel dependen memiliki hubungan yang signifikan. Sehingga cara mengetahui pengaruh variabel independen dengan variabel dependen digunakan rumus analisis regresi linier berganda dengan rumus:

$$Y = a + \beta_{YX1} + \beta_{YX2} + \beta_{YX3} + e$$

Dimana:

Y = variabel Kepuasan Nasabah

X1 = variabel *system* antrian *teller*

X2 = variabel kualitas pelayanan

X3 = variabel atmospher kantor

βY = koefisian kepuasan konsumen

a = kostanta

e = standar error

3.8 Uji Hipotesis

3.8.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji t digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh suatu variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual untuk menerangkan variabel dependen secara parsial (Ghozali, 2012). Untuk pengujinya dapat dilihat dari probabilitas uji parsial dari tabel koefisien signifikan pada tabel output koefisien atau nilai t hitung $>$ t tabel. Uji t dilakukan menggunakan tools SPSS dan hasilnya berupa tabel Coefficients. Tabel tersebut digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Syarat dari uji t adalah sebagai berikut :

- a. Nilai t hitung $>$ t tabel atau nilai sig $<$ α (0,05) maka variabel bebas dinyatakan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.
- b. Nilai t hitung $<$ t tabel atau nilai sig $>$ α (0,05) maka variabel bebas dinyatakan tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikatnya.
- c. Jika B (koefisien regresi) bernilai positif maka variabel bebas dinyatakan berpengaruh positif terhadap variabel terikatnya.
- d. Jika B (koefisien regresi) bernilai negatif maka variabel bebas dinyatakan berpengaruh negatif terhadap variabel terikatnya.

Rumus 1 :

$$t \text{ tabel } (\alpha/2, n-k)$$

Keterangan : α = 0,05

n = Jumlah sampel

k = Jumlah Variabel bebas = 3

t tabel yang digunakan adalah t tabel $\alpha/2$, yang berarti uji yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji dua sisi.

Rumus 2 :

$$t = \frac{\beta_i}{Se_i}$$

Se_i

Keterangan : β_i = Koefisien regresi

Se_i = Standart eror

3.8.2 Uji Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat (Ghozali, 2012).

Uji F dilakukan menggunakan tools SPSS dan hasilnya berupa tabel Anova. Tabel tersebut digunakan untuk melihat pengaruh variabel bebas secara simultan variabel terikat. Syarat dari uji F adalah sebagai berikut :

- a. Nilai F hitung $>$ F tabel atau nilai sig $<$ α (0,05) maka model dapat dikatakan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikatnya.
- b. Nilai F hitung $<$ F tabel atau sig $>$ α (0,05) maka model dapat dikatakan tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap variabel terikatnya.

Rumus :

$$F = \frac{R^2(n-(k-1))}{(n-R)(k)}$$

Keterangan = R : Koefesiensi korelasi berganda

k : jumlah variabel independen = 3

n : Jumlah sampel

3.8.3 Koefesien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2004:26) koefesien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar variabel terikat, dalam hal ini kepuasan nasabah (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas, yaitu sistem antrian *teller*(X_1), kualitas pelayanan(X_2) dan *Atmosfer* kantor(X_3). Koedesien determinasi dihitung dengan menggunakan rumus :

$$R^2 = \frac{b_1 \sum X_1 Y + b_2 \sum X_2 Y + b_3 \sum X_3 Y}{\sum Y^2}$$

Keterangan : R^2 : Koefesien determinasi

$b_1 b_2 b_3$: Konstanta masing-masing variabel

X_1 : variabel sistem antrian teller

X_2 : variabel kualitas pelayanan

X_3 : variabel *Atmosfer* kantor

Y : variabel kepuasan nasabah

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan jumlah responden berdasarkan beberapa karakteristik yang telah ditentukan serta deskripsi statistik mengenai penilaian responden terhadap variabel penelitian.

4.1.1 Deskripsi Statistik Data

1. Deskripsi Karakteristik Responden

Responden penelitian ini adalah nasabah Bank Mandiri cabang Alun – Alun Jember yang datang untuk melakukan transaksi di *customer service* maupun teller yang sedang berada dalam antrian. Responden penelitian ini sebanyak 140 orang yang ditentukan dengan teknik *accidental sampling*. Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner diperoleh karakteristik responden sebagai berikut.

a. Jenis Kelamin

Jenis kelamin responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan. Berikut disajikan data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki – laki	64	45,7%
Perempuan	76	54,3%
Total	140	100%

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui hasil tabulasi data menunjukkan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 64 orang (45,7%) sedangkan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 76 orang (54,3%), artinya mayoritas responden berjenis kelamin perempuan. Hal ini dikarenakan perempuan lebih sering melakukan transaksi di bank seperti bank mandiri untuk melakukan beberapa transaksi seperti menabung, transfer, pembuatan ATM atau hal lainnya yang harus dikerjakan melalui CS atau teller bank.

b. Usia

Usia responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi empat yaitu antara 18 hingga 20 tahun, 21 hingga 25 tahun, 26 hingga 30 tahun, 31 hingga 35 tahun dan 35 hingga 40 tahun. Berikut disajikan data karakteristik responden berdasarkan usia.

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
18 - 20 Tahun	13	9,3%
21 - 25 Tahun	31	22,1%
26 - 30 Tahun	48	34,3%
31 - 35 Tahun	22	15,7%
36 - 40 Tahun	26	18,6%
Total	140	100%

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.2 dapat diketahui hasil tabulasi data menunjukkan responden berusia antara 18 hingga 20 tahun sebanyak 13 orang (9,3%), berusia antara 21 hingga 25 tahun sebanyak 31 orang (22,1%), berusia antara 26 hingga 30 tahun sebanyak 48 orang (34,3%), berusia antara 31 hingga 35 tahun sebanyak 22 orang (15,7%) dan berusia antara 36 hingga 40 tahun sebanyak 26 orang

(18,6%), artinya bahwa mayoritas responden berusia antara 26 hingga 30 tahun. Hal ini dikarenakan kalangan usia produktif lebih banyak memiliki kepentingan di bank dan lebih memahami transaksi-transaksi yang dapat dilakukan dibank.

c. Profesi

Profesi responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi empat yaitu pelajar/mahasiswa, pegawai negeri/TNI/Polri, pegawai swasta dan wiraswasta. Berikut disajikan data karakteristik responden berdasarkan profesi.

Tabel 4.3
Profesi Responden

Profesi	Frekuensi	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	35	25,0%
Pegawai Negeri/TNI/Polri	44	31,4%
Pegawai Swasta	37	26,4%
Wiraswasta	24	17,1%
Total	140	100%

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui hasil tabulasi data menunjukkan responden berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa sebanyak 35 orang (25%), bekerja sebagai pegawai negeri/TNI/polri sebanyak 44 orang (31,4%), bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 37 orang (26,4%) dan bekerja sebagai wiraswasta sebanyak 24 orang (17,1%), artinya bahwa mayoritas responden bekerja sebagai pegawai negeri/TNI/Polri. Hal ini dikarenakan pegawai negeri/TNI/Polri memerlukan jasa perbankan untuk melakukan transaksi misal untuk kepentingan gaji yang diterima setiap bulan.

d. Pendidikan

Pendidikan responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi lima yaitu SD, SMP, SMA, Diploma dan Sarjana. Berikut disajikan data karakteristik responden berdasarkan pendidikan.

Tabel 4.4
Pendidikan Responden

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	2	1,4%
SMP	8	5,7%
SMA	39	27,9%
Diploma	32	22,9%
Sarjana	59	42,1%
Total	140	100%

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui hasil tabulasi data menunjukkan responden dengan pendidikan terakhir jenjang SD adalah sebanyak 2 orang (1,4%), SMP sebanyak 8 orang (5,7%), SMA sebanyak 39 orang (27,9%), Diploma sebanyak 32 orang (22,9%) dan sarjana sebanyak 59 orang (42,1%), artinya bahwa mayoritas responden berpendidikan terakhir jenjang Sarjana. Hal ini dikarenakan kalangan dengan pendidikan terkahir sarjana umumnya telah bekerja dan memiliki banyak kepentingan dalam urusan perbankan.

e. Lama Menjadi Nasabah

Lama menjadi nasabah responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi empat yaitu kurang dari 1 tahun, antara 1 hingga 3 tahun, antara 3 hingga 5 tahun dan lebih dari 5 tahun. Berikut disajikan data karakteristik responden berdasarkan lama menjadi nasabah

Tabel 4.5
Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Frekuensi	Persentase
Kurang dari 1 Tahun	21	15,0%
1 - 3 Tahun	32	22,9%
3 - 5 Tahun	38	27,1%
Lebih dari 5 Tahun	49	35,0%
Total	140	100%

Sumber: Lampiran 2

Berdasarkan Tabel 4.5 dapat diketahui hasil tabulasi data menunjukkan responden dengan lama menjadi nasabah kurang dari 1 tahun sebanyak 21 orang (15%), antara 1 hingga 3 tahun sebanyak 32 orang (22,95), antara 3 hingga 5 tahun sebanyak 38 orang (27,1%) dan lebih dari 5 tahun sebanyak 49 orang (35%), artinya bahwa mayoritas responden telah menjadi nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun lebih dari 5 Tahun. Hal ini dikarenakan nasabah yang loyal akan berupaya tetap menggunakan jasa Bank Mandiri untuk dipercayakan sebagai perantara dalam urusan keuangan dan tidak akan beralih menggunakan jasa perbankan lain.

2. Deskripsi Variabel Penelitian

Penelitian ini menggunakan variabel independen yang terdiri dari sistem antrian teller (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan atmosfer kantor (X_3) serta variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y). Deskripsi variabel penelitian menggambarkan jawaban responden terhadap masing-masing pernyataan. Dalam penelitian ini digunakan nilai *modus* atau jawaban terbanyak muncul untuk menginterpretasikan penilaian responden terhadap indikator dan variabel penelitian.

a. Sistem Antrian Teller (X_1)

Penilaian responden terhadap variabel system antrian teller (X_1) disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.6
Frekuensi Jawaban Variabel Sistem Antrian Teller (X_1)

Indikator	Frekuensi										Total
	SS	%	S	%	CS	%	TS	%	STS	%	
X1.1	56	40,0	44	31,4	20	14,3	20	14,3	0	0	140
X1.2	64	45,7	32	22,9	19	13,6	25	17,9	0	0	140
X1.3	42	30,0	60	42,9	11	7,9	27	19,3	0	0	140
Rata-rata	54	38,6	45	32,4	17	11,9	24	17,1	0	0	140

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.6 dapat diketahui variabel system antrian teller (X_1) dalam penelitian ini diukur melalui tiga pernyataan. Indikator pertama mengenai pola kedatangan ($X_{1.1}$) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 56 orang (40%), hal ini mengindikasikan pola kedatangan pada Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun didistribusikan secara *random*. Indikator kedua mengenai perilaku konsumen ($X_{1.2}$) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 64 orang (45,7%), hal ini mengindikasikan pada antrian teller Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun terjadi tindakan individu yang melibatkan pembelian produk seperti melakukan transfer uang, penarikan tunai atau pembayaran lainnya. Indikator ketiga mengenai aturan antrian ($X_{1.3}$) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 54 orang (38,6%), hal ini mengindikasikan pada antrian teller Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun terdapat aturan keputusan yang menjelaskan cara melayani nasabah dimana nasabah harus antri sesuai dengan nomer antrian yang diperoleh dan tertib.

Berdasarkan distribusi terhadap variabel system antrian teller (X_1) dapat diketahui rata-rata terbanyak responden menjawab sangat setuju yaitu 54 orang (38,6%) yang mengindikasikan system antrian teller Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun dipersepsikan baik.

b. Kualitas Pelayanan (X_2)

Penilaian responden terhadap variabel kualitas pelayanan (X_2) disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.7
Frekuensi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

Indikator	Frekuensi										Total
	SS	%	S	%	CS	%	TS	%	STS	%	
X2.1	62	44,3	37	26,4	12	8,6	29	20,7	0	0	140
X2.2	68	48,6	33	23,6	15	10,7	24	17,1	0	0	140
X2.3	67	47,9	29	20,7	14	10,0	30	21,4	0	0	140
X2.4	62	44,3	37	26,4	17	12,1	24	17,1	0	0	140
X2.5	58	41,4	39	27,9	25	17,9	18	12,9	0	0	140
Rata-rata	63	45,3	35	25,0	17	11,9	25	17,9	0	0	140

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.7 dapat diketahui variabel kualitas pelayanan (X_2) dalam penelitian ini diukur melalui lima pernyataan. Indikator pertama mengenai bukti fisik/*tangible* ($X_{2.1}$) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 62 orang (44,3%), hal ini mengindikasikan karyawan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun memiliki kemampuan yang baik dalam menunjukkan eksistensinya terhadap pihak eksternal. Indikator kedua mengenai keandalan/*realibility* ($X_{2.2}$) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 68 orang (48,6%), hal ini mengindikasikan karyawan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun menunjukkan kemampuannya dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Indikator

ketiga mengenai daya tanggap/*responsiveness* ($X_{2,3}$) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 67 orang (47,9%), hal ini mengindikasikan karyawan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun memiliki kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat/responsif dan tepat kepada nasabah dengan penyampaian yang jelas. Indikator keempat mengenai jaminan/*assurance* ($X_{2,4}$) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 58 orang (41,4%), hal ini mengindikasikan karyawan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun memiliki kemampuan dalam bersikap sopan santun yang menjadikan nasabah memiliki kepercayaan bahwa tidak adanya resiko keragu-raguan atas pelayanan yang diberikan. Indikator kelima mengenai empati/*emphaty* ($X_{2,5}$) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 63 orang (48,3%), hal ini mengindikasikan karyawan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun mampu memberikan perhatian yang tulus kepada nasabah dan memahami kepentingan nabasah.

Berdasarkan distribusi terhadap variabel kualitas pelayanan (X_2) dapat diketahui rata-rata terbanyak responden menjawab sangat setuju yaitu 63 orang (45,3%) yang mengindikasikan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun dipersepsikan baik.

c. Atmosfer Kantor (X_3)

Penilaian responden terhadap variabel atmosfer kantor (X_3) disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.8
Frekuensi Jawaban Variabel Atmosfer Kantor (X_3)

Indikator	Frekuensi										Total
	SS	%	S	%	CS	%	TS	%	STS	%	
X3.1	65	46,4	38	27,1	20	14,3	17	12,1	0	0	140
X3.2	51	36,4	53	37,9	19	13,6	17	12,1	0	0	140
X3.3	70	50,0	33	23,6	17	12,1	20	14,3	0	0	140
X3.4	72	51,4	31	22,1	21	15,0	16	11,4	0	0	140
X3.5	43	30,7	60	42,9	14	10,0	23	16,4	0	0	140
X3.6	79	56,4	26	18,6	18	12,9	17	12,1	0	0	140
X3.7	68	48,6	29	20,7	27	19,3	16	11,4	0	0	140
Rata-rata	64	45,7	39	27,6	19	13,9	18	12,9	0	0	140

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.8 dapat diketahui variabel atmosfer kantor (X_3) dalam penelitian ini diukur melalui tujuh pernyataan. Indikator pertama mengenai lantai/*flooring* ($X_{3.1}$) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 65 orang (46,4%), hal ini mengindikasikan penentuan jenis lantai, ukuran dan warna lantai pada Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun baik. Indikator kedua mengenai warna dan pencahayaan/*color and lightening* ($X_{3.2}$) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 51 orang (36,4%), hal ini mengindikasikan nasabah tertarik terhadap warna dan pencahayaan ruangan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun yang baik. Indikator ketiga mengenai aroma dan music/*scent and music* ($X_{3.3}$) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 70 orang (50%), hal ini mengindikasikan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun dilengkapi dengan pewangi ruangan dan music yang membuat ruangan menjadi nyaman. Indikator keempat mengenai penempatan/*fixture* ($X_{3.4}$) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 72 orang (51,4%), hal ini mengindikasikan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang

Jember Alun-Alun memiliki penataan meja dan kursi yang sesuai dan nyaman. Indikator kelima mengenai suhu udara/*temperature* ($X_{3,5}$) diperoleh modus pada jawaban setuju sebanyak 60 orang (42,9%), hal ini mengindikasikan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun memiliki pengatur suhu udara agar ruangan tidak terlalu dingin atau panas. Indikator keenam mengenai lebar gang/*width of aisles* ($X_{3,6}$) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 79 orang (65,4%), hal ini mengindikasikan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun memiliki jarak antar meja dan kursi yang baik sehingga terkesan nyaman dan nasabah menjadi betah menunggu didalam ruangan. Indikator ketujuh mengenai kebersihan/*cleanliness* ($X_{2,7}$) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 68 orang (48,6%), hal ini mengindikasikan kebersihan pada Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun terjaga dengan baik.

Berdasarkan distribusi terhadap variabel atmosfer kantor (X_3) dapat diketahui rata-rata terbanyak responden menjawab sangat setuju yaitu 64 orang (45,7%) yang mengindikasikan kualitas pelayanan yang diberikan atmosfer pada Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun dipersepsikan baik.

d. Kepuasan Nasabah (Y)

Penilaian responden terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.9
Frekuensi Jawaban Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Indikator	Frekuensi										Total
	SS	%	S	%	CS	%	TS	%	STS	%	
Y.1	83	59,3	23	16,4	10	7,1	24	17,1	0	0	140
Y.2	87	62,1	19	13,6	12	8,6	22	15,7	0	0	140
Y.3	75	53,6	31	22,1	21	15,0	13	9,3	0	0	140
Y.4	91	65,0	15	10,7	6	4,3	28	20,0	0	0	140
Y.5	88	62,9	18	12,9	11	7,9	23	16,4	0	0	140
Y.6	73	52,1	33	23,6	20	14,3	14	10,0	0	0	140
Rata-rata	83	59,2	23	16,5	13	9,5	21	14,8	0	0	140

Sumber: Lampiran 3

Berdasarkan Tabel 4.9 dapat diketahui variabel kepuasan nasabah (Y) dalam penelitian ini diukur melalui enam pernyataan. Indikator pertama mengenai kepuasan nasabah keseluruhan/*overall customer service* (Y.1) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 65 orang (46,4%), hal ini mengindikasikan nasabah merasakan kepuasan secara keseluruhan terhadap pelayanan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun. Indikator kedua mengenai dimensi kepuasan nasabah (Y.2) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 51 orang (36,4%), hal ini mengindikasikan kecepatan pelayanan, fasilitas layanan dan keramahan karyawan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun baik. Indikator ketiga mengenai konfirmasi harapan/*confirmation of expectation* (Y.3) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 70 orang (50%), hal ini mengindikasikan nasabah merasa kesesuaian antara harapan dan pelayanan yang baik di Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun. Indikator keempat mengenai niat beli ulang/*repurchase intention* (Y.4) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 72 orang (51,4%), hal ini mengindikasikan nasabah bersedia untuk

menggunakan jasa Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun dilain waktu. Indikator kelima mengenai kesediaan untuk merekomendasikan/*willingness to recommended* (Y_5) diperoleh modus pada jawaban setuju sebanyak 60 orang (42,9%), hal ini mengindikasikan nasabah bersedia merekomendasikan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun kepada orang lain. Indikator keenam mengenai ketidakpuasan pelanggan/*customer dissatisfaction* (Y_6) diperoleh modus pada jawaban sangat setuju sebanyak 79 orang (65,4%), hal ini mengindikasikan selama menjalin hubungan dengan perusahaan, nasabah merasa puas dengan pelayanan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun.

Berdasarkan distribusi terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) dapat diketahui rata-rata terbanyak responden menjawab sangat setuju yaitu 64 orang (45,7%) yang mengindikasikan kepuasan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun dipersepsikan tinggi.

4.2 Analisis Hasil Penelitian

Hasil penelitian menunjukkan beberapa uji yang dilakukan pada data yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuesioner.

4.2.1 Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu instrumen serta mengetahui sejauhmana ketepatan kuesioner dalam melakukan fungsinya. Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik korelasi product moment pearson menggunakan SPSS. Adapun kriterianya yaitu jika r hitung lebih

besar dari r tabel maka kuesioner tersebut valid, sedangkan jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka kuesioner tersebut tidak valid. Hasil uji validitas disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r Tabel	r Hitung	Keterangan
Sistem Antrian Teller (X_1)	$X_{1.1}$	0,166	0,955	Valid
	$X_{1.2}$	0,166	0,944	Valid
	$X_{1.3}$	0,166	0,946	Valid
Kualitas Pelayanan (X_2)	$X_{2.1}$	0,166	0,962	Valid
	$X_{2.2}$	0,166	0,942	Valid
	$X_{2.3}$	0,166	0,964	Valid
	$X_{2.4}$	0,166	0,947	Valid
	$X_{2.5}$	0,166	0,931	Valid
Atmosfer Kantor (X_3)	$X_{3.1}$	0,166	0,905	Valid
	$X_{3.2}$	0,166	0,911	Valid
	$X_{3.3}$	0,166	0,927	Valid
	$X_{3.4}$	0,166	0,929	Valid
	$X_{3.5}$	0,166	0,903	Valid
	$X_{3.6}$	0,166	0,934	Valid
	$X_{3.7}$	0,166	0,925	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y_1	0,166	0,974	Valid
	Y_2	0,166	0,970	Valid
	Y_3	0,166	0,953	Valid
	Y_4	0,166	0,977	Valid
	Y_5	0,166	0,954	Valid

Sumber: Lampiran 4

Berdasarkan Tabel 4.10 dapat diketahui hasil uji validitas terhadap variabel system antrian teller (X_1), kualitas pelayanan (X_2), atmosfer kantor (X_3) dan kepuasan nasabah (Y) menunjukkan masing-masing indikator memperoleh nilai R hitung lebih besar dari R tabel sehingga dapat diartikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur kehandalan suatu kuesioner yang merupakan indikator atau variabel penelitian. Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji statistik *cornbach's alpha* dengan SPSS. Adapun kriterianya yaitu jika *cornbach's alpha* suatu variabel lebih dari 0,60 maka instrument dikatakan reliabel, sebaliknya jika *cornbach's alpha* suatu variabel kurang dari 0,60 maka instrument dikatakan tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cornbach's Alpha</i>	Keterangan
Sistem Antrian Teller (X_1)	0,943	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,972	Reliabel
Atmosfer Kantor (X_3)	0,969	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,986	Reliabel

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 4.11 dapat diketahui hasil uji reliabilitas terhadap variabel system antrian teller (X_1), kualitas pelayanan (X_2), atmosfer kantor (X_3) dan kepuasan nasabah (Y) menunjukkan masing-masing variabel memperoleh nilai *cornbach's alpha* lebih dari 0,60 sehingga dapat diartikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini reliabel.

4.2.2 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel dependen dan independen mempunyai kontribusi atau tidak. Uji normalitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji statistic non parametric *Kolmogrov Smirnov* menggunakan SPSS. Adapun ketentuannya yaitu jika nilai

asympt sig atau probabilitas lebih dari 0,05 maka dikatakan terdistribusi normal, sedangkan jika nilai *asympt sig* atau probabilitas kurang dari 0,05 maka dikatakan tidak terdistribusi norma. Hasil uji normalitas disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.12
Hasil Uji Normalitas

Variabel	<i>Asymp Sig</i>	Keterangan
Sistem Antrian Teller (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Atmosfer Kantor (X_3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	0,093	Terdistribusi Normal

Sumber: Lampiran 6

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui hasil uji normalitas variabel system antrian teller (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan atmosfer kantor (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) menunjukkan nilai *asympt sig* atau probabilitas sebesar 0,093 yang lebih besar dari 0,05 sehingga dapat diartikan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi terdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebasnya. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai VIF dan *tollerance* dengan SPSS. Adapun ketentuannya yaitu jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka dikatakan tidak terjadi multikolinieritas, sedangkan jika jika nilai VIF lebih dari 10 dan nilai *tolerance* kurang dari 0,1 maka dikatakan terjadi multikolinieritas Hasil uji multikolinieritas disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.13
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	<i>Tolerance</i>	Keterangan
Sistem Antrian Teller (X_1)	5,317	0,188	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kualitas Pelayanan (X_2)	4,575	0,219	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Atmosfer Kantor (X_3)	5,337	0,187	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber: Lampiran 7

Berdasarkan Tabel 4.13 dapat diketahui hasil uji multikolinieritas variabel system antrian teller (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan atmosfer kantor (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) yang menunjukkan masing-masing variabel memperoleh nilai *tolerance* lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 sehingga dapat diartikan bahwa model persamaan regresi yang terbentuk terbebas dari gejala multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas yang ditandai dengan adanya ketidak samaan varian daro residual utnuk semua pengamatan pada model regresi. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dilakukan dengan uji glejser menggunakan SPSS. Adapun ketentuannya yaitu jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas, sebaliknya jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka terjadi heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.14
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	<i>Sig</i>	Keterangan
Sistem Antrian Teller (X_1)	0,125	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,717	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Atmosfer Kantor (X_3)	0,096	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan Tabel 4.14 dapat diketahui hasil uji heteroskedastisitas variabel system antrian teller (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan atmosfer kantor (X_3) terhadap nilai absolute residual yang menunjukkan masing-masing variabel memperoleh nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga dapat diartikan bahwa model persamaan regresi yang terbentuk terbebas dari gejala heteroskedastisitas.

4.2.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam penelitian ini. Hasil analisis regresi linier berganda disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.15
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,086	,130		,661	,509
Sistem Antrian Teller	,455	,067	,436	6,782	,000
Kualitas Pelayanan	,326	,060	,326	5,456	,000
Atmosfer Kantor	,255	,072	,228	3,534	,001

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 4.15 adapun persamaan yang terbentuk dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$Y = 0,086 - 0,455X_1 + 0,326X_2 + 0,255X_3 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut diatas maka dapat diartikan sebagai berikut.

a. Nilai konstanta

Dari persamaan diatas didapatkan nilai konstanta sebesar 0,086 yang berarti bahwa jika nilai dari variabel system antrian teller (X_1), kualitas pelayanan

(X_2) dan atmosfer kantor (X_3) sama dengan nol maka kepuasan nasabah (Y) adalah sebesar konstanta 0,086

b. Sistem Antrian Teller (X_1)

Nilai koefisien dari variabel system antrian teller adalah bernilai positif 0,455 yang berarti semakin baik system antrian teller maka kepuasan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun akan mengalami peningkatan dengan asumsi kualitas pelayanan dan atmosfer kantor tetap.

c. Kualitas Pelayanan (X_2)

Nilai koefisien dari variabel kualitas pelayanan adalah bernilai positif 0,326 yang berarti semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun akan mengalami peningkatan dengan asumsi system antrian teller dan atmosfer kantor tetap.

d. Atmosfer Kantor (X_3)

Nilai koefisien dari variabel atmosfer kantor adalah bernilai positif 0,255 yang berarti semakin baik atmosfer kantor maka kepuasan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun akan mengalami peningkatan dengan asumsi system antrian teller dan kualitas pelayanan tetap.

4.2.4 Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t bertujuan untuk mengetahui dan menguji sejauh mana pengaruh suatu variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara individual untuk menerangkan variabel dependen. Adapun ketentuannya yaitu jika t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel independen

berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya jika t hitung lebih kecil dari t tabel dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji t disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.16
Hasil Uji t

Variabel	T Tabel	T Hitung	Sig	Keterangan
Sistem Antrian Teller (X_1)	1,977	6,782	0,000	H_1 diterima
Kualitas Pelayanan (X_2)	1,977	5,456	0,000	H_2 diterima
Atmosfer Kantor (X_3)	1,977	3,534	0,001	H_3 diterima

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 4.16 dapat diketahui hasil pengujian secara parsial antara system antrian teller (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan atmosfer kantor (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) adapun hasilnya antara lain sebagai berikut.

a. Sistem Antrian Teller (X_1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Hasil pengujian pengaruh antara variabel system antrian teller (X_1) terhadap kepuasan nasabah (Y) memperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($6,782 > 1,977$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikan yang telah ditentukan ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak H_1 diterima yang berarti bahwa system antrian teller (X_1) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun.

b. Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Hasil pengujian pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan nasabah (Y) memperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($5,456 > 1,977$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikan yang telah ditentukan ($0,000 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak H_2 diterima yang berarti bahwa

kualitas pelayanan (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun.

c. Atmosfer Kantor (X_3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

Hasil pengujian pengaruh antara variabel atmosfer kantor (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) memperoleh nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($3,534 > 1,977$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikan yang telah ditentukan ($0,001 < 0,05$) sehingga H_0 ditolak H_3 diterima yang berarti bahwa atmosfer kantor (X_3) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun.

2. Uji F

Uji F bertujuan untuk mengetahui dan menguji sejauh mana pengaruh suatu variabel independen yang digunakan dalam penelitian ini secara simultan atau bersama-sama untuk menerangkan variabel dependen. Adapun ketentuannya yaitu jika F hitung lebih besar dari F tabel dan nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya jika F hitung lebih kecil dari F tabel dan nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Hasil uji F disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.17
Hasil Uji F

Variabel	F Tabel	F Hitung	Sig	Keterangan
Sistem Antrian Teller (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Atmosfer Kantor (X_3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	2,67	382,496	0,000	Signifikan

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 4.17 dapat diketahui hasil uji F antara variabel sistem antrian teller (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan atmosfer kantor (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) memperoleh nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($382,496 > 2,67$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari taraf signifikan yang telah ditentukan ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat diartikan bahwa sistem antrian teller (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan atmosfer kantor (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun.

3. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini. Untuk melihat besarnya pengaruh antar variabel digunakan nilai R^2 atau R Square. Hasil uji koefisien determinasi disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.18
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Variabel	R	R Square	<i>Adjusted R Square</i>
Sistem Antrian Teller (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) dan Atmosfer Kantor (X_3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)	0,946	0,894	0,892

Sumber: Lampiran 9

Berdasarkan Tabel 4.18 dapat diketahui hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 atau R Square sebesar 0,894 yang berarti sistem antrian teller (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan atmosfer kantor (X_3) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Mandiri cabang Alun-Alun sebesar 89,4%

(0,894X100%) sedangkan sisanya 10,6% (100%-89,4%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini.

4.3 Inteprestasi

Berdasarkan hasil penelitian terhadap pengaruh variabel sistem antrian teller (X_1), kualitas pelayanan (X_2) dan atmosfer kantor (X_3) terhadap kepuasan nasabah (Y) Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun dapat diketahui bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial maupun simultan. Adapun penjelasan dari masing-masing variabel adalah sebagai berikut.

4.3.1 Pengaruh Sistem Antrian Teller terhadap Kepuasan Nasabah

Sistem antrian teller berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun. Hubungan yang ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi bernilai positif mengindikasikan bahwa semakin baik system antrian teller Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan. Menurut Gross dan Haris (2007) sistem antrian adalah kedatangan pelanggan untuk mendapatkan pelayanan, menunggu untuk dilayani jika fasilitas pelayanan masih sibuk, mendapatkan pelayanan dan kemudian meninggalkan system setelah dilayani. Pada sebuah bank, system antrian untuk mendapatkan pelayanan dari *teller* merupakan hal yang wajar, namun pihak perbankan perlu meminimalisir terjadinya antrian yang menumpuk guna menciptakan kepuasan nasabahnya. Nasabah yang berada dalam system antrian terlalu lama akan menjadi bosan dan merasa tidak puas dengan kinerja perusahaan. Demikian pula pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang

Jember Alun-Alun, pihak perusahaan telah menyiapkan beberapa *teller* untuk memberikan layanan kepada nasabahnya sehingga akan mengurangi padatnya antrian yang terjadi ketika nasabah akan melakukan transaksi. Banyaknya *teller* yang tersedia menjadikan pelayanan akan semakin cepat diberikan sehingga akan meminimalisir rasa bosan nasabah. Namun beberapa nasabah masih merasa system antrian pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun kurang efektif yang dibuktikan dengan masih banyaknya nasabah yang berdiri dalam antrian untuk mendapatkan pelayanan. Nasabah yang menunggu dengan berdiri akan menimbulkan rasa lelah sehingga juga akan timbul ketidakpuasan nasabah.

Dalam penelitian ini system antrian teller diukur melalui tiga indikator, sedangkan kepuasan nasabah diukur melalui enam indikator. Jika dikaji lebih lanjut berikut disajikan hubungan antar keduanya. Indikator pertama yaitu pola kedatangan, mayoritas responden berpersepsi pola kedatangan pada Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun didistribusikan secara *random*, hal ini dikarenakan kedatangan para nasabah yang tidak dapat diprediksi menjadikan pihak perusahaan harus menyiapkan pelayanan teller yang cukup agar tidak terjadi antrian yang panjang untuk menciptakan kepuasan nasabah secara keseluruhan. Indikator kedua yaitu perilaku konsumen, mayoritas responden berpersepsi pada antrian teller Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun terjadi tindakan individu yang melibatkan pembelian produk seperti melakukan transfer uang, penarikan tunai atau pembayaran lainnya. Pelayanan yang diberikan pada system antrian sesuai dengan kebutuhan nasabah dan cepat sehingga menjadikan

nasabah bersedia melakukan transaksi di Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun dilain waktu. Indikator ketiga yaitu aturan antrian, mayoritas responden berpersepsi bahwa antrian teller Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun terdapat aturan keputusan yang menjelaskan cara melayani nasabah dimana nasabah harus antri sesuai dengan nomer antrian yang diperoleh, hal ini menjadikan nasabah menjadi tertib dan tidak saling mendahului sehingga pelayanan yang diberikan dirasa nyaman dan nasabah bersedia merekomendasikan kepada orang lain.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa system antrian teller berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jumaid, Firmasyah dan Saputra (2020), Cahyadi (2018) dan Liliana (2017). Berdasarkan deskripsi variabel penelitian dapat diketahui bahwa indicator yang mendapat penilaian terendah adalah indicator aturan keputusan sehingga penting bagi Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun untuk melakukan evaluasi mengenai aturan mengenai antrian yang terjadi misalkan waktu maksimal yang dapat digunakan karyawan untuk melayani nasabah saat melakukan transaksi sehingga kinerja karyawan teller akan semakin cepat dan baik.

4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun. Hubungan yang ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi bernilai positif mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan karyawan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun maka

kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan. Menurut Prasetyo dan Miftahul (2012) kualitas pelayanan merupakan hasil persepsi dibenak pelanggan setelah mereka membandingkan antar persepsi kualitas yang mereka terima dengan harapan mereka terhadap layanan tersebut. Pelayanan yang berkualitas adalah pelayanan yang baik, cepat dan tepat sesuai dengan keinginan konsumennya. Pada sebuah bank kualitas pelayanan menjadi hal yang penting karena apabila pelayanan yang diberikan karyawan terkesan buruk maka nasabah akan tidak puas dan kemungkinan besar akan beralih pada bank lain yang dirasa dapat memberikan pelayanan lebih baik. Demikian pula pada Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun, pihak perusahaan selalu mengingatkan para karyawan untuk melayani nasabah dengan cepat dan tanggap, hal ini menjadi acuan untuk pemberian pelayanan terhadap nasabah agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Para karyawan juga diharuskan ramah dan sopan dalam melayani nasabah, hal ini menjadi nilai lebih bagi para nasabah. Seperti halnya satpam yang membukakan pintu bagi nasabah yang datang ataupun selesai mendapatkan pelayanan, dimana para satpam dengan ramah melayani dan menyambut nasabah. Karyawan bagian teller dan *customer service* juga melayani nasabah dengan baik, tanpa tergesa-gesa, semua nasabah dilayani sesuai dengan kepentingannya dengan cakap dan tepat waktu.

Dalam penelitian ini kualitas pelayanan diukur melalui lima indikator, sedangkan kepuasan nasabah diukur melalui enam indikator. Jika dikaji lebih lanjut berikut disajikan hubungan antar keduanya. Indikator pertama yaitu bukti fisik/*tangible* (mayoritas responden berpersepsi karyawan Bank Mandiri (Persero)

Tbk cabang Jember Alun-Alun memiliki kemampuan yang baik dalam menunjukkan eksistensinya terhadap pihak eksternal, hal ini juga didukung dengan kecepatan layanan, fasilitas layanan yang lengkap serta keramahan karyawan sehingga menciptakan kepuasan nasabah. Indikator kedua yaitu keandalan/*realibility*, mayoritas responden berpersepsi karyawan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun menunjukkan kemampuannya dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya, hal ini menjadikan nasabah memiliki minat untuk menggunakan jasa Bank Mandiri kembali di waktu mendatang. Indikator ketiga yaitu daya tanggap/*responsiveness*, mayoritas responden berpersepsi karyawan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun memiliki kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat/responsif dan tepat kepada nasabah dengan penyampaian yang jelas, hal ini menjadikan nasabah menjadi merasa puas secara keseluruhan terhadap penyedia jasa pelayanan yaitu Bank Mandiri. Indikator keempat yaitu jaminan/*assurance*, mayoritas responden berpersepsi bahwa karyawan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun memiliki kemampuan dalam bersikap sopan santun yang menjadikan nasabah memiliki kepercayaan bahwa tidak adanya resiko keragu-raguan atas pelayanan yang diberikan, hal ini menjadikan nasabah bersedia untuk mempromosikan atau merekomendasikan Bank Mandiri kepada orang lain. Indikator kelima yaitu empati/*emphaty*, mayoritas responden berpersepsi karyawan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun mampu memberikan perhatian yang tulus kepada nasabah dan memahami kepentingan nasabah, hal ini menjadikan

hubungan yang terjalin antara nasabah dan pihak perusahaan terjaga dengan baik dan nasabah merasa puas.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Azizah (2020), Handika dan Susanti (2019), Susanti dan Syahrian (2019), Frenos dan Gwen (2019), Agus (2018), Yuliana (2017) serta Oktrechia *et al* (2016). Berdasarkan deskripsi variabel penelitian dapat diketahui bahwa indikator yang mendapat penilaian terendah adalah indikator bukti fisik atau *tangible* sehingga penting bagi Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun untuk melakukan evaluasi pada karyawannya untuk lebih baik dalam memberikan pelayanan kepada para nasabahnya.

4.3.3 Pengaruh Atmosfer Kantor terhadap Kepuasan Nasabah

Atmosfer kantor berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun. Hubungan yang ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi bernilai positif mengindikasikan bahwa semakin baik atmosfer kantor pada Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun maka kepuasan nasabah akan mengalami peningkatan. Menurut Foster (2008) atmosfer merupakan suasana yang tercipta dalam sebuah lingkungan yang distimulasi melalui komunikasi visual. Suasana keseluruhan pada suatu bank yang diciptakan melalui elemen fisik seperti eksterior, interior dan display serta elemen psikologis seperti kenyamanan, kebersihan, promosi dan teknologi akan mempengaruhi konsumen untuk datang kembali dan mempertimbangkan penawaran yang diberikan dan cenderung melakukan transaksi lebih dari yang direncanakan.

Demikianpula pada Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun, pihak perusahaan selalu berupaya menciptakan suasana interior dan eksterior yang nyaman dan bersih serta rapi agar para nasabah merasa nyaman dan betah saat akan melakukan transaksi walaupun harus mengantri. Selain itu pada PT Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun juga tersedia pendingin ruangan yang memberikan kesan sejuk dan nyaman serta pengharum ruangan yang memberikan kesan wangi, hal ini tentu memberikan kesan menyenangkan sehingga para nasabah menjadi puas dengan atmosfer kantor pada bank tersebut.

Dalam penelitian ini kualitas pelayanan diukur melalui tujuh indikator, sedangkan kepuasan nasabah diukur melalui enam indikator. Jika dikaji lebih lanjut berikut disajikan hubungan antar keduanya. Indikator pertama mengenai lantai/*flooring* mayoritas responden berpersepsi penentuan jenis lantai, ukuran dan warna lantai pada Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun baik, hal ini menjadikan nasabah merasa puas secara keseluruhan terhadap Indikator kedua mengenai warna dan pencahayaan/*color and lightening* mayoritas nasabah berpersepsi tertarik terhadap warna dan pencahayaan ruangan Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun yang baik sehingga menciptakan kenyamanan bagi nasabah dan karyawan yang secara tidak langsung menjadikan cepatnya pelayanan. Indikator ketiga yaitu aroma dan music/*scent and music* mayoritas responden berpersepsi Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun dilengkapi dengan pewangi ruangan dan music yang membuat ruangan menjadi nyaman didukung dengan fasilitas yang lengkap menjadikan nasabah berminat melakukan transaksi dilain waktu. Indikator keempat yaitu

penempatan/*fixture* mayoritas responden berpersepsi Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun memiliki penataan meja dan kursi yang sesuai dan nyaman sehingga menimbulkan kesesuaian antara harapan yang diinginkan nasabah. Indikator kelima yaitu suhu udara/*temperature* mayoritas responden berpersepsi Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun memiliki pengatur suhu udara agar ruangan tidak terlalu dingin atau panas sehingga menciptakan kesan sejuk dan nyaman menjadikan nasabah bersedia merekomendasikan kepada orang lain. Indikator keenam yaitu lebar gang/*width of aisles* mayoritas responden berpersepsi Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun memiliki jarak antar meja dan kursi yang baik sehingga terkesan nyaman dan nasabah menjadi betah menunggu didalam ruangan dan nasabah merasa puas. Indikator ketujuh mengenai kebersihan/*cleanliness* mayoritas responden berpersepsi kebersihan pada Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun terjaga dengan baik sehingga terjalin hubungan yang baik antara perusahaan dan nasabah.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa atmosfer kantor berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, hal ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jumaid, Firmasyah dan Saputra (2020), Melinda (2019) dan Okrechia *et al* (2016). Berdasarkan deskripsi variabel penelitian dapat diketahui bahwa indikator yang mendapat penilaian terendah adalah indikator suhu udara sehingga penting bagi Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun untuk meningkatkan pelayanan mengenai temperature karena di beberapa tempat

masih terkesan panas terlebih lagi adanya antrian diluar ruangan yang menjadikan nasabah merasa bosan untuk menunggu antrian.

4.3.4 Pengaruh Sistem Antrian Teller, Kualitas Pelayanan dan Atmosfer Kantor terhadap Kepuasan Nasabah

Sistem antrian teller, kualitas pelayanan dan atmosfer kantor berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun. Berdasarkan nilai R Square dapat diketahui bahwa sistem antrian teller, kualitas pelayanan dan atmosfer kantor berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun sebesar 89,4% sedangkan sisanya yaitu sebesar 11,6% dipengaruhi variabel lain yang tidak digunakan dalam penelitian ini. Berdasarkan nilai koefisien regresi dapat diketahui bahwa sistem antrian teller memiliki pengaruh terbesar dalam penelitian ini yaitu dengan nilai beta 0,455. Ketiga variabel penelitian memperoleh nilai koefisien yang tinggi mengindikasikan bahwa peran sistem antrian teller, kualitas pelayanan dan atmosfer kantor dalam menentukan kepuasan nasabah adalah tinggi, sehingga perlu dilakukan evaluasi atau perbaikan terhadap hal yang berkaitan dengan variabel tersebut yang masih dipersepsikan kurang maksimal oleh nasabah. Sistem antrian teller yang tidak terlalu lama dengan pelayanan yang berkualitas seperti karyawan yang melayani dengan cepat, tanggap dan ramah serta atmosfer yang mendukung seperti ruangan yang nyaman karena berAC menjadi nilai lebih bagi nasabah. Nasabah akan bersedia antri dengan waktu yang cukup lama apabila didukung dengan kualitas layanan dan suasana yang nyaman. Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun dipersepsikan telah memiliki sistem

antrian teller yang baik dimana nasabah mendapatkan nomor antrian untuk mendapatkan layanan untuk melakukan kepentingan transaksinya seperti melakukan penarikan uang, transfer bank atau membayar suatu tagihan. Karyawan Bank Mandiri juga dinilai ramah oleh nasabah, mereka melayani dengan senyum tanpa merasa lelah walaupun banyak nasabah yang dilayani. Selain itu Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun juga memiliki ruangan yang sangat luas dilengkapi fasilitas kursi yang banyak dan layak serta kebersihan yang terjaga juga ruangan yang wangi dan sejuk sehingga mayoritas nasabah merasakan kepuasan terhadap perusahaan tersebut

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian terhadap variabel system antrian teller, kualitas pelayanan, atmosfer kantor serta kepuasan nasabah, adapun simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Sistem antrian teller berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun, pihak Bank Mandiri telah menyiapkan beberapa *teller* untuk memberikan layanan kepada nasabahnya sehingga akan mengurangi padatnya antrian yang terjadi ketika nasabah akan melakukan transaksi. Banyaknya *teller* yang tersedia menjadikan pelayanan akan semakin cepat diberikan sehingga akan meminimalisir rasa bosan nasabah.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun, pihak Bank Mandiri selalu mengingatkan para karyawan untuk melayani nasabah dengan cepat dan tanggap, hal ini menjadi acuan untuk pemberian pelayanan terhadap nasabah agar nasabah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Para karyawan juga diharuskan ramah dan sopan dalam melayani nasabah, hal ini menjadi nilai lebih bagi para nasabah.
3. Atmosfer kantor berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun, pihak Bank Mandiri selalu berupaya

menciptakan suasana interior dan eksterior yang nyaman dan bersih serta rapi agar para nasabah merasa nyaman dan betah saat akan melakukan transaksi walaupun harus mengantri.

4. Sistem antrian teller, kualitas pelayanan dan atmosfer kantor berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Nasabah akan merasa puas jika kinerja yang diberikan perusahaan sesuai dengan harapan mereka, dengan system antrian yang tertib, kualitas pelayanan yang baik dan atmosfer kantor yang nyaman maka akan timbul kepuasan nasabah.
5. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel yang dominan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Alun-Alun Jember adalah system antrian teller, sehingga perlu dilakukan evaluasi untuk lebih meningkatkan system antrian yang ada pada perusahaan agar nasabah menjadi puas dan tidak berpindah pada bank lain.

5.2 Implikasi

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa system antrian teller, kualitas pelayanan dan atmosfer kantor berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank Mandiri (Persero) Tbk cabang Jember Alun-Alun, adapun implikasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Berkaitan dengan system antrian teller, pihak Bank Mandiri perlu melakukan evaluasi mengenai aturan mengenai antrian yang terjadi misalkan waktu maksimal yang dapat digunakan karyawan untuk melayani nasabah saat melakukan transaksi sehingga kinerja karyawan teller akan semakin cepat dan baik. Selain itu juga perlu dilakukan evaluasi system antrian yang masih

menggunakan antrian dengan berdiri mengular untuk mendapatkan pelayanan sedangkan pada bank lain sudah menggunakan tempat duduk agar nasabah tidak lelah menunggu antrian. Pihak bank dapat membatasi jumlah nasabah yang berdiri menunggu antrian, sedangkan antrian berikutnya bisa menunggu ditempat duduk sehingga tidak terkesan system antrian terlalu sibuk dan panjang dan menjadikan kesan menunggu mendapatkan pelayanan yang lama.

2. Berkaitan dengan kualitas pelayanan, pihak Bank Mandiri perlu melakukan evaluasi pada karyawannya untuk lebih baik dalam memberikan pelayanan kepada para nasabahnya.
3. Berkaitan dengan atmosfer kantor, pihak Bank Mandiri perlu meningkatkan pelayanan mengenai temperature karena di beberapa tempat masih terkesan panas terlebih lagi adanya antrian diluar ruangan yang menjadikan nasabah merasa bosan untuk menunggu antrian

5.3 Saran

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Bagi PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Jember Alun-Alun

Bagi pihak perusahaan sebaiknya melakukan evaluasi mengenai beberapa hal yang masih dinilai kurang maksimal oleh nasabah guna menciptakan kepuasan nasabah yang pada akhirnya menjadikan nasabah loyal terhadap perusahaan.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya sebaiknya menggunakan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah pada suatu perbankan misal kepercayaan, fasilitas, penanganan complain atau layanan mobile banking.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, A. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri Persero, Tbk cabang Pinrang Kabupaten Pinrang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar).
- Ali. Hasan. 2013. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta. CAPS (Center For. Academic Publishing Service).
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Azisah, N. 2020. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah BMT Al-Birry di Kabupaten Pinrang (Doctoral dissertation, IAIN Parepare).
- Fernos, J., & Gietricen, G. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah Mobile Banking pada Bank Pembangunan Daerah Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Pundi*, 3(2), 137-150.
- Foster, Bob. 2008. *Manajemen Ritel*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Keenam. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gross dan Haris. 2008. *The Queueing Systems*, McGraw-Hill, Inc, New York.
- Handika, R., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pada Pt. Bpr Jkt Pariaman.
- Kasmir. 2001. *Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya*, PT Raja Grafindo Persada Jakarta.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid satu. Erlangga : Jakarta
- Melanda, Y. 2019. Pengaruh Kedekatan Emosional Dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Nasabah Bri *Link* (Studi di Kecamatan Bermaniilir Kabupaten Kepahiang) (Doctoral dissertation, IAIN Bengkulu).
- Pangestu Subagyo, Marwan Asri dan THani Handoko. 2000. *Dasar-dasar Operations Research*, BPFE, Yogyakarta.
- Pitanda, M. D. 2017. Analisis System Antrian Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang

Pembantu Ampera Palembang. *Jurnal Kompetitif*, 6(1).

Prasetyo, Bambang dan Lina Miftahul Jannah. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Edisi 7. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.

Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen – Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.

Susanti, N., & Syahrian, A. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada PT. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang). *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF)*, 1(1), 46-53.

Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality, & Satisfaction*, Andi Yogyakarta.

Yuliana, R. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Identitas responden

No responden : (diisi peneliti)

Isilah data dibawah ini sesuai dengan data pribadi

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
3. Usia : a. 18 - 20 b. 21– 25
 c. 26 - 30 d. 31 – 35 e. 36 - 40
4. Pendidikan terakhir : a. SD b. SMP c. SMA
 d. Diplomat e. Sarjana
5. Pekerjaan : a. Pelajar/Mahasiswa b. Pegawai Negeri/Polri/TNI
 c. Pegawai Swasta d. Wiraswasta
6. Lama menjadi nasabah: a. kurang dari 1 tahun
 b. 1 – 3 Tahun
 c. 3 – 5 Tahun
 d. Lebih dari 5 Tahun

NB: Lingkari data yang sesuai

Sistem antrian teller

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Pola kedatangan nasabah pada Bank Mandiri jember Alun-Alun terdistribusi secara random.					
2.	Nasabah yang datang ke Bank Mandiri Jember Alun-Alun memiliki tujuan untuk melakukan transaksi sengan CS atau Teller					
3.	Antrian nasabah pada Bank Mandiri jember Alun-Alun telah diatur dengan nomor sesuai kedatangan nasabah.					

Kualitas Pelayanan

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Karyawan Bank Mandiri jember Alun-Alun memberikan pelayanan kepada nasabah dengan baik.					
2	Karyawan Bank Mandiri jember Alun-Alun memberikan pelayanan kepada nasabah secara terpercaya dan akurat.					
3	Karyawan Bank Mandiri jember Alun-Alun memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada nasabah dengan penyampaian informasi yang jelas.					
4	Karyawan Bank Mandiri jember Alun-Alun melayani nasabah dengan sopan sehingga dapat menanamkan kepercayaan dari para nasabah dari adanya resiko dan keragu-raguan kepada perusahaan.					
5	Karyawan Bank Mandiri jember Alun-Alun memberikan perhatian tulus kepada para nasabah dan memahami apa yang dibutuhkan oleh para nasabah.					

Atmosfer Kantor

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Penentuan jenis lantai, ukuran, desain dan warna lantai didesain secara unik sehingga terkesan bersih.					
2	Warna dan pencahayaan pada kantor Bank Mandiri Alun-Alun Jember terkesan cerah dan					

	bagus.					
3	Ruang tunggu di kantor Bank Mandiri Alun-Alun Jember terkesan wangi karena dilengkapi pengharum ruangan yang enak.					
4	Penempatan meja dan kursi di kantor Bank Mandiri Alun-Alun Jember tertata rapi dan memberikan kesan nyaman.					
5	Suhu udara di kantor Bank Mandiri Alun-Alun Jember sudah tepat karena tidak terlalu panas atau terlalu dingin dan dilengkapi AC					
6	Jarak antara meja dan kursi di kantor Bank Mandiri Alun-Alun Jember diatur sedemikian rupa agar nasabah merasa nyaman dan betah berada dibank					
7	Kebersihan di kantor Bank Mandiri Alun-Alun Jember terjaga dengan baik					

Kepuasan Nasabah

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Nasabah merasakan kepuasan secara keseluruhan terhadap pelayanan yang diberikan di kantor Bank Mandiri Alun-Alun Jember.					
2	Kecepatan pelayanan, fasilitas layanan dan keramahan staf layanan nasabah di kantor Bank Mandiri Alun-Alun Jember sudah baik					
3	Produk dan pelayanan yang diberikan di kantor Bank Mandiri Alun-Alun Jember sesuai dengan harapan nasabah.					
4	Nasabah bersedia datang kembali ke kantor Bank Mandiri Alun-Alun Jember untuk melakukan transaksi keuangan dilain waktu					
5	Nasabah bersedia merekomendasikan menggunakan jasa Bank Mandiri Alun-Alun Jember kepada orang lain.					
6	Pihak bank Bank Mandiri Alun-Alun Jember bersedia menjalin hubungan baik dengan nasabahnya dengan memberikan yang terbaik.					

Lampiran 2. Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Usia	Profesi	Pendidikan	Lama Menjadi Nasabah
1	Perempuan	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3 - 5 Tahun
2	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	Kurang dari 1 Tahun
3	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
4	Perempuan	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3 - 5 Tahun
5	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	SMP	Wiraswasta	1 - 3 Tahun
6	Laki-Laki	18 - 20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3 - 5 Tahun
7	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Diploma	Pegawai Swasta	3 - 5 Tahun
8	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
9	Perempuan	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 Tahun
10	Perempuan	31 - 35 Tahun	Diploma	Pegawai Swasta	Lebih dari 5 Tahun
11	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	Diploma	Pegawai Swasta	3 - 5 Tahun
12	Perempuan	31 - 35 Tahun	SMP	Wiraswasta	Kurang dari 1 Tahun
13	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	Lebih dari 5 Tahun
14	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	1 - 3 Tahun
15	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Diploma	Pegawai Swasta	3 - 5 Tahun
16	Perempuan	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3 - 5 Tahun
17	Perempuan	31 - 35 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	1 - 3 Tahun
18	Laki-Laki	18 - 20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Lebih dari 5 Tahun
19	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	3 - 5 Tahun
20	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	SMP	Wiraswasta	Lebih dari 5 Tahun
21	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Kurang dari 1 Tahun
22	Perempuan	31 - 35 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	3 - 5 Tahun
23	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Diploma	Pegawai Swasta	3 - 5 Tahun
24	Perempuan	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 Tahun
25	Perempuan	36 - 40 Tahun	SD	Wiraswasta	Lebih dari 5 Tahun
26	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
27	Perempuan	36 - 40 Tahun	SMA	Wiraswasta	Kurang dari 1 Tahun
28	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
29	Perempuan	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Lebih dari 5 Tahun
30	Laki-Laki	31 - 35 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	1 - 3 Tahun
31	Perempuan	31 - 35 Tahun	Diploma	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
32	Laki-Laki	18 - 20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Kurang dari 1 Tahun
33	Perempuan	31 - 35 Tahun	SMP	Wiraswasta	3 - 5 Tahun
34	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
35	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	1 - 3 Tahun
36	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	3 - 5 Tahun
37	Perempuan	31 - 35 Tahun	SMA	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Kurang dari 1 Tahun
38	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
39	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	3 - 5 Tahun
40	Perempuan	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 Tahun
41	Laki-Laki	31 - 35 Tahun	Diploma	Wiraswasta	Lebih dari 5 Tahun
42	Laki-Laki	31 - 35 Tahun	SMA	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Kurang dari 1 Tahun
43	Perempuan	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
44	Laki-Laki	18 - 20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3 - 5 Tahun
45	Perempuan	31 - 35 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	Lebih dari 5 Tahun

46	Perempuan	26 - 30 Tahun	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	3 - 5 Tahun
47	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	Kurang dari 1 Tahun
48	Perempuan	31 - 35 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	1 - 3 Tahun
49	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	SMP	Pelajar/Mahasiswa	Lebih dari 5 Tahun
50	Perempuan	31 - 35 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	3 - 5 Tahun
51	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	Lebih dari 5 Tahun
52	Laki-Laki	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	1 - 3 Tahun
53	Perempuan	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3 - 5 Tahun
54	Perempuan	18 - 20 Tahun	SMA	Wiraswasta	Kurang dari 1 Tahun
55	Laki-Laki	31 - 35 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
56	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	Lebih dari 5 Tahun
57	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 Tahun
58	Perempuan	31 - 35 Tahun	Diploma	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
59	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Kurang dari 1 Tahun
60	Laki-Laki	31 - 35 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	3 - 5 Tahun
61	Perempuan	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Lebih dari 5 Tahun
62	Perempuan	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	1 - 3 Tahun
63	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	Lebih dari 5 Tahun
64	Perempuan	36 - 40 Tahun	SMP	Wiraswasta	Kurang dari 1 Tahun
65	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	Diploma	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
66	Laki-Laki	18 - 20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 Tahun
67	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	1 - 3 Tahun
68	Laki-Laki	31 - 35 Tahun	SMA	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
69	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
70	Laki-Laki	31 - 35 Tahun	SMP	Wiraswasta	Kurang dari 1 Tahun
71	Perempuan	21 - 25 Tahun	Diploma	Pegawai Swasta	3 - 5 Tahun
72	Perempuan	36 - 40 Tahun	Diploma	Pegawai Negeri/TNI/Polri	1 - 3 Tahun
73	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	Diploma	Pegawai Swasta	Lebih dari 5 Tahun
74	Perempuan	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
75	Perempuan	18 - 20 Tahun	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	Kurang dari 1 Tahun
76	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	SD	Wiraswasta	Lebih dari 5 Tahun
77	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	1 - 3 Tahun
78	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	3 - 5 Tahun
79	Laki-Laki	31 - 35 Tahun	SMA	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Kurang dari 1 Tahun
80	Perempuan	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
81	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	1 - 3 Tahun
82	Laki-Laki	31 - 35 Tahun	Diploma	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
83	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Kurang dari 1 Tahun
84	Perempuan	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3 - 5 Tahun
85	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	3 - 5 Tahun
86	Perempuan	26 - 30 Tahun	Diploma	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
87	Perempuan	21 - 25 Tahun	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	Kurang dari 1 Tahun
88	Laki-Laki	36 - 40 Tahun	SMP	Wiraswasta	Lebih dari 5 Tahun
89	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	1 - 3 Tahun
90	Perempuan	36 - 40 Tahun	SMA	Pegawai Swasta	Lebih dari 5 Tahun
91	Laki-Laki	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Kurang dari 1 Tahun
92	Perempuan	18 - 20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Lebih dari 5 Tahun
93	Perempuan	18 - 20 Tahun	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 Tahun

94	Laki-Laki	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	1 - 3 Tahun
95	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Diploma	Pegawai Negeri/TNI/Polri	3 - 5 Tahun
96	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Kurang dari 1 Tahun
97	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	Lebih dari 5 Tahun
98	Perempuan	36 - 40 Tahun	Diploma	Pegawai Negeri/TNI/Polri	1 - 3 Tahun
99	Perempuan	36 - 40 Tahun	Diploma	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Lebih dari 5 Tahun
100	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Lebih dari 5 Tahun
101	Perempuan	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	Kurang dari 1 Tahun
102	Laki-Laki	18 - 20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Lebih dari 5 Tahun
103	Perempuan	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	1 - 3 Tahun
104	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	3 - 5 Tahun
105	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Lebih dari 5 Tahun
106	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	Kurang dari 1 Tahun
107	Laki-Laki	36 - 40 Tahun	Diploma	Pegawai Swasta	Lebih dari 5 Tahun
108	Perempuan	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	3 - 5 Tahun
109	Perempuan	18 - 20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Lebih dari 5 Tahun
110	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	1 - 3 Tahun
111	Laki-Laki	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	Lebih dari 5 Tahun
112	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	3 - 5 Tahun
113	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	3 - 5 Tahun
114	Laki-Laki	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	1 - 3 Tahun
115	Perempuan	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	1 - 3 Tahun
116	Perempuan	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	Lebih dari 5 Tahun
117	Perempuan	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	3 - 5 Tahun
118	Laki-Laki	18 - 20 Tahun	Diploma	Pelajar/Mahasiswa	1 - 3 Tahun
119	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	Lebih dari 5 Tahun
120	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	1 - 3 Tahun
121	Perempuan	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Negeri/TNI/Polri	3 - 5 Tahun
122	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3 - 5 Tahun
123	Perempuan	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	Kurang dari 1 Tahun
124	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	Lebih dari 5 Tahun
125	Laki-Laki	36 - 40 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	3 - 5 Tahun
126	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMA	Wiraswasta	1 - 3 Tahun
127	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	3 - 5 Tahun
128	Perempuan	31 - 35 Tahun	Diploma	Wiraswasta	3 - 5 Tahun
129	Laki-Laki	31 - 35 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	1 - 3 Tahun
130	Perempuan	18 - 20 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3 - 5 Tahun
131	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Pegawai Swasta	3 - 5 Tahun
132	Perempuan	21 - 25 Tahun	SMA	Wiraswasta	3 - 5 Tahun
133	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Sarjana	Wiraswasta	1 - 3 Tahun
134	Perempuan	26 - 30 Tahun	Sarjana	Wiraswasta	Lebih dari 5 Tahun
135	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Diploma	Wiraswasta	Lebih dari 5 Tahun
136	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Sarjana	Wiraswasta	3 - 5 Tahun
137	Perempuan	26 - 30 Tahun	SMA	Wiraswasta	1 - 3 Tahun
138	Perempuan	26 - 30 Tahun	Diploma	Wiraswasta	3 - 5 Tahun
139	Laki-Laki	21 - 25 Tahun	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3 - 5 Tahun
140	Laki-Laki	26 - 30 Tahun	Diploma	Wiraswasta	1 - 3 Tahun

Lampiran 3. Rekapitulasi Jawaban Responden

No	1	2	3	X1	X1R	1	2	3	4	5	X2	X2R	1	2	3	4	5	6	7	X3	X3R	1	2	3	4	5	6	Y	YR
1	5	4	5	14	4,67	4	4	3	4	3	18	3,60	4	5	4	5	4	5	4	31	4,43	5	5	5	5	5	5	30	5,00
2	3	5	5	13	4,33	5	4	5	5	4	23	4,60	4	4	5	4	5	4	5	31	4,43	5	5	5	5	5	5	30	5,00
3	4	2	4	10	3,33	4	4	4	5	5	22	4,40	4	3	3	4	3	4	3	24	3,43	4	5	5	5	4	5	28	4,67
4	2	2	2	6	2,00	2	3	2	2	3	12	2,40	3	2	2	3	3	2	2	17	2,43	2	2	3	2	2	3	14	2,33
5	4	3	4	11	3,67	5	4	5	5	4	23	4,60	4	5	5	4	5	5	5	33	4,71	5	5	4	5	5	4	28	4,67
6	2	2	2	6	2,00	2	2	2	2	2	10	2,00	2	3	2	3	2	2	3	17	2,43	2	2	2	2	2	2	12	2,00
7	5	4	4	13	4,33	5	5	5	5	5	25	5,00	4	5	5	5	4	5	5	33	4,71	5	4	5	5	5	4	28	4,67
8	4	5	4	13	4,33	5	5	4	5	4	23	4,60	3	4	3	3	4	3	4	24	3,43	5	5	5	5	5	5	30	5,00
9	4	4	4	12	4,00	4	5	4	4	5	22	4,40	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00	4	4	4	4	4	4	24	4,00
10	5	3	5	13	4,33	5	4	5	5	4	23	4,60	5	4	5	4	4	5	4	31	4,43	5	5	5	5	5	5	30	5,00
11	4	5	4	13	4,33	5	5	5	5	5	25	5,00	5	4	5	5	4	5	5	33	4,71	5	5	5	5	5	5	30	5,00
12	3	2	2	7	2,33	2	2	2	2	2	10	2,00	3	2	3	2	2	3	3	18	2,57	2	3	3	2	2	3	15	2,50
13	2	2	2	6	2,00	2	2	2	3	3	12	2,40	3	3	2	3	2	2	3	18	2,57	3	2	3	2	3	3	16	2,67
14	5	4	5	14	4,67	5	5	5	4	5	24	4,80	5	5	4	5	4	5	5	33	4,71	5	5	4	5	5	4	28	4,67
15	5	5	4	14	4,67	4	5	5	4	5	23	4,60	5	5	4	4	5	5	4	32	4,57	4	5	4	5	5	5	28	4,67
16	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
17	4	4	4	12	4,00	4	5	4	4	5	22	4,40	5	4	4	5	4	5	5	32	4,57	5	5	4	5	5	4	28	4,67
18	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
19	2	2	2	6	2,00	2	3	2	2	3	12	2,40	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00	2	2	3	2	2	2	13	2,17
20	3	3	3	9	3,00	3	3	3	3	3	15	3,00	3	3	3	3	3	3	3	21	3,00	3	3	3	3	3	3	18	3,00
21	4	5	5	14	4,67	3	4	3	3	4	17	3,40	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
22	5	5	5	15	5,00	4	4	3	4	3	18	3,60	5	5	4	5	4	5	3	31	4,43	5	5	5	5	5	5	30	5,00
23	4	4	4	12	4,00	4	4	4	4	4	20	4,00	4	4	5	4	5	4	5	31	4,43	4	4	4	4	4	4	24	4,00
24	5	5	4	14	4,67	5	4	5	5	5	24	4,80	5	4	3	3	4	3	3	25	3,57	5	5	5	4	5	5	29	4,83
25	4	5	4	13	4,33	4	5	5	4	4	22	4,40	4	4	5	5	5	4	5	32	4,57	4	5	5	5	4	5	28	4,67
26	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00

27	3	2	3	8	2,67	3	3	3	3	3	15	3,00	3	3	3	3	3	3	21	3,00	3	3	3	3	3	3	18	3,00	
28	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	4	5	4	5	4	32	4,57	5	5	5	5	5	5	30	5,00
29	2	2	2	6	2,00	2	2	2	2	2	10	2,00	2	3	2	3	2	3	2	17	2,43	2	2	2	2	2	2	12	2,00
30	5	4	5	14	4,67	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
31	2	2	2	6	2,00	2	2	2	2	2	10	2,00	2	2	2	2	2	2	2	14	2,00	2	2	2	2	2	2	12	2,00
32	5	5	4	14	4,67	4	5	5	5	4	23	4,60	4	5	5	5	4	5	5	33	4,71	5	4	5	5	5	4	28	4,67
33	4	3	4	11	3,67	5	5	4	5	4	23	4,60	5	3	5	3	3	5	3	27	3,86	5	5	5	5	5	5	30	5,00
34	3	4	4	11	3,67	3	4	4	4	3	18	3,60	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00	4	4	4	4	4	4	24	4,00
35	5	5	5	15	5,00	3	4	3	4	4	18	3,60	5	4	5	5	4	5	5	33	4,71	5	5	5	5	5	5	30	5,00
36	4	5	4	13	4,33	5	5	5	5	5	25	5,00	5	4	5	5	4	5	5	33	4,71	5	5	5	5	5	5	30	5,00
37	3	3	2	8	2,67	2	2	2	2	2	10	2,00	2	2	3	2	2	3	3	17	2,43	2	3	3	2	2	3	15	2,50
38	2	2	2	6	2,00	2	2	2	3	3	12	2,40	3	3	2	3	2	2	3	18	2,57	3	2	3	2	3	3	16	2,67
39	5	4	4	13	4,33	5	5	5	4	5	24	4,80	5	5	4	5	4	5	5	33	4,71	5	5	4	5	5	4	28	4,67
40	5	5	4	14	4,67	4	4	3	4	3	18	3,60	5	5	4	5	3	5	4	31	4,43	4	5	4	5	5	5	28	4,67
41	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
42	4	4	4	12	4,00	4	5	4	4	5	22	4,40	4	4	4	4	4	4	3	27	3,86	5	5	4	5	5	4	28	4,67
43	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
44	4	5	4	13	4,33	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
45	4	5	4	13	4,33	4	4	4	5	5	22	4,40	4	4	4	4	5	4	4	29	4,14	4	5	5	5	4	5	28	4,67
46	3	2	2	7	2,33	2	3	2	2	3	12	2,40	3	2	2	3	3	2	2	17	2,43	2	2	3	2	2	3	14	2,33
47	4	5	4	13	4,33	5	4	5	5	4	23	4,60	4	5	5	4	5	5	5	33	4,71	5	5	4	5	5	4	28	4,67
48	2	2	2	6	2,00	2	2	2	2	2	10	2,00	2	2	2	2	2	2	2	14	2,00	2	2	2	2	2	2	12	2,00
49	5	5	4	14	4,67	4	5	5	5	4	23	4,60	4	5	5	5	4	5	5	33	4,71	5	4	5	5	5	4	28	4,67
50	5	5	4	14	4,67	5	5	4	5	4	23	4,60	5	4	5	5	4	5	4	32	4,57	5	5	5	5	5	5	30	5,00
51	4	4	4	12	4,00	5	5	5	5	5	25	5,00	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00	4	4	4	4	4	4	24	4,00
52	4	4	3	11	3,67	5	4	5	5	4	23	4,60	5	4	5	5	4	5	5	33	4,71	5	5	5	5	5	5	30	5,00
53	3	4	4	11	3,67	5	5	5	5	5	25	5,00	5	4	5	5	4	5	5	33	4,71	5	5	5	5	5	5	30	5,00
54	4	5	4	13	4,33	5	4	5	5	4	23	4,60	4	5	5	4	5	5	5	33	4,71	5	5	4	5	5	4	28	4,67
55	2	2	2	6	2,00	2	2	2	2	2	10	2,00	4	5	5	5	5	4	5	33	4,71	2	2	2	2	2	2	12	2,00

56	5	5	4	14	4,67	4	5	5	5	4	23	4,60	4	5	5	5	4	5	5	33	4,71	5	4	5	5	5	4	28	4,67
57	5	5	4	14	4,67	5	5	4	5	4	23	4,60	5	4	5	5	4	5	4	32	4,57	5	5	5	5	5	5	30	5,00
58	4	4	4	12	4,00	4	5	4	4	5	22	4,40	4	4	4	4	4	4	28	4,00	4	4	4	4	4	4	24	4,00	
59	5	5	5	15	5,00	4	4	3	4	3	18	3,60	5	4	5	5	4	5	5	33	4,71	5	5	5	5	5	5	30	5,00
60	4	5	4	13	4,33	5	5	5	5	5	25	5,00	5	4	5	5	4	5	5	33	4,71	5	5	5	5	5	5	30	5,00
61	3	3	2	8	2,67	2	2	2	2	2	10	2,00	2	2	3	2	2	3	3	17	2,43	2	3	3	2	2	3	15	2,50
62	2	2	2	6	2,00	2	2	2	3	3	12	2,40	3	3	2	3	2	2	3	18	2,57	3	2	3	2	3	3	16	2,67
63	3	4	5	12	4,00	5	5	5	4	5	24	4,80	5	5	4	5	4	5	5	33	4,71	5	5	4	5	5	4	28	4,67
64	5	5	4	14	4,67	4	5	5	4	5	23	4,60	5	5	4	4	5	5	4	32	4,57	4	5	4	5	5	5	28	4,67
65	4	4	4	12	4,00	4	4	4	4	4	20	4,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
66	5	5	5	15	5,00	4	4	4	4	4	20	4,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
67	4	4	4	12	4,00	4	4	4	4	4	20	4,00	5	4	5	4	4	5	4	31	4,43	4	4	4	4	4	4	24	4,00
68	5	5	5	15	5,00	5	4	5	5	5	24	4,80	5	4	5	5	4	5	5	33	4,71	5	5	5	4	5	5	29	4,83
69	4	5	4	13	4,33	4	5	5	4	4	22	4,40	4	4	5	5	5	4	5	32	4,57	4	5	5	5	4	5	28	4,67
70	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
71	3	3	3	9	3,00	3	3	3	3	3	15	3,00	3	4	3	4	3	4	3	24	3,43	3	3	3	3	3	3	18	3,00
72	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
73	2	2	2	6	2,00	2	2	2	2	2	10	2,00	2	2	2	2	2	2	2	14	2,00	2	2	2	2	2	2	12	2,00
74	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	4	5	4	5	5	4	32	4,57	5	5	5	5	5	5	30	5,00
75	2	2	2	6	2,00	2	2	2	2	2	10	2,00	2	3	2	3	2	3	2	17	2,43	2	2	2	2	2	2	12	2,00
76	4	3	4	11	3,67	5	4	5	4	4	22	4,40	5	4	5	5	4	5	5	33	4,71	5	5	5	5	5	5	30	5,00
77	3	3	2	8	2,67	2	2	2	2	2	10	2,00	2	2	3	2	2	3	3	17	2,43	2	3	3	2	2	3	15	2,50
78	2	2	2	6	2,00	2	2	2	3	3	12	2,40	3	3	2	3	2	2	3	18	2,57	3	2	3	2	3	3	16	2,67
79	5	4	5	14	4,67	5	5	5	4	5	24	4,80	5	5	4	5	4	5	5	33	4,71	5	5	4	5	5	4	28	4,67
80	5	5	4	14	4,67	4	4	3	4	3	18	3,60	5	5	4	4	5	5	4	32	4,57	4	5	4	5	5	5	28	4,67
81	4	3	4	11	3,67	5	5	5	5	5	25	5,00	4	3	5	5	4	3	5	29	4,14	5	5	5	5	5	5	30	5,00
82	4	4	4	12	4,00	4	5	4	4	5	22	4,40	5	4	4	5	4	5	5	32	4,57	5	5	4	5	5	4	28	4,67
83	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
84	2	2	2	6	2,00	2	3	2	2	3	12	2,40	2	3	2	2	3	2	2	16	2,29	2	2	3	2	2	2	13	2,17

85	3	3	3	9	3,00	3	3	3	3	3	15	3,00	3	3	3	3	3	3	21	3,00	3	3	3	3	3	3	18	3,00	
86	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00	
87	4	4	3	11	3,67	5	5	5	5	5	25	5,00	3	4	4	5	4	5	3	28	4,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
88	4	3	4	11	3,67	4	4	4	4	4	20	4,00	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00	4	4	4	4	4	4	24	4,00
89	5	5	5	15	5,00	5	4	5	5	5	24	4,80	5	4	5	5	4	4	5	32	4,57	5	5	5	4	5	5	29	4,83
90	4	3	4	11	3,67	4	3	4	4	3	18	3,60	4	4	5	5	5	4	5	32	4,57	4	5	5	5	4	5	28	4,67
91	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
92	3	3	3	9	3,00	3	3	3	3	3	15	3,00	3	3	3	3	3	3	3	21	3,00	3	3	3	3	3	3	18	3,00
93	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
94	2	2	2	6	2,00	2	2	2	2	2	10	2,00	2	2	2	2	2	2	2	14	2,00	2	2	2	2	2	2	12	2,00
95	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
96	2	2	2	6	2,00	2	2	2	2	2	10	2,00	2	2	2	2	2	2	2	14	2,00	2	2	2	2	2	2	12	2,00
97	5	5	4	14	4,67	4	3	3	3	4	17	3,40	4	5	5	5	4	5	5	33	4,71	5	4	5	5	5	4	28	4,67
98	5	5	4	14	4,67	5	5	4	5	4	23	4,60	4	4	5	5	4	4	4	30	4,29	5	5	5	5	5	5	30	5,00
99	4	4	4	12	4,00	4	5	4	4	5	22	4,40	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00	4	4	4	4	4	4	24	4,00
100	5	5	5	15	5,00	5	4	5	5	4	23	4,60	5	4	5	5	4	5	5	33	4,71	5	5	5	5	5	5	30	5,00
101	4	3	4	11	3,67	5	5	5	5	5	25	5,00	5	4	5	5	4	5	5	33	4,71	5	5	5	5	5	5	30	5,00
102	3	3	2	8	2,67	2	2	2	2	2	10	2,00	2	2	3	2	2	3	3	17	2,43	2	3	3	2	2	3	15	2,50
103	2	2	2	6	2,00	2	2	2	3	3	12	2,40	3	3	2	3	2	2	3	18	2,57	3	2	3	2	3	3	16	2,67
104	5	4	5	14	4,67	5	5	5	4	5	24	4,80	5	5	4	5	4	5	5	33	4,71	5	5	4	5	5	4	28	4,67
105	5	5	4	14	4,67	4	5	5	4	5	23	4,60	5	5	4	4	5	5	4	32	4,57	4	5	4	5	5	5	28	4,67
106	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
107	4	4	4	12	4,00	4	5	4	4	5	22	4,40	5	4	4	5	4	5	5	32	4,57	5	5	4	5	5	4	28	4,67
108	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	4	4	5	5	5	4	5	32	4,57	5	5	5	5	5	5	30	5,00
109	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	4	4	5	5	5	33	4,71	5	5	5	5	5	5	30	5,00
110	4	5	4	13	4,33	3	4	4	3	4	18	3,60	4	4	4	4	5	4	4	29	4,14	4	5	5	5	4	5	28	4,67
111	3	2	2	7	2,33	2	3	2	2	3	12	2,40	3	2	2	3	3	2	2	17	2,43	2	2	3	2	2	3	14	2,33
112	4	3	4	11	3,67	2	3	2	2	3	12	2,40	4	5	5	4	5	5	5	33	4,71	5	5	4	5	5	4	28	4,67
113	2	2	2	6	2,00	2	2	2	2	2	10	2,00	2	2	2	2	2	2	2	14	2,00	2	2	2	2	2	2	12	2,00

114	4	4	4	12	4,00	4	5	5	5	4	23	4,60	4	5	5	5	4	5	5	33	4,71	5	4	5	5	5	4	28	4,67
115	5	5	4	14	4,67	5	5	4	5	4	23	4,60	5	4	5	5	4	5	4	32	4,57	5	5	5	5	5	5	30	5,00
116	4	4	4	12	4,00	4	5	4	4	5	22	4,40	4	4	4	4	4	4	28	4,00	4	4	4	4	4	4	24	4,00	
117	5	5	5	15	5,00	5	4	5	5	4	23	4,60	5	4	5	5	4	5	5	33	4,71	5	5	5	5	5	5	30	5,00
118	4	5	4	13	4,33	5	5	5	5	5	25	5,00	5	4	5	5	4	5	5	33	4,71	5	5	5	5	5	5	30	5,00
119	4	5	4	13	4,33	5	4	5	5	4	23	4,60	4	3	5	4	3	5	3	27	3,86	5	5	4	5	5	4	28	4,67
120	2	2	2	6	2,00	2	2	2	2	2	10	2,00	2	2	2	2	2	2	14	2,00	2	2	2	2	2	2	12	2,00	
121	5	5	4	14	4,67	4	5	5	5	4	23	4,60	4	5	5	5	4	5	5	33	4,71	5	4	5	5	5	4	28	4,67
122	3	4	4	11	3,67	5	5	4	5	4	23	4,60	5	4	5	5	4	5	4	32	4,57	5	5	5	5	5	5	30	5,00
123	4	4	4	12	4,00	4	5	4	4	5	22	4,40	4	4	4	4	4	4	28	4,00	4	4	4	4	4	4	24	4,00	
124	5	5	5	15	5,00	5	4	5	5	4	23	4,60	5	4	5	5	4	5	5	33	4,71	5	5	5	5	5	5	30	5,00
125	4	5	4	13	4,33	3	4	4	3	4	18	3,60	3	4	5	3	4	5	3	27	3,86	5	5	5	5	5	5	30	5,00
126	3	3	2	8	2,67	2	2	2	2	2	10	2,00	2	2	3	2	2	3	3	17	2,43	2	3	3	2	2	3	15	2,50
127	4	4	3	11	3,67	4	5	5	4	5	23	4,60	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
128	5	5	5	15	5,00	5	4	5	4	4	22	4,40	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
129	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	4	4	4	5	4	5	4	30	4,29	5	5	5	5	5	5	30	5,00
130	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
131	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
132	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
133	5	5	5	15	5,00	5	5	5	5	5	25	5,00	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00	5	5	5	5	5	5	30	5,00
134	2	2	3	7	2,33	3	2	2	2	3	12	2,40	2	3	3	2	2	3	2	17	2,43	2	2	2	3	2	3	14	2,33
135	3	3	3	9	3,00	3	2	3	3	3	14	2,80	3	2	3	3	2	3	2	18	2,57	2	3	2	2	3	2	14	2,33
136	4	4	4	12	4,00	4	4	4	4	4	20	4,00	4	4	4	4	4	4	28	4,00	4	4	4	4	4	4	24	4,00	
137	4	4	4	12	4,00	4	3	4	4	4	19	3,80	4	4	3	4	4	4	3	26	3,71	4	4	4	4	4	4	24	4,00
138	5	5	5	15	5,00	4	5	5	3	4	21	4,20	3	5	5	5	4	5	5	32	4,57	5	5	5	5	5	5	30	5,00
139	4	4	3	11	3,67	5	5	5	5	5	25	5,00	5	4	4	3	4	4	3	27	3,86	5	5	5	5	5	5	30	5,00
140	3	4	4	11	3,67	2	3	2	3	2	12	2,40	3	3	2	2	3	3	2	18	2,57	5	5	5	5	5	5	30	5,00

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	20	14,3	14,3	14,3
	3.00	20	14,3	14,3	28,6
	4.00	44	31,4	31,4	60,0
	5.00	56	40,0	40,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	25	17,9	17,9	17,9
	3.00	19	13,6	13,6	31,4
	4.00	32	22,9	22,9	54,3
	5.00	64	45,7	45,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	27	19,3	19,3	19,3
	3.00	11	7,9	7,9	27,1
	4.00	60	42,9	42,9	70,0
	5.00	42	30,0	30,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	29	20,7	20,7	20,7
	3.00	12	8,6	8,6	29,3
	4.00	37	26,4	26,4	55,7
	5.00	62	44,3	44,3	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	24	17,1	17,1	17,1
	3.00	15	10,7	10,7	27,9
	4.00	33	23,6	23,6	51,4
	5.00	68	48,6	48,6	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	30	21,4	21,4	21,4
	3.00	14	10,0	10,0	31,4
	4.00	29	20,7	20,7	52,1
	5.00	67	47,9	47,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	24	17,1	17,1	17,1
	3.00	17	12,1	12,1	29,3
	4.00	37	26,4	26,4	55,7
	5.00	62	44,3	44,3	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	18	12,9	12,9	12,9
	3.00	25	17,9	17,9	30,7
	4.00	39	27,9	27,9	58,6
	5.00	58	41,4	41,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	17	12,1	12,1	12,1
	3.00	20	14,3	14,3	26,4
	4.00	38	27,1	27,1	53,6
	5.00	65	46,4	46,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	17	12,1	12,1	12,1
	3.00	19	13,6	13,6	25,7
	4.00	53	37,9	37,9	63,6
	5.00	51	36,4	36,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	20	14,3	14,3	14,3
	3.00	17	12,1	12,1	26,4
	4.00	33	23,6	23,6	50,0
	5.00	70	50,0	50,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	16	11,4	11,4	11,4
	3.00	21	15,0	15,0	26,4
	4.00	31	22,1	22,1	48,6
	5.00	72	51,4	51,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	23	16,4	16,4	16,4
	3.00	14	10,0	10,0	26,4
	4.00	60	42,9	42,9	69,3
	5.00	43	30,7	30,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	17	12,1	12,1	12,1
	3.00	18	12,9	12,9	25,0
	4.00	26	18,6	18,6	43,6
	5.00	79	56,4	56,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	16	11,4	11,4	11,4
	3.00	27	19,3	19,3	30,7
	4.00	29	20,7	20,7	51,4
	5.00	68	48,6	48,6	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	24	17,1	17,1	17,1
	3.00	10	7,1	7,1	24,3
	4.00	23	16,4	16,4	40,7
	5.00	83	59,3	59,3	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	22	15,7	15,7	15,7
	3.00	12	8,6	8,6	24,3
	4.00	19	13,6	13,6	37,9
	5.00	87	62,1	62,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	13	9,3	9,3	9,3
	3.00	21	15,0	15,0	24,3
	4.00	31	22,1	22,1	46,4
	5.00	75	53,6	53,6	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	28	20,0	20,0	20,0
	3.00	6	4,3	4,3	24,3
	4.00	15	10,7	10,7	35,0
	5.00	91	65,0	65,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	23	16,4	16,4	16,4
	3.00	11	7,9	7,9	24,3
	4.00	18	12,9	12,9	37,1
	5.00	88	62,9	62,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	14	10,0	10,0	10,0
	3.00	20	14,3	14,3	24,3
	4.00	33	23,6	23,6	47,9
	5.00	73	52,1	52,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Lampiran 4. Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.852**	.871**	.955**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	140	140	140	140
X1.2	Pearson Correlation	.852**	1	.827**	.944**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	140	140	140	140
X1.3	Pearson Correlation	.871**	.827**	1	.946**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	140	140	140	140
X1	Pearson Correlation	.955**	.944**	.946**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	140	140	140	140

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.860**	.926**	.933**	.845**	.962**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140
X2.2	Pearson Correlation	.860**	1	.878**	.843**	.896**	.942**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140
X2.3	Pearson Correlation	.926**	.878**	1	.896**	.873**	.964**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140
X2.4	Pearson Correlation	.933**	.843**	.896**	1	.820**	.947**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140
X2.5	Pearson Correlation	.845**	.896**	.873**	.820**	1	.931**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	140	140	140	140	140	140
X2	Pearson Correlation	.962**	.942**	.964**	.947**	.931**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	140	140	140	140	140	140

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

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3
X3.1 Pearson Correlation	1	.781**	.787**	.838**	.791**	.846**	.781**	.905**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	140	140	140	140	140	140	140	140
X3.2 Pearson Correlation	.781**	1	.755**	.824**	.855**	.844**	.813**	.911**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	140	140	140	140	140	140	140	140
X3.3 Pearson Correlation	.787**	.755**	1	.833**	.817**	.888**	.871**	.927**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
N	140	140	140	140	140	140	140	140
X3.4 Pearson Correlation	.838**	.824**	.833**	1	.772**	.842**	.868**	.929**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
N	140	140	140	140	140	140	140	140
X3.5 Pearson Correlation	.791**	.855**	.817**	.772**	1	.778**	.807**	.903**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
N	140	140	140	140	140	140	140	140
X3.6 Pearson Correlation	.846**	.844**	.888**	.842**	.778**	1	.806**	.934**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
N	140	140	140	140	140	140	140	140
X3.7 Pearson Correlation	.781**	.813**	.871**	.868**	.807**	.806**	1	.925**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
N	140	140	140	140	140	140	140	140
X3 Pearson Correlation	.905**	.911**	.927**	.929**	.903**	.934**	.925**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	140	140	140	140	140	140	140	140

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

Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y
Y.1 Pearson Correlation	1	.919**	.913**	.950**	.984**	.879**	.974**
Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	140	140	140	140	140	140	140
Y.2 Pearson Correlation	.919**	1	.892**	.955**	.934**	.932**	.970**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
N	140	140	140	140	140	140	140
Y.3 Pearson Correlation	.913**	.892**	1	.901**	.894**	.948**	.953**
Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
N	140	140	140	140	140	140	140
Y.4 Pearson Correlation	.950**	.955**	.901**	1	.960**	.904**	.978**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
N	140	140	140	140	140	140	140
Y.5 Pearson Correlation	.984**	.934**	.894**	.960**	1	.892**	.977**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
N	140	140	140	140	140	140	140
Y.6 Pearson Correlation	.879**	.932**	.948**	.904**	.892**	1	.954**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
N	140	140	140	140	140	140	140
Y Pearson Correlation	.974**	.970**	.953**	.978**	.977**	.954**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	140	140	140	140	140	140	140

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

Lampiran 5. Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	140	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,943	3

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	140	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,972	5

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	140	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,969	7

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	140	100,0
	Excluded ^a	0	0,0
	Total	140	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,986	6

Lampiran 6. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,35110290
Most Extreme Differences	Absolute	,146
	Positive	,146
	Negative	-,125
Kolmogorov-Smirnov Z		1,733
Asymp. Sig. (2-tailed)		,093

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 7. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,086	,130		,661	,509		
SistemAntrianTeller	,455	,067	,436	6,782	,000	,188	5,317
KualitasPelayanan	,326	,060	,326	5,456	,000	,219	4,575
AtmosferKantor	,255	,072	,228	3,534	,001	,187	5,337

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah

Lampiran 8. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,270	,082		3,290	,001
SistemAntrianTeller	-,065	,042	-,301	-	,125
KualitasPelayanan	-,014	,038	-,066	1,542	,717
AtmosferKantor	,076	,045	,328	-,364	,096

a. Dependent Variable: Abs_RES

**Lampiran 9. Analisis Regresi Linier Berganda
Variables Entered/Removed^a**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	AtmosferKantor, KualitasPelayanan, SistemAntrianTeller ^b		Enter

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.946 ^a	.894	.892	.35495

a. Predictors: (Constant), AtmosferKantor, KualitasPelayanan, SistemAntrianTeller

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	144,575	3	48,192	382,496	.000 ^b
	Residual	17,135	136	,126		
	Total	161,710	139			

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah

b. Predictors: (Constant), AtmosferKantor, KualitasPelayanan, SistemAntrianTeller

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,086	,130		,661	,509
	SistemAntrianTeller	,455	,067	,436	6,782	,000
	KualitasPelayanan	,326	,060	,326	5,456	,000
	AtmosferKantor	,255	,072	,228	3,534	,001

a. Dependent Variable: KepuasanNasabah

Lampiran 10. R Tabel

$$\text{Rumus} = N - 2 = 140 - 2 = 138 = 0,166$$

Tabel r untuk df = 101 - 150

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
101	0.1630	0.1937	0.2290	0.2528	0.3196
102	0.1622	0.1927	0.2279	0.2515	0.3181
103	0.1614	0.1918	0.2268	0.2504	0.3166
104	0.1606	0.1909	0.2257	0.2492	0.3152
105	0.1599	0.1900	0.2247	0.2480	0.3137
106	0.1591	0.1891	0.2236	0.2469	0.3123
107	0.1584	0.1882	0.2226	0.2458	0.3109
108	0.1576	0.1874	0.2216	0.2446	0.3095
109	0.1569	0.1865	0.2206	0.2436	0.3082
110	0.1562	0.1857	0.2196	0.2425	0.3068
111	0.1555	0.1848	0.2186	0.2414	0.3055
112	0.1548	0.1840	0.2177	0.2403	0.3042
113	0.1541	0.1832	0.2167	0.2393	0.3029
114	0.1535	0.1824	0.2158	0.2383	0.3016
115	0.1528	0.1816	0.2149	0.2373	0.3004
116	0.1522	0.1809	0.2139	0.2363	0.2991
117	0.1515	0.1801	0.2131	0.2353	0.2979
118	0.1509	0.1793	0.2122	0.2343	0.2967
119	0.1502	0.1786	0.2113	0.2333	0.2955
120	0.1496	0.1779	0.2104	0.2324	0.2943
121	0.1490	0.1771	0.2096	0.2315	0.2931
122	0.1484	0.1764	0.2087	0.2305	0.2920
123	0.1478	0.1757	0.2079	0.2296	0.2908
124	0.1472	0.1750	0.2071	0.2287	0.2897
125	0.1466	0.1743	0.2062	0.2278	0.2886
126	0.1460	0.1736	0.2054	0.2269	0.2875
127	0.1455	0.1729	0.2046	0.2260	0.2864
128	0.1449	0.1723	0.2039	0.2252	0.2853
129	0.1443	0.1716	0.2031	0.2243	0.2843
130	0.1438	0.1710	0.2023	0.2235	0.2832
131	0.1432	0.1703	0.2015	0.2226	0.2822
132	0.1427	0.1697	0.2008	0.2218	0.2811
133	0.1422	0.1690	0.2001	0.2210	0.2801
134	0.1416	0.1684	0.1993	0.2202	0.2791
135	0.1411	0.1678	0.1986	0.2194	0.2781
136	0.1406	0.1672	0.1979	0.2186	0.2771
137	0.1401	0.1666	0.1972	0.2178	0.2761
138	0.1396	0.1660	0.1965	0.2170	0.2752
139	0.1391	0.1654	0.1958	0.2163	0.2742
140	0.1386	0.1648	0.1951	0.2155	0.2733
141	0.1381	0.1642	0.1944	0.2148	0.2723
142	0.1376	0.1637	0.1937	0.2140	0.2714
143	0.1371	0.1631	0.1930	0.2133	0.2705
144	0.1367	0.1625	0.1924	0.2126	0.2696
145	0.1362	0.1620	0.1917	0.2118	0.2687
146	0.1357	0.1614	0.1911	0.2111	0.2678
147	0.1353	0.1609	0.1904	0.2104	0.2669
148	0.1348	0.1603	0.1898	0.2097	0.2660
149	0.1344	0.1598	0.1892	0.2090	0.2652
150	0.1339	0.1593	0.1886	0.2083	0.2643

Lampiran 11. T tabel

$$\text{Rumus } \alpha/2; n - k = 0,05/2; 140 - 3 = 0,025; 137 = 1,977$$

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

df \ Pr	0.25		0.10		0.05		0.025		0.01		0.005		0.001			
	0.50	0.20	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001	0.50	0.20	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895									
122	0.67661	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15836									
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781									
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726									
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671									
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617									
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565									
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512									
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461									
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411									
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361									
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312									
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264									
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217									
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170									
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124									
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079									
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034									
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990									
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947									
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904									
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862									
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820									
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779									
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739									
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699									
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660									
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621									
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583									
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545									
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508									
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471									
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435									
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400									
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364									
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330									
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295									
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261									
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228									
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195									

Lampiran 12. F Tabel

$$df_1 = k = 3$$

$$df_2 = n - k = 140 - 3 = 137$$

$$df_1;df_2 = 3;137 = 2,66$$

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
136	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74
137	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
138	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
139	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
140	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
141	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.08	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
142	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
143	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
144	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
145	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.86	1.82	1.79	1.76	1.74
146	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.74
147	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
148	3.91	3.06	2.67	2.43	2.28	2.16	2.07	2.00	1.94	1.90	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
149	3.90	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
150	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
151	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
152	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.79	1.76	1.73
153	3.90	3.06	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
154	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
155	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.78	1.76	1.73
156	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
157	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.76	1.73
158	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
159	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
160	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
161	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
162	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
163	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
164	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
165	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
166	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.07	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
167	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
168	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
169	3.90	3.05	2.66	2.43	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
170	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.94	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
171	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.85	1.81	1.78	1.75	1.73
172	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
173	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
174	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
175	3.90	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.89	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
176	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
177	3.89	3.05	2.66	2.42	2.27	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
178	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
179	3.89	3.05	2.66	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.78	1.75	1.72
180	3.89	3.05	2.65	2.42	2.26	2.15	2.06	1.99	1.93	1.88	1.84	1.81	1.77	1.75	1.72