

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Salah satu bisnis yang bergerak dalam bidang jasa keuangan adalah bank. Bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat serta memberikan jasanya dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Sektor perbankan merupakan salah satu hal yang menunjang keberhasilan pembangunan ekonomi khususnya Indonesia.

Disisi lain, perusahaan juga harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi pemasaran agar dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggannya.

Dalam kondisi persaingan yang ketat seperti ini, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar dengan menyadari bahwa sebenarnya nilai merupakan sintesa dari sejumlah hal yang diantaranya adalah kualitas dan pelayanan pelanggan, maka keputusan atau ketidakpuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang

atau jasa yang di kehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan dalam perusahaan jasa merupakan hal yang sangat penting dari sudut pandang konsumen.

Kepuasan pelanggan atau nasabah akan terpenuhi bila mereka memperoleh apa yang menjadi harapan mereka. Mereka juga menginginkan agar keluhan mereka, dapat didengar dan ditangani sesegera mungkin secara profesional. Pelayanan yang dimaksud adalah pelayanan nasabah yang mempunyai tujuan informasi mengenai produk dan jasa yang dipasarkan serta membantu nasabah yang kesulitan.

Dalam pelayanan yang diberikan kepada nasabah, pelayanan dari customer service sebuah bank yang merupakan bagian yang sangat berpengaruh terhadap pelayanan keseluruhan, karena hampir sebagian besar nasabah perbankan yang mendatangi banking hall terlebih dahulu mendatangi *counter customer service* untuk mendapatkan pelayanan sehingga dapat terpenuhi segala keinginan dan kebutuhan nasabah dengan cepat dan tepat sehingga nasabah tersebut mendapatkan kepuasan dari pelayanan yang telah diberikan.

Dalam menjalankan operasional perusahaan, peran pegawai memiliki kedudukan dan fungsi yang signifikan. Oleh karena itu diperlukan pelayanan *customer service* sebagai acuan kerja secara sungguh-sungguh untuk menjadi sumber daya manusia dan profesional, handal sehingga dapat mewujudkan visi dan misi perusahaan.

Kepuasan nasabah sangat tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan perbankan salah satunya *Customer Service*. Sikap *customer service* yang kurang ramah, tidak tepat waktu dalam melayani nasabah, itu merupakan kendala dalam melayani nasabah dengan baik. Dengan demikian *customer service* setiap bank harus meningkatkan kualitas pelayanannya dengan tetap mempertahankan SOP sebagai standar penilaian kinerja *customer service*, agar nasabah menjadi loyal terhadap bank tersebut dan tidak pindah ke bank pesaing lainnya.

Herianto Ari Wibowo (2017:13-14) menjelaskan “bahwa kualitas pelayanan memiliki sejumlah dimensi yang disebut dimensi SERVQUAL sebagai berikut: Bukti fisik (*tangibles*), Keandalan (*reability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empaty*).

Kasmir (2017:216) ialah “pengertian *Customer Service* secara umum adalah setiap kegiatan diperuntukkan atau ditujukan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan/nasabah, melalui pelayanan yang diberikan seseorang”.

Untuk itu, Bank sumut mengidentifikasi apakah pelayanan melalui keandalan dan daya tanggap telah diberikan sesuai harapan nasabah. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Artinya para karyawan memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan pelanggan. Sedangkan daya tanggap (*responsiveness*) adalah keinginan para staf untuk membuat para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap, yakni motivasi para karyawan dalam memecahkan masalah yang dihadapi pelanggan dalam menggunakan jasa.

Dari uraian diatas, perlu diketahui bahwa pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah dilakukan untuk menjaga dan memperhatikan jumlah nasabah yang ada.

Berdasarkan pemaparan diatas penulis mencoba meneliti pelayanan *customer service* dengan judul **“Pengaruh Keandalan dan Daya Tanggap *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Aksara Medan”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, adapun rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Apakah Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Aksara Medan.
2. Apakah Daya Tanggap berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Akasara Medan.
3. Apakah Keandalan dan Daya Tanggap berpengaruh secara serentak terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Aksara Medan.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka penulis mempunyai tujuan sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui Keandalan *customer service* pada PT. Bank Sumut KCP Aksara Medan.
- b. Untuk mengetahui Daya Tanggap pada PT. Bank Sumut KCP Aksara Medan.

- c. Untuk mengetahui pengaruh Keandalan dan Daya Tanggap *customer service* secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Aksara Medan.

### **Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini memberikan pengetahuan dan sebagai saranan dalam mengaplikasikan pengetahuan teori yang telah diberikan dibangku perkuliahan dengan realisasi sebenarnya dilapangan dan sekaligus sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan S1.

- b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini menjadi sumber informasi dalam meningkatkan pelayanan *Customer Service* yang akan diberikan kepada setiap pada nasabah.

- c. Bagi Masyarakat

Penelitian ini menjadi sumber informasi faktor apa saja yang mempengaruhi pelayanan *Customer Service* dalam melayani nasabah.

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **Landasan Teori**

##### **Pengertian Bank dan Fungsi Bank**

Bank secara sederhana dapat diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa bank lainnya.

Kemudian pengertian bank menurut Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan adalah :

Kasmir (2016:13) ialah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak”.

Dari uraian di atas dapat dijelaskan bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya usaha perbankan selalu berkaitan masalah bidang keuangan. Jadi, dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan utama, yaitu:

1. Menghimpun dana
2. Menyalurkan dana
3. Memberikan jasa bank

Kebutuhan masyarakat akan jasa keuangan yang semakin meningkat dan beragam, peranan dunia perbankanpun semakin di butuhkan oleh seluruh lapisan masyarakat baik yang berada di Negara maju maupun Negara berkembang. Perkembangan dunia perbankan semakin pesat dan modern baik dari segi ragam produk, kualitas pelayanan maupun dari teknologi yang dimiliki.

### Fungsi Bank

Fungsi utama bank adalah menghimpun dana (*funding*), menyalurkan dana (*lending*) dan memberikan jasa bank lainnya (*service*) serta menjadi wadah bagi badan usaha, lembaga pemerintah, swasta maupun masyarakat dalam melakukan berbagai akstransi keuangan. Menurut Hermansyah (2011:20) mengenai fungsi perbankan dapat dilihat dalam ketentuan pasal 3 Undang-undang Perbankan yang menyatakan bahwa, “fungsi utama perbankan Indonesia adalah sebagai penghimpun dan penyalur dana masyarakat”.

### **Pengertian Keandalan dan Indikator Keandalan**

Menurut Tjiptono (2014:282) “keandalan (*reliability*) kemampuan memberi jasa dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan”. Defenisi ini sama juga diungkapkan oleh Wibowo (2017:13-14) “berkaitan dengan Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati”. Kemampuan pemberian layanan untuk memberikan pelayanan yang diharapkan secara akurat sesuai dengan yang dijanjikan.

Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara cepat. Hal ini menunjukkan bahwa kehandalan merupakan suatu karakteristik kinerja sistem yang handal harus dapat menunjukkan performansi yang memuaskan jika dioperasikan.

Kehandalan dalam memberikan pelayanan menurut Rahmayanty (2018:206)

- a. Memberikan informasi produk dengan benar dan akurat dan gunakan alat peraga/brosur.
- b. Tidak bertanya kepada petugas lain pada saat memberikan penjelasan.
- c. Menyimpulkan pembicaraan, langkah-langkah yang akan diambil untuk menindaklanjuti masalah/keluhan/permintaan pelanggan.
- d. Menawarkan bantuan lainnya atau memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk bertanya.

Terdapat lima indikator keandalan menurut Tjiptono (2014:287)

1. Bila menjanjikan akan melakukan sesuatu pada waktu yang telah ditentukan, pasti akan direalisasikan.
2. Bersikap simpatik dan sanggup menenangkan pelanggan setiap ada masalah.
3. Jasa disampaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
4. Jasa disampaikan secara benar semenjak pertama kali.
5. Sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan.

### **Pengertian, Teori dan Indikator Daya Tanggap**

Daya tanggap adalah respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014:282) “Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan daya tanggap”. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap



kualitas jasa yang diberikan. Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:198) bahwa “berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat”.

Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan karyawan yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

#### Teori Daya Tanggap

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan menyampaikan informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan. Menurut Rahmayanty (2018:174) bahwa “keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat tanggap”.

Berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyediaan layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera. Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat yang mempengaruhi perilaku orang yang mendapat pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk

melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya.

Menurut Ratnah dan Muljadi (2018:39-40) Kualitas layanan daya tanggap adalah suatu bentuk pelayanan memberikan penjelasan, agar orang yang diberi pelayanan tanggap dan menganggapi pelayanan yang diterima, sehingga diperlukan adanya unsur kualitas layanan daya tanggap sebagai berikut:

1. Memberikan penjelasan secara bijaksana sesuai dengan bentuk-bentuk pelayanan yang dihadapinya. Penjelasan bijaksana tersebut mengantar individu yang mendapat pelayanan maupun mengerti dan menyetujui segala bentuk pelayanan yang diterima.
2. Memberikan penjelasan yang mendetail yaitu bentuk penjelasan yang substantif dengan persoalan pelayanan yang dihadapi, yang bersifat jelas, transpara, singkat dan dapat dipertanggung jawabkan.
3. Memberikan pembinaan atas bentuk-bentuk pelayanan yang dianggap masih kurang atau belum sesuai dengan syarat-syarat atau prosedur pelayanan yang ditunjukkan.
4. Mengarahkan setiap bentuk pelayanan dari individu yang dilayani untuk menyiapkan, melaksanakan dan mengikuti berbagai ketentuan pelayanan yang harus dipenuhi.
5. Membujuk orang yang dilayani apa bila menghadapi suatu permasalahan yang dianggap bertentangan, berlawanan atau tidak sesuai dengan prosedur dan ketentuan yang berlaku.

Menurut Tjiptono (2014:287) menjelaskan bahwa, dimensi-dimensi kualitas layanan memiliki indikator-indikator daya tanggap(*responsiveness*) sebagai berikut:

1. Kepastian waktu penyampaian jasa diinformasikan dengan jelas kepada para pelanggan.
2. Layanan yang segera/cepat dari karyawan perusahaan.
3. Karyawan yang selalu bersedia membantu pelanggan.
4. Karyawan yang tidak terlampaui sibuk, sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat.
5. Apakah semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas.

## **Pengertian, Fungsi dan Peran *Customer Service***

Bank sebagai lembaga keuangan yang tugasnya memberikan jasa keuangan melalui penitipan uang (simpanan), peminjaman uang (kredit) serta jasa-jasa keuangan lainnya.

Kasmir (2016:249-251) ialah “secara umum, pengertian *customer service* adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditunjukkan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah”.

### *Fungsi Customer Service*

Sebagai seorang *customer service* tentu telah ditetapkan fungsi dan tugas yang harus diembannya. Fungsi dan tugas harus dilaksanakan sebaik mungkin dalam arti dapat dilaksanakan dengan sebaik-baiknya dan bertanggung jawab dari awal sampai selesainya suatu pelayanan nasabah.

Kasmir (2016 : 250-263) ialah “fungsi dan tugas-tugas *Customer Service* harus benar-benar dipahami sehingga seorang *Customer Service* dapat menjalankan tugasnya secara prima”. Dalam praktiknya, fungsi *Customer Service* adalah sebagai berikut:

1. Sebagai *resepsionis*, *customer service* berfungsi sebagai penerima tamu.
2. Sebagai *deskman*, *customer service* berfungsi sebagai orang yang melayani berbagai macam aplikasi.
3. Sebagai *salesman*, berfungsi sebagai orang yang menjual produk perbankan sekaligus sebagai pelaksana *cross selling*.
4. Sebagai *customer relation officer*, *customer service* berfungsi sebagai orang yang dapat membina hubungan baik dengan dengan seluruh nasabah, termasuk merayu atau membujuk agar nasabah tetap tidak lari dari bank yang bersangkutan apabila menghadapi masalah.
5. Sebagai *komunikator*, yaitu berfungsi sebagai orang yang menghubungi nasabah dan memberikan informasi tentang segala sesuatu yang ada hubungannya antara bank dengan nasabah.

## Peranan *Customer Service*

*Customer Service* memegang peranan sangat penting di berbagai perusahaan dalam dunia perbankan.

Secara umum, peranan *customer service* adalah sebagai berikut:

1. Mempertahankan nasabah lama agar tetap setia menjadi nasabah bank kita melalui pembinaan hubungan yang lebih akrab dengan nasabah.
2. Berusaha untuk mendapat nasabah baru, melalui berbagai pendekatan, misalnya meyakinkan nasabah untuk menjadi nasabah kita dan mampu meyakinkan nasabah dengan memperkenalkan produk lain.

## Syarat dan Tugas *Customer Service*

Kasmir (2017 : 255-256) ialah “adapun syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh *customer service* sebagai berikut:

### 1. Persyaratan Fisik

Seorang *customer service* harus memiliki ciri-ciri fisik yang menarik seperti wajah, warna kulit atau ukuran badan. Demikian pula untuk ukuran badan misalnya tingginya yang ideal dengan wanita 160 cm dan laki-laki 165cm. berat badan juga harus ideal dengan tingginya. *Customer service* yang terlalu kurus atau gemuk sangat tidak menarik. Demikian pula sebaiknya *customer service* jangan terlalu pendek atau terlalu tinggi, karena menyangkut penampilan di depan nasabah menjadi kurang menarik.

### 2. Persyaratan Mental

Mental seorang *customer service* harus ditunjukkan dengan perilaku yang baik seperti sabar, ramah, dan murah senyum. Hindarikan karyawan yang mudah marah atau emosi dan cepat putus asa, dengan cara tetap tenang dan sabar.

*Customer Service* juga harus punya rasa percaya diri (*self confidence*) yang tinggi, tidak minder, punya inisiatif, teliti, cermat, rajin, jujur, serius, hati-hati dan punya rasa tanggung jawab.

### 3. Persyaratan Kepribadian

*Customer service* juga harus memiliki jiwa bisnis yang tinggi, memiliki rasa humor dan selalu ingin maju.

Dalam melayani nasabah kesan pertama yang mengisahkan (*first impression*) perlu ditonjolkan. *Customer service* juga harus mampu mengendalikan diri (*self control*), tidak mudah marah, tidak terpancing untuk berbuat dan berkata kasar, ketidak sabaran dan rasa tidak puas.

### 4. Persyaratan Sosial

*Customer service* harus memiliki jiwa sosial yang tinggi terhadap seluruh nasabah. *Customer service* harus bijaksana dan berbudi pekerti yang luhur. *customer service* juga harus menyesuaikan diri dengan lingkungannya. *customer service* harus dapat juga bekerja sama dengan berbagai pihak yang berkepentingan.

#### Tugas *Customer Service*

Selanjutnya Kasmir (2017: ) juga menyatakan dalam pelayanan di bank *customer service* mempunyai tanggung jawab dalam menjalankan tugasnya sebagai berikut:

1. Tanggung jawab kepada pemimpin
2. Secara efektif memberikan perbaikan operasi dan layanan bank yang telah ada yang akan diterapkan.
3. Melakukan koordinasi dan bekerja sama dengan bagian lainnya dalam memproses dan meningkatkan kualitas layanan bank.
4. Sebagai penghubung antara bank dan nasabah dengan bagian-bagian yang terkait dan batasan di atas wewenangnya.
5. Menjamin tetap terjadinya hubungan yang baik dan memuaskan bagi para nasabah, dimana dalam hal ini menghimpun para nasabah.
6. Memberikan informasi mengenai semua jenis produk dan jasa bank termasuk manfaat dan keuntungan bagi nasabah.

#### **Pengertian, Sifat, Indikator dan Kepuasan Nasabah**

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, kepuasan berasal dari kata “puas” yang artinya merasa senang. Adapun arti kepuasan adalah perihal yang bersifat puas, kesenangan dan kelegaan.

Dalam literature lain disebutkan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya.

Tujuan utama dari pelayanan yang diberikan oleh seluruh karyawan dan pimpinan adalah untuk meningkatkan jumlah pelanggan atau nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Dalam penjelasan di atas dapat disimpulkan

bahwa apa yang diharapkan pelanggan atas pembeli suatu barang atau jasa sangat tergantung dari kenyataan yang diperolehnya.

Kasmir (2017 : 236) ialah “secara umum dikatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atau pembelian suatu barang ataupun jasa”.

Kasmir (2017 : 74) “*Sifat-sifat pelanggan yang merupakan ciri khas dari perilaku yang dimiliki oleh pelanggan*”. Dalam praktiknya, sikap dan perilaku yang harus dijadikan atau ditunjukkan oleh setiap karyawan adalah sebagai berikut.

1. Jujur dalam Bertindak dan Bersikap  
Kejujuran merupakan modal utama seseorang karyawan dalam melayani nasabah. Hal tersebut meliputi kejujuran dalam berkata, berbicara, bersikap maupun bertindak.
2. Rajin, Tepat Waktu, dan Tidak Pemalas  
Seorang karyawan dituntut untuk cekatan dalam bekerja, pantang menyerah selalu ingin tahu, tidak mudah putus asa dan tidak pemalas.
3. Selalu murah senyum  
Dalam menghadapi nasabah atau tamu, karyawan selalu murah senyum. Jangan sekali-kali bersifat murung atau cemberut.
4. Sopan Santu Tutar Kata dan Hormat  
Dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, karyawan harus selalu bersikap sopan terutama dalam hal tutur kata.
5. Periang, Selalu Ceria, dan Pandai Bergaul  
Artinya nasabah dalam memberikan pelayanan selalu menunjukkan sikap periang dan ceria.
6. Simpatik  
Karyawan dalam melayani pelanggan/nasabah harus menunjukkan sifat yang simpatik.
7. Serius  
Serius maksudnya dalam melayani nasabah, karyawan harus sungguh-sungguh terutama mengerjakan pekerjaan nasabah.
8. Memiliki Rasa Tanggung Jawab  
Karyawan di haruskan memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi terhadap pekerjaannya.
9. Rasa Memiliki Perusahaan  
Karyawan harus memiliki rasa memiliki perusahaan sehingga motivasi untuk melayani nasabah juga tinggi.

#### 10. Suka Menolong Nasabah

Suka menolong nasabah maksudnya adalah karyawan suka menolong nasabah yang belum mengerti atau sedang mengalami kesulitan.

Kasmir (2016:262-263) “Kepuasan Nasabah ialah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan, sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya”.

Dalam praktinya apa bila nasabah puas atas pelayanan yang diberikan bank, ada dua keuntungan yang diterima bank, yaitu sebagai berikut:

1. Nasabah yang lama akan tetap dapat dipertahankan (tidak lari ke bank lain) atau dengan kata lain nasabah loyal kepada bank.
2. Kepuasan nasabah lama akan menular kepada nasabah baru dengan berbagai cara, sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah.

Kasmir (2017:76-79) ialah “Beberapa sifat nasabah yang harus di kenal” yaitu:

1. Nasabah dianggap sebagai raja  
*Customer Service* harus menganggap nasabah adalah raja, artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya.
2. Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya  
Kedatangan nasabah ke bank adalah agar hasrat atau keinginannya terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi atau keluhan-keluhan.
3. Tidak mudah didebat atau tidak mau disinggung  
Sudah merupakan hukum alam bahwa nasabah tidak mau dibantah atau didebat.
4. Nasabah Mau Diperhatikan  
Nasabah yang datang ke perusahaan pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian.
5. Nasabah Ingin Selalu Dipuji  
Pelanggan atau nasabah pada hakikatnya paling senang dipuji atau disanjung oleh karyawan.
6. Nasabah Merupakan Sumber Pendapatan Perusahaan  
Karyawan selalu menganggap bahwa setiap nasabah yang datang merupakan sumber pendapatan perusahaan.

Indikator dalam kepuasan nasabah terdiri dari beberapa bagian yaitu:

1. Pelayanan sesuai.
2. Kualitas pelayanan memuaskan.
3. Memahami masalah/keluhan nasabah.
4. Waktu tunggu nasabah.

5. Cara customer service melayani nasabah.
6. Menjawab pertanyaan nasabah.
7. Kepercayaan.

### **Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah**

Faktor utama yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah adalah sumber daya manusianya. Artinya, peranan manusia (*karyawan/customer service*) yang melayani nasabah merupakan faktor utama karena hanya dengan manusialah nasabah dapat berkomunikasi secara langsung dan terbuka.

Kasmir (2017 : 237) “Adapun faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan nasabah selain faktor pelayanan”. Yaitu:

1. Kualitas produk
2. Harga
3. Lokasi
4. Merek
5. Pembungkusan
6. Design
7. Warna

### **Hubungan Pelayanan Customer Service dengan Tingkat Kepuasan Nasabah**

Dapat dihubungkan bahwa untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah/pelanggan dapat diketahui melalui tempat nasabah/pelanggan tentang kualitas pelayanan jasa pada bank melalui kegiatan pelayanan nasabah (*Customer Service*) yang mengarah pada nilai yang diperoleh pelanggan berupa tingkat kepuasan nasabah/pelanggan terhadap pelayanan nasabah jasa di bank tersebut dimana, bila kinerja dibawah harapan, pelanggan maka pelanggan akan kecewa, dan bila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan puas, sedangkan kinerja melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan sangat puas.

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian terdahulu merupakan penelitian yang dilaksanakan oleh orang lain terlebih dahulu sebagai inspirasi baru bagi penelitian selanjutnya. Penelitian



terdahulu juga menjadi landasan untuk memperluas dan memperdalam teori yang akan dipakai dalam kajian penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Pembahasan mengenai pengaruh keandalan dan daya tanggap *Customer Service* terhadap kepuasan nasabah pada setiap perusahaan, Penulis mengambil berbagai literatur yang menjadi rujukan penulis, diantaranya:

**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

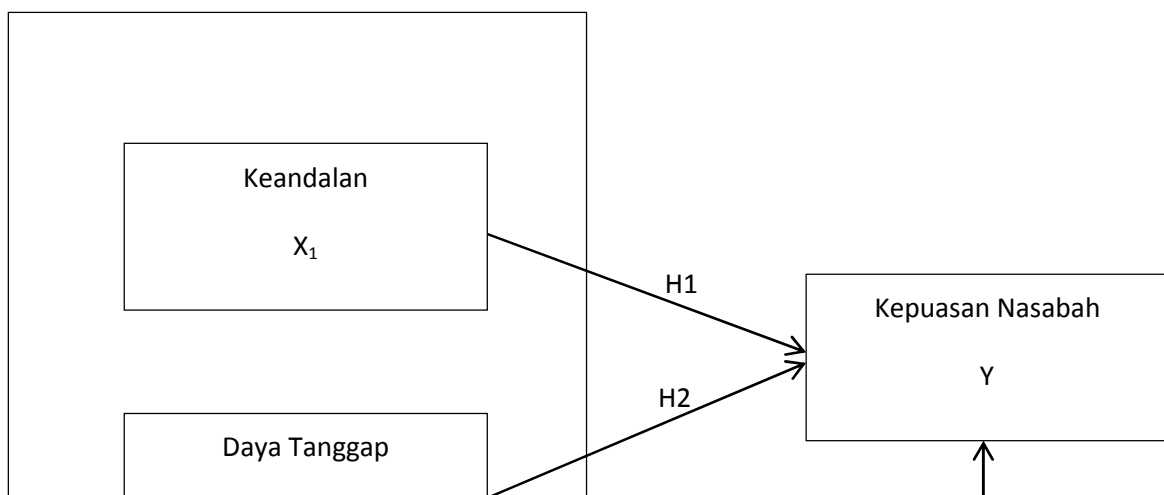
o	Nama Peneliti	Judul Peneliti	Persamaa	Perbedaa n
	Anita Martina Bulolo (2018)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang Pemuda Medan.	Meneliti mengenai perbankan tentang tentang Keandalan & Daya Tanggap Pelayanan	Lokasi dan Bank yang berbeda
	Nur Samsir (2020)	Pengaruh Keandalan dan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Jasa di Mahakarya Photogrphy.	Persamaan $X_1$ dan $X_2$ , mengenai keandalan dan daya tanggap	Mengenai , Lokasi dan variabel Y yang berbeda
	Meta Veronika Nainggolan (2019)	Pengaruh kualitas pelayanan Customer Service terhadap kepuasan nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Perseroan), Tbk Kantor Cabang Pembantu Kesawan Medan	Meneliti mengenai perbankan tentang pelayanan Customer Service.	Lokasi dan Bank yang berbeda.

Dengan demikian, perbedaan ini dengan penelitian sebelumnya adalah penelitian lebih mengutamakan pelayanan *customer service* terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Aksara Meda.

## Kerangka Konseptual

Kepuasan nasabah merupakan perbandingan antara kenyataan apa yang dirasakan oleh nasabah dengan diharapkan oleh nasabah. Apa bila yang dirasakan nasabah melebihi dengan apa yang diharapkan, berarti nasabah telah memenuhi kepuasannya.

Kerangka konseptual dari penelitian ini adalah pengaruh dari Keandalan dan Daya Tanggap Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah. Dengan variable yang akan diteliti yaitu pengaruh Keandalan ( $X_1$ ) dan Daya Tanggap ( $X_2$ ) sebagai variabel bebas (X), kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel terikat. Nasabah (Y) sebagai variabel terikat.



## **Gambar 2.1**

### **Kerangka Konseptual**

Skema penelitian yang telah disajikan diatas bahwa dapat dijelaskan pada variabel X yaitu pelayanan dengan dimensi Keandalan dan Daya tanggap berpengaruh pada varibael Y yaitu Kepuasan nasabah.

### **Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian yang bertujuan mengarahkan dan memberikan pedoman dalam pokok permasalahan serta tujuan penelitian. Maka dari itu uraian masalah yang ada.

Hipotesi yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah:

$H_{01}$  : Keandalan (*reliability*) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Aksara Medan.

$H_{a1}$  : Keandalan (*reliability*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Aksara Medan.

$H_{02}$  : Daya tanggap (*responsiveness*) tidak berpengaruh positif terhadap nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Aksara Medan.

$H_{a2}$  : Daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Aksara Medan.

$H_{03}$  : Keandalan (*reliability*) dan daya tanggap (*responsiveness*) tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Aksara Medan.

$H_{a3}$  : Keandalan (*reliability*) dan daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Sumut KCP Aksara Medan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **Jenis Penelitian**

Peneliti ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistic, yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sugiyono (2013 : 8) ialah “penelitian kuantitatif ini yaitu peneliti yang berupa angka-angka dan penelitian yang menggunakan analisis statistik”.

Pendekatan penelitian ini adalah penelitian lapangan (*fiels research*) yaitu pengamatan langsung kelokasi untuk mendapatkan data-data yang relevan dengan penelitian, sehingga peneliti langsung terjun kelapangan untuk memperoleh data dari penelitian yang menggunakan data sebanyak-banyaknya mengenai Pengaruh Keandalan dan Daya Tanggap *Customer Service* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Sumut KCP Aksara Medan.

Tujuan dan arah penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat pencandaraan secara sistematis dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu.

#### **Lokasi dan Waktu Penelitian**

##### **Lokasi**

Dalam penyusunan penelitian ini, penulis melakukan penelitian di PT. Bank Sumut KCP Aksara Medan yang berlokasi di Jl. Williem Iskandar No.105, Bantan Tim, Kec. Medan





Dalam menentukan sampel diperlukan suatu metode pengambilan sampel yang tepat agar diperoleh sampel yang representative dan dapat menggambarkan keadaan populasi secara maksimal.

Sampel adalah didefinisikan sebagai sembarang himpunan sebagai bagian dari suatu populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Menurut Yusuf (2014:150) bahwa “sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut. Sebagian dan mewakili dalam batasan diatas merupakan dua kata kunci dan merujuk kepada semua ciri populasi dalam jumlah yang terbatas pada masing-masing karakteristiknya”.

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019:151). Penelitian ini menggunakan teknik *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/incidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2019:153). Cara pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *Slovin* :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

keterangan :

n = Ukuran Sampel



N = Ukuran Populasi

E = % kelonggaran ketidak teletian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan adalah 10%

$$n = \frac{2.889}{1 + 2.889 (0,1)^2}$$

n = 96,665 dibulatkan menjadi 97

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 96,665 responden yang dibulatkan menjadi 97. Jadi jumlah sampel yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah berjumlah 97 responden.

## **Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data**

### **Data primer**

Data primer adalah dara langsung diperoleh dari sumber data pertama dilokasikan atau objek penelitian Data primer diperoleh dengan cara :

). Observasi

Pada teknik ini, peneliti melakukan observasi langsung di lapangan untuk mengetahui masalah dan keadaan yang sebenarnya terhadap apa yang akan diteliti. Adapun yang menjadi pengamatan peneliti adalah Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh *customer service* pada Bank Sumut KCP Aksara Medan. Dalam setiap transaksi yang dilakukan.

b). Kuisisioner (angket)

Sugiyono (2011 : 162) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab”. Kuesioner inilah yang akan digunakan peneliti sebagai instrument penelitian.

Kuesioner ini akan dibagikan kepada nasabah *service* pada Bank Sumut KCP Aksara Medan, pertanyaan bersifat tertutup yaitu pertanyaan yang disediakan sejumlah jawaban tertentu sebagai pilihan.

### **1.3.1 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua. Data primer diperoleh dengan cara:

a). Studi Kepustakaan

Studi Kepustakaan, yaitu pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku, karya tulis, serta pendapat para ahli yang relevan dengan permasalahan kepemimpinan, budaya organisasi, dan kinerja karyawan,

### **1.4 Definisi Operasional**

Defenisi operasional defenisi yang dibuat spesifik sesuai dengan kriterial pengujian atau lapengukuran. Tujuan dari defenisi operasioanal tidak lain agar pembaca lain juga memiliki pengertian yang sama. Metode pemecahan masalah terhadap objek pembahasan ditentukan dengan menetapkan variabel penelitian yang dijabarkan ke dalam subvariabel. Selanjutnya dijabarka ke dalam indikator, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument (alat ukur) yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Variabel independen (X) adalah pengaruh Keandalan (*reliability*) ( $X_1$ ) dan Daya Tanggap (*responsiveness*) ( $X_2$ ). Variabel Dependen (Y) atau Variabel Terkait yaitu variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen adalah Kepuasan Nasabah (Y).

## 2 Operasional Penelitian

Varibel	Defenisi	Indikator	Skala ukur
Keadan dalam ( <i>reliability</i> ) ( $X_1$ )	Keandalan merupakan inti dari kualitas pelayanan atau Kepercayaan pelanggan terhadap kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang dijanjikan akan hilang apabila perusahaan sering melakukan kesalahan dan tidak menepati janjijanya. Sikap ramah dari karyawan dan permohonan maaf yang tulus tidak dapat menggantikan layanan yang tidak dapat diandalkan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bila menjanjikan akan melakukan sesuatu pada waktu yang telah ditentukan, pasti akan direalisasikan.</li> <li>2. Bersikap simpatik dan sanggup menenangkan pelanggan setiap ada masalah.</li> <li>3. Jasa disampaikan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.</li> <li>4. Jasa disampaikan secara benar sejak pertama kali.</li> <li>5. Sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan.</li> </ol>	Likert
Daya Tanggap ( <i>responsiveness</i> ) ( $X_2$ )	Daya tanggap adalah respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kepastian waktu penyampaian jasa diinformasikan dengan jelas kepada para pelanggan.</li> <li>2. Layanan yang segera/cepat dari karyawan perusahaan.</li> <li>3. Karyawan yang selalu bersedia membantu pelanggan.</li> <li>4. Karyawan yang tidak terlampau sibuk, sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat.</li> <li>5. Apakah semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas.</li> </ol>	Likert
Kepuasan nasabah Y	Kepuasan pelanggan adalah pelanggan akan puas bila mereka mendapatkan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan sesuai</li> <li>2. Kualitas pelayanan memuaskan</li> </ol>	Likert

	<p>pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan.</p>	<p>3. Memahami masalah/keluhan nasabah  4. waktu tunggu nasabah  5. Cara Customer Service melayani nasabah  6. Menjawab pertanyaan nasabah.  7. kepercayaan.</p>	
--	--	--	--

### 1.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat-alat digunakan untuk pengumpulan data. Instrumen penelitian berupa kuesioner (daftar pertanyaan), bagian pertama yang terdapat pada kuesioner yang meliputi nomor responden, umur responden, jenis kelamin, bagian kedua berisi tentang kualitas pelayanan yang meliputi aspek keandalan, daya tanggap, dan bagian ketiga berisi tentang kepuasan nasabah. Pernyataan yang diajukan berstruktur dimana responden memberikan jawaban dengan memberi tanda *checklist* (✓).

### 1.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan adalah skala *likert* sebagai alat pengukuran sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Dengan menggunakan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai pedoman dasar menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

## 3 Tabel 3.3

### 4 Skala Pengukuran Likert

Pernyataan	Sko r
STS = Sangat Tidak Setuju	1
TS = Tidak Setuju	2
KS = Kurang Setuju	3
S = Setuju	4
SS = Sangat Setuju	5

## 1.7 Uji instrument

Instrument penelitian adalah suatu alat pegumpulan data yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Istrumen penelitian yang dipergunakan dalam penelitian ini berupa angket atau kuesioner yang dibuat sendiri oleh peneliti sebagai skala pengukuran variabel penelitian. Kriterial kuisisioner yang baik salah satunya memenuhi validitas dan reliabilitas.

### 1.7.1 Uji Validitas

Sugiyono (2013 : 267) “Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti”. Uji validitas dilakukan dengan tujuan mengetahui ketetapan dan kehandalan kuisisioner yang dimiliki arti bahwa koesioner mampu mengukur apa yang seharusnya diukur.

Dasar pengambilan keputusan untuk menguji validitas kuisisioner adalah:

- a). Jika  $r$  hitung positif ( + ) data  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka variabel tersebut valid
- b). Jika  $r$  hitung negatif ( - ) data  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel, maka variabel tersebut valid

perhitungan ini menggunakan bantuan computer program statistic (SPSS). Bila nilai  $r$  hitung validitas instrument lebih besar dari  $r$  tabel pada taraf signifikan  $\alpha$  5% maka hasilnya valid, tetapi apabila  $r$  hitung validasi instrument lebih kecil dari  $r$  maka hasilnya tidak valid.

### **1.7.2 Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuisioner dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *alpha cronbach*. Koefisien *alpha cronbach* yang  $> 0,06$  menunjukkan kehandalan (*reliabititas*) instrument. Jika koefisien *alpha cronbach*  $< 0,06$  menunjukkan bahwa kurang handalnya instrument atau dinyatakan tidak reliabilitas.

## **1.8 Teknik Analisis Data**

Data yang terkumpul akan dianalisis dengan menggunakan metode analisis kuantitatif dan kualitatif. Dalam penelitian ini regresi linear berganda berperan sebagai teknik statistic yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh Keandalan ( $X_1$ ) dan Daya tanggap ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

### **1.8.1 Metode Penelitian Deskriptif**

Penelitian deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan mendeskripsikan atau menggambarkan keadaan subjek atau objek dalam penelitian yang pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau apa adanya melalui data atau sampel yang terkumpul tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

## 1.8.2 Metode Regresi Linear Berganda

Regresi linear berganda, yaitu regresi linear yang melibatkan lebih dari dua variabel, satu variabel terkait (Y) dan dua atau lebih variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ).

## 1.8.3 Uji Asumsi Klasik

Sebelum pengujian hipotesis dilakukan, terlebih dahulu diadakan pengujian-pengujian terhadap gejala penyimpangan asumsi klasik, dalam asumsi klasik terdapat pengujian yang harus dilakukan. Cara yang digunakan untuk menguji gejala penyimpangan asumsi klasik dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1.8.3.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apabila dalam model regresi variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan cara:

- a) Melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari data sesungguhnya dengan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Data sesungguhnya diplotkan sedangkan distribusi normal akan membantuk garis diagonal.
- b) Kriteria uji normalitas:
  1. Apabila  $p \text{ value } (\rho \text{ v}) < \alpha (0,05)$  artinya data tidak berdistribusi normal.
  2. Apabila  $p \text{ value } (\rho \text{ v}) > \alpha (0,05)$  artinya data berdistribusi normal.

### 1.8.3.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksinya dengan cara menganalisis nilai toleransi dan *Variance Inflation (VIF)*.

### 1.8.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, antara lain dengan cara melihat grafik *scatter plot*.

### 1.8.4 Uji Hipotesis

Berkaitan dengan output regresi linear berganda yang dihasilkan melalui program SPSS, perlu dilakukan uji parsial dengan uji t, uji simultan dengan uji F, dan koefisien determinasi. Penjelasan untuk masing-masing uji tersebut adalah sebagai berikut:

#### 1.8.4.1 Uji t (Uji Parsial)

Diketahui uji t, yaitu uji untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terkait secara parsial.

$H_{01} : \beta = 0$ , tidak ada pengaruh positif dan signifikan dari keandalan dan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan

$H_{a1} : \beta \neq 0$ , ada pengaruh positif dan signifikan dari keandalan dan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan antara lain t hitung dengan t table dengan kriteria keputusan adalah:

- a. Jika  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_{a1}$  diterima.
- b. Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_{a1}$  diterima.



#### **1.8.4.2 Uji F (Uji Simultan)**

Uji simultan bertujuan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel berikut. Kaidah pengambilan keputusan dalam uji F.

- a. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas Sig ( $0,05 \leq \text{Sig}$ ), maka  $H_{01}$  diterima dan  $H_{a1}$  ditolak, dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi linier tidak mampu menjelaskan variabel berikut.
- b. Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas sig ( $0,05 \geq \text{sig}$ ), maka  $H_{01}$  ditolak dan  $H_{a1}$  diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi linier mampu menjelaskan variabel terkait.

#### **1.8.4.3 Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai koefisien determinasi yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memperdiksi variasi variabel dependen.

- a.