

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
LOYALITAS NASABAH BPR-BKK UNGARAN**

Skripsi

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Islam Sultan Agung Semarang



Diajukan Oleh :
Nama : Puguh Budhi Parwanto
NIM : 04976073

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
JUNI 2001**

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUH
LOYALITAS NASABAH SPR-BIKK UNGARAN

Skripsi

Ditulis Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Menempuh Gelar
Sarjana Pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen
Universitas Islam Sultan Agung Semarang



PERPUSTAKAAN UNISSULA
No. Reg. :
Tgl. :



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG
SEMARANG
JUNI 2001

P.E. UNISSULA

3057/C, 24.5.02

HALAMAN PENGESAHAN

Nama : Puguh Budhi Parwanto
Nim : 04976073
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH
BPR-BKK UNGARAN
Pembimbing : Siti Sumiati, S.E, M.Si.

Semarang, Juni 2001

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

(Heru Sulistyono, S.E, M.Si.)

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

(Siti Sumiati, S.E, M.Si.)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

(Drs.M. Zulfa Kamal, MM)

ABSTRAKSI

Nama : Puguh Budhi Parwanto
Nim : 04976073
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH BPR-
BKK UNGARAN
Pembimbing : Siti Sumiati, S.E, M.si

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang kegiatannya menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan dan atau bentuk lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. Larangan bagi BPR adalah menerima rekening giro serta melaksanakan kliring. Jangkauan wilayah operasi BPR juga sangat terbatas di kecamatan-kecamatan dan pedesaan saja. Menurut penelitian yang telah dilakukan pada BPR-BKK Ungaran yang berlokasi di Jl. Moh. Yamin no.11 Ungaran, dengan segala keterbatasan yang ada ternyata tidak memberikan banyak pengaruh terhadap nasabah dalam hal menyimpan dananya di BPR-BKK Ungaran. Hal ini dibuktikan dengan jumlah nasabah yang semakin meningkat dari tahun ke tahun pada empat tahun terakhir.

Berdasarkan latar belakang tersebut maka timbul suatu gagasan untuk mengadakan penelitian dengan judul : “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Nasabah BPR-BKK Ungaran”.

Pembatasan masalah didalam penelitian ini yaitu : Obyek penelitian adalah nasabah yang loyal terhadap deposito berjangka maupun tamades dengan kategori telah menjadi nasabah BPR-BKK lebih dari empat tahun. Variabel Pelayanan diukur dari penilaian nasabah terhadap : sikap dan perilaku karyawan bank, produk , tingkat bunga yang ditawarkan dan kecepatan serta ketepatan waktu dalam melayani nasabah. Variabel Fasilitas Penunjang diukur dari penilaian nasabah terhadap : manajemen bank, teknologi yang digunakan, fasilitas parkir, tata ruang dan keamanan. Variabel Lokasi diukur dari penilaian nasabah terhadap lokasi bank yang mudah dijangkau nasabah, dan lokasi yang terhindar dari kemacetan. Variabel Loyalitas diukur dari penilaian nasabah terhadap : pelayanan, fasilitas penunjang dan lokasi bank.

Berdasarkan uraian diatas maka permasalahan didalam penelitian ini adalah :

- Apakah pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran.
- Apakah fasilitas penunjang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran.

- Apakah lokasi bank mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran.

Sedangkan tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- Pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran.
- Pengaruh yang signifikan antara fasilitas penunjang terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran.
- Pengaruh yang signifikan antara lokasi bank terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran.

Hipotesis yang dikemukakan adalah ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap loyalitas, fasilitas penunjang terhadap loyalitas, lokasi terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran. Hipotesis tersebut dibuktikan dengan analisis statistik regresi berganda, determinasi, uji F dan uji t, dengan bantuan komputer program SPSS 6.0 *for windows*.

Dari hasil analisis uji validitas dan reliabilitas diperoleh koefisien korelasi untuk masing-masing item pertanyaan dalam variabel (r hitung) lebih dari 0,195 (r tabel), sehingga dapat dikatakan semua item pertanyaan yang diajukan adalah valid dan layak untuk digunakan dalam penelitian.

Melalui hasil analisis dengan menggunakan Regresi Berganda diketahui persamaan : $Y = 0,212799 + 0,026024X_1 + 0,128006X_2 + 0,075381X_3$.

Dari hasil perhitungan koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar 59,784 %, maka dapat dikatakan bahwa variabel pelayanan, fasilitas penunjang dan lokasi secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel loyalitas sebesar 59,784% sedangkan sisanya sebesar 40,216% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk didalam penelitian diatas.

Pengujian hipotesis dengan menggunakan uji t_{test} dapat diketahui bahwa :

1. Uji t_{test} antara Pelayanan (X_1) dengan Loyalitas (Y).
Dari hasil analisis uji t_{test} dapat dilihat bahwa t hitung (2,241) > t tabel (1,98) maka dapat dikatakan signifikan, jadi terdapat pengaruh antara pelayanan (X_1) dengan loyalitas (Y).
2. Uji t_{test} antara Fasilitas Penunjang (X_2) dengan Loyalitas (Y).
Dari hasil analisis uji t_{test} dapat dilihat bahwa t hitung (7,930) > t tabel (1,98) maka dapat dikatakan signifikan, jadi terdapat pengaruh antara fasilitas penunjang (X_2) dengan loyalitas (Y).
3. Uji t_{test} antara Pelayanan (X_3) dengan Loyalitas (Y).
Dari hasil analisis uji t_{test} dapat dilihat bahwa t hitung (2,273) > t tabel (1,98) maka dapat dikatakan signifikan, jadi terdapat pengaruh antara lokasi (X_3) dengan loyalitas (Y).

Dari hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F_{test} diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan secara serentak antara pelayanan, fasilitas penunjang, lokasi terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran. Hal ini dibuktikan Bahwa F hitung (47,57108) > F tabel (2,68).

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto : “ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu pasti ada kemudahan ”
(Alam nasyrah ayat 6)

“ Barang siapa yang bersungguh-sungguh pasti ia akan mendapatkannya ” (Al-Hadist)

“ Ilmu adalah harta yang paling berharga, karena dengan ilmu kita dapat mencari harta dan dengan ilmu pulalah kita dapat menjaganya ”

Skripsi ini kupersembahkan untuk yang tercinta :

- Keluargaku.
- Teman-temanku
- Pembaca skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Bissmillahirrohmanirrohim.

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT atas segala rahmat dan anugerah-Nya, Alhamdulillah akhirnya peneliti dapat menyusun Skripsi ini dengan judul :

“ ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH BPR-BKK UNGARAN”.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang Jurusan Manajemen.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak terdapat kesalahan mengingat pengetahuan dan kemampuan peneliti yang terbatas. Meskipun demikian peneliti telah berusaha sebaik mungkin agar skripsi ini dapat memenuhi syarat-syarat yang diperlukan.

Selama penyusunan skripsi ini, peneliti telah banyak mendapat bantuan, bimbingan, do'a restu serta dorongan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti tidak lupa mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. M Zulfa Kamal, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

2. Ibu Siti Sumiati, SE, Msi, selaku dosen pembimbing yang penuh ketulusan telah membimbing dan memberikan wawasan yang luas dalam penyusunan skripsi ini dari awal sampai akhir.
3. Bapak-bapak dan Ibu-ibu dosen yang telah mendidik dan membimbing kami selama belajar di Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Zarul Faisal, SH, selaku Direktur BPR-BKK Ungaran yang telah memberikan izin guna mengadakan penelitian dan pengumpulan data guna penyelesaian penyusunan skripsi.
5. Bapak Suyanto, SH, selaku seksi dana pada BPR-BKK Ungaran yang telah membantu pengumpulan data-data yang dibutuhkan didalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu yang tercinta beserta adik-adikku yang telah banyak memberikan dorongan serta bantuan baik moril maupun materiil yang tak ternilai harganya untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Mas Agus yang telah membantu dan memberikan dorongan sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
8. Teman-teman yang telah memberikan masukan, pertimbangan serta bantuan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT berkenan memberikan balasan yang berlipat ganda atas segala bantuan dan perhatian yang telah diberikan

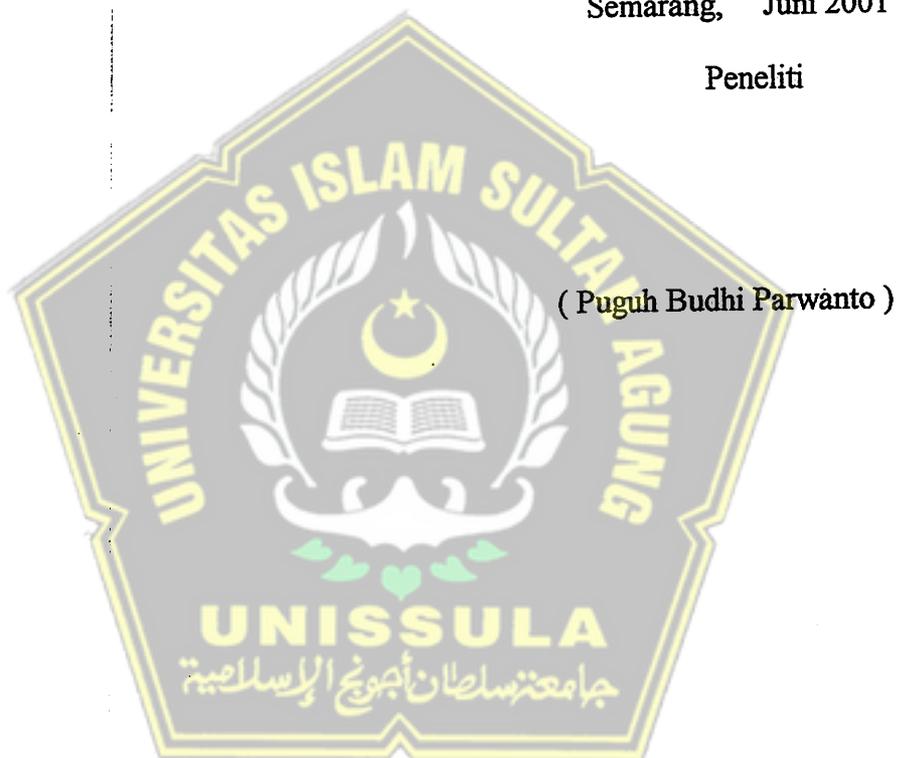
Peneliti menyadari kekurangan dalam penulisan skripsi ini, untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun selalu kami harapkan, demi untuk

kesempurnaan skripsi ini, sehingga bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan.

Amin.....Amin.....Amin.

Semarang, Juni 2001

Peneliti



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAKSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah	5
1.4. Tujuan Penelitian	5
1.5. Manfaat Penelitian	6
1.6. Sistematika Penulisan	7

BAB II : LANDASAN TEORI

2.1. Konsep Jasa	9
2.2. Pemasaran Jasa	10
2.3. Pengertian Bank	15
2.3.1. Prinsip Kewajiban Perbankan	16
2.3.2. Indikator-indikator Untuk Menarik Nasabah	19
2.3.3. Keinginan Nasabah	21
2.4. Pelayanan	23
2.5. Fasilitas Penunjang	27
2.6. Lokasi	28
2.7. Kepuasan Konsumen	28
2.8. Loyalitas Konsumen	30
2.9. Kerangka Pikir	32
2.10. Hipotesis	33
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1. Sifat Penelitian	34
3.2. Lokasi Penelitian	34
3.3. Populasi	34
3.4. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel	35
3.5. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data	36
3.6. Pengujian Kuesioner	37

3.6.1.	Skala Likert	38
3.6.2.	Uji Validitas Kuesioner	38
3.6.3.	Uji Reliabilitas Kuesioner	39
3.7.	Metode Analisis Data	40
3.8.	Pengujian Hipotesis	41
3.8.1.	Uji t_{test}	41
3.8.2.	Uji F_{test}	42
3.9.	Definisi Operasional Variabel.....	44
BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN		
4.1.	Sejarah Singkat BPR-BKK.....	46
4.1.1.	Sarana Badan Kredit Kecamatan.....	48
4.1.2.	Tujuan Pemberian Kredit Kecamatan	49
4.1.3.	Pedoman Pokok BKK	49
4.2.	Struktur Organisasi BPR-BKK Ungaran Kabupaten Semarang...	50
4.3.	Kepegawaian	55
4.3.1.	Daftar Status Kepegawaian BPR-BKK Ungaran	55
4.3.2.	Gaji Pokok Pegawai BPR-BKK Ungaran.....	56
4.3.3.	Kenaikan Pangkat Berkala dan Gaji Istimewa	57
4.3.3.1.	Kenaikan Pangkat Berkala	57
4.3.3.2.	Gaji Istimewa	57
4.3.4.	Kesejahteraan Karyawan	58
4.3.4.1.	Tunjangan	58

4.4. Daerah Kerja BPR-BKK Ungaran.....	59
4.5. Jenis Usaha Yang Dikelola Oleh BPR-BKK Ungaran.....	60
4.6. Rekrutmen Karyawan.....	61

BAB V : PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Responden.....	64
5.1.1. Identitas Responden.....	64
5.1.2. Deskripsi Variabel	69
5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	71
5.3. Analisis Hasil Penelitian Pengaruh Pelayanan, Fasilitas Penunjang dan Lokasi terhadap Loyalitas	73
5.3.1. Analisis Regresi Berganda	74
5.3.2. Koefisien Determinasi	75
5.3.3. Uji t_{test}	75
5.3.4. Uji F_{test}	79

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan	80
6.2. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

KUESIONER

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 5.01 : Responden Berdasarkan usia	65
Tabel 5.02 : Responden Berdasarkan pekerjaan	66
Tabel 5.03 : Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	67
Tabel 5.04 : Responden Berdasarkan Jenis Produk.....	68
Tabel 5.05 : Responden Berdasarkan Jenis Transaksi	68
Tabel 5.06 : Tanggapan Responden terhadap pelayanan	69
Tabel 5.07 : Tanggapan Responden terhadap Fasilitas Penunjang...	70
Tabel 5.08 : Tanggapan Responden Terhadap Lokasi	71
Tabel 5.09 : Perbandingan Antara r Tabel dan r Hitung Untuk Uji Validitas.....	72



DAFTAR GAMBAR

	halaman
Gambar 2.01 : Kerangka Pikir.....	33
Gambar 3.01 : Kurva Uji t	41
Gambar 3.02 : Kurva Uji F Dengan Interval Keyakinan 95% Dan tingkat kesalahan 5%	44
Gambar 4.01 : Struktur Organisasi BPR-BKK Ungaran	51
Gambar 5.01 : Kurva Uji t antara Pelayanan Terhadap Loyalitas	75
Gambar 5.02 : Kurva Uji t antara Fasilitas Penunjang Terhadap Loyalitas	77
Gambar 5.03 : Kurva Uji t antara Lokasi Terhadap Loyalitas.....	78
Gambar 5.04 : Kurva Uji F dengan Interval Keyakinan 95% Dan Tingkat Kesalahan 5%	79

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Tabulasi Data Hasil Penelitian
- Lampiran 2 : Tanggapan Responden Terhadap Loyalitas, Fasilitas
Penunjang dan
- Lampiran 3 : Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner
- Lampiran 4 : Regresi Berganda, Uji t, Uji F
- Lampiran 5 : Tabel t dan Tabel F Serta Tabel r



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Untuk menuju masyarakat adil makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945, sebagaimana tercermin dalam GBHN yang menyatakan : “Pembangunan Nasional bertujuan untuk mewujudkan suatu masyarakat adil makmur yang merata material dan spiritual berdasarkan Pancasila dan UUD 1945 dalam suatu wadah Negara Kesatuan Republik Indonesia yang merdeka, berdaulat, bersatu dan berkedaulatan rakyat dalam suasana perikehidupan bangsa yang aman, tentram dan dinamis dalam lingkungan pergaulan dunia yang merdeka, bersahabat, tertib dan damai”. Untuk itulah maka Pembangunan ekonomi diarahkan untuk meningkatkan taraf hidup kelompok-kelompok masyarakat yang berpenghasilan rendah. Titik berat Pembangunan Nasional adalah pembangunan dibidang ekonomi dengan sasaran utama untuk mencapai keseimbangan antara bidang pertanian dan industri serta terpenuhinya kebutuhan pokok rakyat guna meningkatkan perekonomian masyarakat. Dalam pelaksanaan pembangunan nasional itu sendiri diperlukan dana yang cukup. Salah satu bagian yang membantu memenuhi kebutuhan dana tersebut dan membantu terciptanya kehidupan perekonomian yang semakin baik adalah karena peran serta dari pihak

lembaga keuangan atau perbankan yang mempunyai tugas menghimpun dana dari masyarakat.

Masyarakat modern membutuhkan pelayanan yang cepat dan tepat. Bank dengan segala perangkat dan jaringan bisnisnya adalah mitra masyarakat yang terampil dan terpercaya, karena itu aktivitas bank tidak akan terlepas dari gerak gelombang konjungtur ekonomi dan perdagangan.

Ekonomi masyarakat akan tumbuh dan berkembang sejalan dengan perkembangan dan kemajuan bank dalam melayani kebutuhan masyarakat. Apabila dalam era informasi seperti sekarang yang dibarengi dengan perkembangan pesat dalam sistem ekonomi global, bank dituntut untuk maju kedepan sebagai pemberi informasi yang cepat dan akurat sekaligus sebagai penyandang dana keuangan bagi berbagai transaksi bisnis baik berskala lokal, nasional maupun internasional. Untuk lebih memberdayakan fungsi bank kesegala lapisan masyarakat dan untuk menunjang pembangunan disektor ekonomi, maka pemerintah melalui pemerintah daerah menciptakan suatu Bank Perkreditan Rakyat-BKK.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR)-BKK merupakan bank yang khusus melayani masyarakat kecil ditingkat kecamatan ataupun pedesaan. Bank Perkreditan Rakyat berasal dari Bank Desa, Bank Pasar, Lumbung Desa, Bank Pegawai yang kemudian dilebur menjadi Bank Perkreditan Rakyat. BPR-BKK mempunyai jenis produk yang relatif sempit jika dibandingkan dengan Bank Umum.

Dengan keberadaan BPR-BKK sebagai suatu lembaga yang mempunyai fungsi memberikan pelayanan perbankan dan membantu dalam meningkatkan taraf hidup masyarakat kecil ditingkat kecamatan, memberikan manfaat yang besar baik dalam hal penyaluran dana maupun penghimpunan dana dari masyarakat. Hal tersebut dikarenakan oleh adanya kemudahan-kemudahan yang diberikan oleh BPR-BKK kepada para nasabah. Umumnya para nasabah bersifat terbuka dan ada kecenderungan untuk minta dilayani dengan ramah, tepat pada sasaran dan cepat.

Berdasarkan hasil pengamatan yang peneliti lakukan di BPR-BKK Ungaran, dengan adanya jenis produk yang relatif terbatas dan tingkat teknologi yang sederhana, jumlah nasabah dari tahun ke tahun mengalami peningkatan dan sedikit sekali nasabah yang menarik dananya dan memindahkannya kepada bank lain. Disamping itu dengan adanya bank-bank swasta dan pemerintah yang mempunyai produk dan skala yang lebih luas serta fasilitas-fasilitas yang lengkap tidak banyak memberikan pengaruh bagi nasabah dalam hal menyimpan dananya di BPR-BKK Ungaran. Oleh karena itulah peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang :

“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI LOYALITAS NASABAH BPR-BKK”

1.2. Perumusan masalah

Pada setiap kegiatan usahanya BPR-BKK Ungaran selalu berusaha memberikan pelayanan yang maksimal kepada konsumen dengan memberikan kemudahan-kemudahan kepada nasabah. BPR-BKK merupakan bank yang berskala operasi hanya ditingkat kecamatan ataupun pedesaan dan memiliki keterbatasan baik dari segi produk, teknologi serta fasilitas-fasilitas lain jika dibandingkan dengan Bank Umum yang ada dikota Ungaran. Dengan adanya keterbatasan-keterbatasan tersebut ternyata tidak memberikan banyak pengaruh bagi nasabah dalam hal menyimpan dananya di TAMADES (Tabungan Masyarakat Desa) maupun Deposito berjangka BPR-BKK Ungaran. Hal tersebut dibuktikan dengan semakin meningkatnya jumlah nasabah pada empat tahun terakhir, yang ditunjukkan oleh data sebagai berikut : pada tahun 1998 nasabah berjumlah 2.666 orang, tahun 1999 berjumlah 3.592 orang, tahun 2000 berjumlah 4.401 dan akhir bulan Pebruari 2001 nasabah berjumlah sekitar 4.429 orang. Disamping itu juga relatif sedikit nasabah yang menarik dananya dan memindahkannya ke bank lain.

Sedangkan menurut tinjauan pustaka bahwa konsumen itu akan loyal terhadap suatu perusahaan jika ia merasa puas baik dari segi teknis maupun dari segi fungsionalnya terhadap atribut-atribut yang telah diberikan oleh perusahaan, disamping itu konsumen juga mempertimbangkan faktor lokasi yang mudah dijangkau. Oleh karena itulah peneliti ingin mengetahui :

- Apakah pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran ?
- Apakah fasilitas penunjang mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran ?
- Apakah lokasi bank mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran ?

1.3. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah ini dimaksudkan agar permasalahan tidak menyimpang dari masalah yang diteliti, sehingga mudah dipahami dan jelas maksud dari penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas hanya dibatasi pada :

- Faktor pelayanan.
- Faktor fasilitas penunjang.
- Faktor lokasi bank.

Responden hanyalah nasabah yang loyal terhadap TAMADES (Tabungan Masyarakat Desa) dan Deposito Berjangka BPR-BKK Ungaran.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui :

- Pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran.

- Pengaruh yang signifikan antara fasilitas penunjang terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran.
- Pengaruh yang signifikan antara lokasi bank terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran.

1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti.

Dalam usaha untuk menambah pengetahuan yang berkaitan dengan disiplin ilmu yang didapatkan, khususnya berkaitan dengan mata kuliah “Manajemen Pemasaran”.

2. Bagi BPR-BKK.

Dapat digunakan sebagai informasi didalam mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam merencanakan strategi pemasaran.

3. Bagi Fakultas.

Dapat menambah perbendaharaan materi manajemen pemasaran di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

1.6. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika dari penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut :

Bab I : Pendahuluan

Pendahuluan berisi uraian secara detail tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Landasan teori ini menguraikan teori-teori secara detail yang mendasari pembahasan dalam penelitian. Landasan teori ini meliputi konsep jasa, pemasaran jasa, pengertian bank, prinsip kewajiban perbankan, Indikator-indikator untuk menarik nasabah, keinginan nasabah, pelayanan, fasilitas penunjang, lokasi, kepuasan konsumen, loyalitas konsumen, kerangka pikir dan hipotesis.

Bab III : Metode Penelitian

Metode penelitian memuat antara lain : Sifat penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, sumber data dan metode pengumpulan data, Pengujian kuesioner, metode analisis data, pengujian hipotesis dan definisi operasional variabel.

Bab IV : Gambaran Umum Perusahaan

Gambaran umum perusahaan meliputi antara lain : Sejarah singkat berdirinya BPR-BKK Ungaran, struktur organisasi BPR-

BKK Ungaran, kepegawaian BPR-BKK, daerah kerja BPR-BKK Ungaran, jenis usaha yang dikelola BPR-BKK Ungaran dan rekrutmen karyawan BPR-BKK Ungaran.

Bab V : Hasil dan Pembahasan

Meliputi : Gambaran umum responden, uji validitas dan reliabilitas, analisis hasil penelitian , analisis regresi berganda koefisien determinasi, uji t_{test} dan uji F_{test} .

Bab VI : Kesimpulan dan saran

Berisi kesimpulan-kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Konsep Jasa

Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak atau pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya mungkin tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik (Philip Kotler, 1998:96-97).

Jasa memiliki karakteristik sebagai berikut :

- ◆ Tidak berwujud.
Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, didengar, dicium sebelum transaksi terjadi.
- ◆ Tidak dapat dipisahkan.
Jasa pada umumnya dihasilkan dan dikonsumsi pada saat yang sama.
- ◆ Berubah-ubah.
Jasa bervariasi, tidak uniform, tidak standar, jasa sangat beragam tergantung pada siapa yang menyajikan, kapan dan bagaimana disajikan.
- ◆ Tidak dapat disimpan.
Jasa dikonsumsi pada saat diperlukan, diwujudkan dalam kondisi itu juga.

2.2 Pemasaran Jasa

Dalam pemasaran jasa ada dua strategi yang dapat digunakan untuk memasarkan jasa (Leland L Beik dan Stephen L Buzby, 1993:48). Dua strategi tersebut adalah :

◆ Pemasaran Internal.

Menyiratkan perusahaan jasa yang perlu melatih dan memotivasi karyawan yang berhubungan dengan konsumen secara efektif guna memuaskan konsumen. Setiap orang harus berorientasi kepada konsumen, karena kalau tidak demikian jasa yang tingkatnya tinggi dan konsisten tidak akan terwujud.

◆ Pemasaran Interaktif.

Mengacu pada kualitas jasa yang diberikan. Mutu jasa tidak lepas dari cara pembuat jasa menyediakan jasa itu. Konsumen yang menikmati jasa menilai mutu jasa tidak saja dipandang dari sudut pandang teknisnya misalnya : Apakah peralatan yang digunakan dapat berjalan dengan baik dan tepat, apakah produknya memuaskan, tetapi juga didasarkan pada mutu fungsionalnya, misalnya : apakah karyawan bank bersikap ramah, penuh perhatian dan cepat tanggap atas pelayanan yang diberikan kepada nasabahnya.

Sehubungan dengan pemasaran interaktif tersebut yaitu meningkatkan mutu jasa diperlukan ramuan jasa-jasa yang akan diberikan, maksudnya

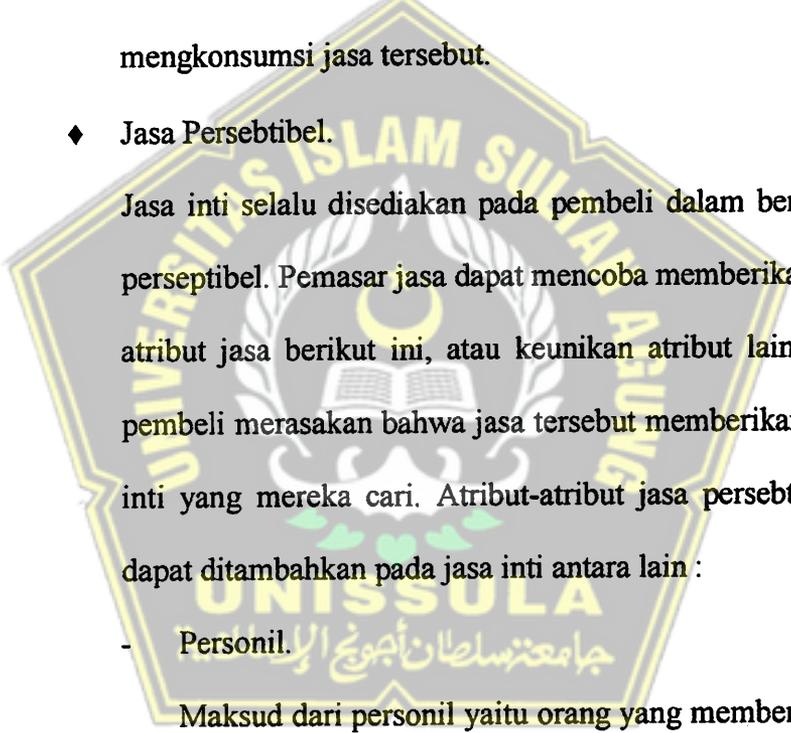
adalah merancang jasa-jasa yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan konsumen dan mampu memuaskan keinginan konsumen. Untuk itu didalam strategi pemasaran jasa, konsep mengenai jasa harus dibedakan menjadi tiga, yaitu (Paul N Bloom, 1993:157) :

◆ **Jasa Inti.**

Merupakan jasa yang paling utama yang ditawarkan guna memenuhi tujuan konsumen yang paling utama dalam mengkonsumsi jasa tersebut.

◆ **Jasa Persebtibel.**

Jasa inti selalu disediakan pada pembeli dalam bentuk yang perseptibel. Pemasar jasa dapat mencoba memberikan atribut-atribut jasa berikut ini, atau keunikan atribut lainnya, agar pembeli merasakan bahwa jasa tersebut memberikan manfaat inti yang mereka cari. Atribut-atribut jasa persebtibel yang dapat ditambahkan pada jasa inti antara lain :

- **Personil.** 

Maksud dari personil yaitu orang yang memberikan jasa.

Dalam hal ini pembeli memusatkan perhatian pada kompetensi kepribadian personil yang bersangkutan, kemampuannya berkomunikasi dan beberapa karakteristik lainnya yang harus menyenangkan konsumen.

- Peralatan Pendukung.

Peralataan pendukung disini maksudnya yaitu peralatan pendukung yang digunakan untuk memberikan jasa tersebut dan tingkat teknologi yang digunakan. Jika riset membuktikan bahwa dalam sasaran sangat peka terhadap jenis peralatan pendukung yang digunakan maka harus diupayakan untuk memenuhi permintaan tersebut.

- Waktu Jasa.

Jumlah waktu yang diperlukan untuk melaksanakan suatu jasa atau pelayanan, dapat berpengaruh besar terhadap bagaimana konsumen menilai jasa tersebut.

Konsumen sangat menginginkan waktu pelayanan yang pendek.

- Waktu Tunggu.

Makin sedikit waktu tunggu konsumen sebelum mendapatkan pelayanan maka konsumen makin senang.

- Fasilitas Pendukung.

Fasilitas-fasilitas pendukung maksudnya adalah fasilitas yang disediakan untuk membantu penyedia jasa mewujudkan kepuasan konsumen. Umumnya fasilitas-fasilitas pendukung ini dimaksudkan untuk mempengaruhi konsumen secara psikologis seperti

menghilangkan rasa jenuh, memberikan rasa aman,nyaman dan lain sebagainya.

◆ **Jasa-jasa Tambahan.**

Pemasar jasa dapat menawarkan kepada pasar sasaran jasa-jasa tambahan yang melebihi jasa yang perseptibel. Sebagai contoh : seorang karyawan bank dapat menerangkan kepada nasabahnya mengenai prosedur mmengeluarkan dana yang mudah dan memberi nasabah perencanaan atau prosedur yang mudah dalam pemberian kredit. Pemberian jasa-jasa tambahan ini efektif dan efisien untuk memasarkan jasa.

Menurut A. Parasuraman dan Valeri-Valeri (1985:44) ada beberapa faktor utama yang menjadi penentu mutu jasa. Mereka berpendapat bahwa para konsumen mempunyai kriteria yang pada dasarnya identik dengan beberapa jenis jasa. kriteria-kriteria itu adalah :

- Akses : jasa harus mudah dijangkau dalam lokasi yang mudah dicapai pada saat yang tidak merepotkan dan cepat.
- Komunikasi : jasa harus diuraikan dengan jelas dalam bahasa yang mudah dimengerti oleh konsumen.
- Kompetensi : karyawan harus memiliki ketrampilan dan keahlian yang dibutuhkan.
- Kesopanan : karyawan harus bersikap penuh hormat dan penuh perhatian.

- Kredibilitas : Perusahaan dan karyawan harus mengetahui keinginan utama yang diharapkan konsumen dan harus dapat dipelajari.
- Reliabilitas : jasa harus dilaksanakan dengan konsistensi dan cermat.
- Cepat tanggap : Karyawan harus memberikan tanggapan yang cepat dan kreatif atas permintaan dan masalah konsumen.
- Kepastian : Jasa harus bebas bahaya, resiko dan hal-hal yang merugikan.
- Hal-hal yang berwujud : hal-hal yang berwujud pada sebuah jasa harus dengan tepat memproyeksikan mutu jasa yang akan diberikan.
- Memahami dan mengenali konsumen : karyawan harus berusaha memenuhi kebutuhan-kebutuhan konsumen dan memberikan perhatian secara individuil.

Dengan memperhatikan hal-hal diatas, perusahaan dapat merancang suatu jasa yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan dan mampu memuaskan keinginan konsumen sehingga akan mengarah pada kepuasan konsumen serta akan menumbuhkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

2.3. Pengertian Bank

Menurut UU no: 7/1992, bank merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Sedangkan lembaga keuangan menurut UU tersebut yaitu semua badan yang melakukan kegiatan-kegiatan di bidang keuangan, menarik uang dan menyalurkan kemasyarakat.

Dilihat dari segi fungsinya bank terdiri dari (Kasmir, 1997:223) :

1. Bank Umum.

Bank Umum adalah bank yang dapat memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sifat jasa yang diberikan adalah umum, dalam arti dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Begitu pula dengan wilayah operasinya dapat dilakukan diseluruh wilayah. Bank Umum sering disebut bank komersial.

2. Bank Perkreditan Rakyat (BPR).

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang kegiatannya menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan dan atau bentuk lainnya yang dapat dipersamakan dengan itu. Larangan bagi BPR adalah menerima rekening giro serta melaksanakan kliring begitu pula dengan jangkauan wilayah operasinya sangat terbatas di kecamatan-kecamatan dan pedesaan saja.

Adapun kegiatan-kegiatan Bank Perkreditan Rakyat adalah sebagai berikut :

- * Menghimpun dana dalam bentuk :
 - Simpanan Tabungan.
 - Simpanan Deposito.
- * Menyalurkan dana dalam bentuk :
 - Kredit Investasi.
 - Kredit Modal Kerja.
 - Kredit Perdagangan.
- * Larangan-larangan bagi BPR adalah sebagai berikut :
 - Menerima Simpanan Giro.
 - Mengikuti Kliring.
 - Melakukan kegiatan Valuta Asing.
 - Melakukan kegiatan Perasuransian.

2.3.1. Prinsip Kewajiban Perbankan

Sebagai suatu lembaga perantara dibidang keuangan, usaha perbankan sangat tergantung pada tingkat kepercayaan yang diberikan masyarakat. Makin tinggi kepercayaan masyarakat yang diberikan kepada kegiatan lembaga perbankan akan makin cepat industri perbankan berkembang yang akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi terutama setelah pelaksanaan deregulasi.

Untuk mengacu kepada keserasian pemenuhan berbagai kepentingan yang terkait dengan usaha bank, maka perlu diperhatikan hal-hal sebagai berikut :

A. Perilaku Karyawan Bank.

- Bagaimana seorang karyawan bank berbicara kepada atasan, nasabah dan sesama rekan kerjanya.
- Bagaimana seorang karyawan bank berpenampilan seperti cara berpakaian dan berdandan.
- Bagaimana seorang karyawan bank menggunakan pesawat telepon, kata-kata apa yang pantas diucapkan dan bagaimana menutup pembicaraan.
- Bagaimana seorang karyawan bank membuat, mengatur redaksinya dan membuat bentuk surat serta mengarsipkannya.
- Bagaimana karyawan bank menghadapi nasabah yang rewel, emosional serta bagaimana ia bisa mengatasinya sehingga membuat kecewa nasabah.
- Bagaimana petugas bank melayani nasabah sebaik mungkin, termasuk masalah parkir mobil, masalah ruang tunggu yang nyaman, sistem pengambilan uang yang cepat dan aman.
- Bagaimana petugas bank melakukan wawancara yang sebaik mungkin dengan tehnik dan tata krama yang dapat mengubah hati nasabah.

- Bagaimana sikap petugas bank dalam melakukan kunjungan kepada nasabah, menggunakan tehnik pembicaraan dan sopan santun yang dapat menarik nasabah dan perhatian masyarakat.

B. Masyarakat (termasuk masyarakat perbankan).

Masyarakat baik masyarakat nasional maupun masyarakat internasional baik masyarakat umum maupun masyarakat perbankan sendiri sangat berkepentingan akan bank itu dalam hal :

- Pelayanan yang baik

Masyarakat perbankan mengharapkan kerjasama yang baik antar bank dalam melakukan berbagai kegiatan perekonomian, terutama dalam hal lalu lintas pembayaran. Dalam kerjasama ini tersirat berbagai keinginan seperti pelayanan yang memuaskan, saling memberikan informasi yang benar.

- Keamanan.

Masyarakat perbankan yang menyimpan dananya pada bank, mengharapkan jaminan keamanan bahwa dananya yang tersimpan dengan baik dan mudah diambil sesuai perjanjian.

- Biaya murah.

Harga yang dibayarkan oleh masyarakat perbankan, baik atau nama sendiri maupun atas nama nasabahnya hendaknya serendah mungkin.

2.3.2. Indikator-indikator untuk menarik nasabah.

Untuk menarik atau merangsang masyarakat agar menabung uangnya pada suatu bank, maka pimpinan bank perlu memperhatikan indikator-indikator sebagai berikut (Drs. H. Malayu S.P Hasibuan, 1997:74-75) :

a. Kepercayaan.

Penabung yakin dan percaya bahwa uangnya serta bunganya akan dapat ditariknya kembali dari bank tersebut. Kepercayaan itu meliputi :

- Kepercayaan Moral.

Diartikan bahwa masyarakat percaya kepada pimpinan bank tersebut, karena pimpinan itu mempunyai nama baik, jujur dan belum pernah melakukan pekerjaan-pekerjaan tercela dimasyarakat. Pimpinan bank hendaknya berperilaku baik supaya masyarakat menaruh kepercayaan terhadap bank tersebut.

- Kepercayaan Komersial.

Diartikan masyarakat menilai bank itu selalu menaati ketentuan-ketentuan perdagangan dan memberikan pelayanan yang baik.

- Kepercayaan Finansial.

Masyarakat percaya kepada suatu bank dengan memperhatikan kekayaan dan kebijaksanaannya menarik tabungan masyarakat. Finansial dicerminkan oleh sarana dan prasarana yang baik. Tentang finansial ini masyarakat dapat menilainya dari neraca lajur yang dimuat pada surat kabar setiap tiga bulan sekali.

b. Pelayanan.

Dalam hal ini karyawan bank harus memberikan pelayanan yang baik, cepat dan tepat, serta menyenangkan kepada masyarakat. Peranan pelayanan ini sangat besar untuk merangsang dan menarik masyarakat penabung kepada suatu bank.

c. Lokasi, Keamanan serta Fasilitas.

Dimaksudkan lokasi bank itu strategis, mudah dijangkau. Tersedia fasilitas penunjang seperti parkir yang cukup memadai dan keluar masuknya kendaraan mudah dan aman. Keamanan disekitarnya cukup baik, sehingga masyarakat tidak begitu takut membawa uang ke bank.

d. Kebersihan dan Kenyamanan.

Dimaksudkan agar bank tersebut bersih dan nyaman, supaya masyarakat tertarik mendatangi bank tersebut untuk menaruh dananya. Karena bagaimanapun juga, kebersihan dan kenyamanan merupakan daya tarik masyarakat.

e. Promosi.

Dimaksudkan agar bank yang bersangkutan melakukan promosi yang baik dan efektif serta memikat masyarakat untuk menabung uangnya. Bank harus mempromosikan jasa-jasa yang dapat dilayaninya kepada masyarakat.

f. Tingkat Bunga.

Dimaksudkan agar bunga tabungan hendaknya dapat bersaing dengan bank yang lain.

g. Kebijakan Tabungan.

Dimaksudkan apakah tabungan yang diterima hanya berasal dari masyarakat kaya saja atau dari semua lapisan masyarakat.

2.3.3. Keinginan Nasabah

A. Nasabah penabung, menginginkan :

a. Keamanan.

Uang mereka yang tersimpan dibank dalam keadaan aman dan pada waktunya dapat mereka terima kembali, oleh karena itu mereka membutuhkan perlindungan. Bentuk perlindungan kepentingan para deposan antara lain :

- Persetujuan pengangkatan pimpinan bank oleh lembaga yang ditunjuk.
- Penetapan *cash ratio* atau *reserve requirement*.
- *Capital adequency* atau kecukupan modal yang berfungsi sebagai penyerap atas kerugian bank disisi aktiva.
- Pencegahan kejatuhan bank yang dilaksanakan dengan pengawasan bank oleh bank central. Hal ini untuk mencegah terjadinya ketidakstabilan moneter.
- Pengumuman neraca bank.

b. Bunga tinggi

Harga atau nilai terbaik bagi uang yang mereka depositokan atau simpan pada bank, berupa tingkat bunga yang cukup menarik bagi mereka. Keinginan para deposan ini dapat terpenuhi jika permintaan bagi pihak bank bersifat kompetitif, karena deposan pada sisi penawaran, sementara bank-bank berada pada sisi permintaan. Sebaliknya dalam jasa-jasa finansial, maka bank-bank berada pada sisi penawaran dan para konsumen berada pada sisi permintaan.

B. Nasabah peminjam, menginginkan :

a. Perlakuan sama.

Perlakuan yang non diskriminasi atau perlakuan sama, bank seyogyanya menganut filosofi yang termuat dalam aturan perlindungan terhadap para konsumen berupa pencegahan perlakuan diskriminatif.

b. Biaya murah.

Harga yang dibayar oleh peminjam atau debitur bank diharapkan serendah mungkin. Hal ini dapat dipenuhi jika bank-bank berada pada pasar kompetitif yang merupakan mekanisme yang paling dapat diharapkan untuk memperoleh efisiensi ekonomi dimana harga ditentukan oleh penawaran yang saling bersaing dan permintaan yang bersaing pula.

c. Pelayanan yang baik.

Pelayanan meliputi fasilitas fisik yang memadai, seperti kantor yang nyaman, parkir yang aman, antrian yang tidak terlalu lama, juga pengiriman salinan rekening koran yang rutin, sikap yang ramah dari karyawan, profesional dan trampil.

C. Nasabah pengguna jasa bank, menginginkan :

- a. Perlakuan sama .
- b. Harga murah.

2.4. Pelayanan

Pengertian pelayanan antara lain :

1. Pelayanan adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk keperluan orang lain (Purwodarminto, 1997:573).
2. Pelayanan adalah sikap tindakan atau kegiatan pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (Philip Kotler, 1997:548).
3. Pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut (Supranto, 1997:227) :

Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas

sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan. Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperhatikan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan (Supranto, 1997:228). Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wychof, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Ciptono, 1998:59).

Agar lebih cocok dan lebih efisien dalam melayani langganan perlu dibuat suatu penggolongan pelayanan. Ada tiga pendekatan umum yang dipergunakan dalam manajemen pemasaran bank, yaitu :

1. Pengelompokkan konsumen.

Dari berbagai macam sifat konsumen baik itu pengecer maupun pedagang besar menuntut eksekutif pemasaran membuat suatu pengelompokkan yang tepat.

2. Pengelompokkan pola pembelian.

Pola pembelian dapat dikelompokkan berdasarkan berbagai macam produk yang sesuai dengan keinginan mereka, sehingga nasabah harus diberi suatu kebebasan dalam membandingkan produk yang dipasarkan.

3. Klasifikasi menurut tahap kurun waktu.

Penggolongan ini didasarkan pada daur hidup produk dari tahap pengenalan, perkembangan, kedewasaan hingga tahap menurunnya penjualan. Dalam klasifikasi ini tidak lepas dari tujuan pemasaran bank yaitu untuk mencari kepercayaan dalam promosi.

Salah satu cara perusahaan jasa untuk tetap unggul bersaing adalah memberikan pelayanan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh harapan masa lalunya, pembicaraan dari mulut kemulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkan.

Lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan menyampaikan jasa adalah :

a. Kesenjangan antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen.

Manajemen tidak selalu memahami benar apa yang menjadi keinginan pelanggan.

b. Kesenjangan antara persepsi manajemen spesifikasi kualitas jasa.

Manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standart pelaksanaan yang spesifik.

c. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.

Para personel mungkin tidak terlatih baik dan tidak mampu memenuhi standar.

d. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat wakil-wakil dan iklan perusahaan.

e. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan.

Terjadi jika konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa.

Terdapat lima determinasi kualitas pelayanan yang dirinci sebagai berikut (Philip Kotler, 1994 :561):

a. Keandalan (*Reliability*).

Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

b. Keresponsifan (*Responsiveness*).

Kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan.

c. Keyakinan (*Confidence*).

Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau "assurance".

d. Empati (*Empathy*).

Syarat untuk peduli memberi perhatian pribadi bagi pelanggan.

e. Berwujud (*Tangible*).

Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi.

2.5. Fasilitas Penunjang

Faktor fasilitas merupakan faktor yang sangat menunjang dalam usaha perusahaan didalam memasarkan produk jasa kepada konsumen pengguna jasa. Fasilitas adalah segala sesuatu yang sengaja disediakan untuk dipakai atau dipergunakan serta dinikmati oleh konsumen dan untuk penggunaannya tidak selalu harus dibayar (Dimiyati, Surachlan, 1992:182). Pada perusahaan jasa fasilitas yang diberikan dapat berupa: alat-alat, mesin-mesin, fasilitas yang baik dan lengkap, serta fasilitas-fasilitas lain yang menunjang. Fasilitas biasanya dipengaruhi oleh tingkat harga, artinya kenaikan atau penambahan fasilitas dalam suatu perusahaan akan menyebabkan meningkatnya harga. Fasilitas juga turut menentukan pertimbangan konsumen didalam mengambil keputusan untuk memilih suatu bank. Untuk memberikan suasana tenang, nyaman, dan aman BPR-BKK menyediakan fasilitas penunjang seperti : tempat parkir, manajemen bank, teknologi dan keamanan yang memadai serta tata ruang yang menyenangkan. Nasabah merupakan sumber utama bagi kelangsungan usaha suatu bank untuk itu perlu adanya penyediaan fasilitas-fasilitas yang memadai yang sesuai dengan keinginan nasabah karena hal ini akan menambah kenyamanan dan kepuasan bagi nasabah.

2.6. Lokasi

Lokasi atau letak perusahaan menurut Manullang (1990:76), berarti tempat dimana perusahaan melakukan aktivitas-aktivitasnya. Lokasi penting bagi perusahaan karena akan mempengaruhi kedudukan perusahaan dalam persaingan dan menentukan kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Ada lima prinsip yang harus diperhatikan dalam pemilihan lokasi menurut Sofyan Asmuri (1993:41), yaitu :

1. Daerah perdagangan yang potensial atau daerah yang mempunyai potensial bisnis yang menguntungkan.
2. Lokasi yang mudah dijangkau.
3. Mempunyai potensi pertumbuhan.
4. Berada dalam lalu lintas yang lancar.
5. Persaingan yang minim.

2.7. Kepuasan Konsumen.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya (Philip Kotler, 1997:36).

Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, maka pelanggan puas. Dan jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Banyak perusahaan berfokus pada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang hanya merasa puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan yang tinggi atau kesenangan menciptakan kelekatan emosional terhadap perusahaan, bukan hanya referensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan (loyalitas pelanggan) yang tinggi.

Adapun cara untuk mengukur kepuasan pelanggan dapat dilihat melalui :

a. Sistem Keluhan dan Saran.

Organisasi yang berwawasan pelanggan akan membuat mudah pelanggannya memberikan saran atau keluhan. Sistem ini memberikan banyak gagasan baik dan perusahaan dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

b. Survei Kepuasan Pelanggan.

Perusahaan yang reponsif mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala. Survei ini dapat dilakukan dengan berbagai cara : Pelaporan kepuasan langsung, analisis masalah, peringkat kepentingan atau lainnya, rencana pembelian ulang dan kemungkinan adanya pelanggan merekomendasikan perusahaan dan merek kepada orang lain.

c. Ghost Shopping (Pembeli bayangan).

Cara lain untuk mendapatkan gambaran kepuasan pelanggan adalah menyuruh karyawan dari perusahaan untuk berpura-pura menjadi

pembeli dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan dan produk saingan, atau dengan cara manager menelpon perusahaannya sendiri untuk menanyakan keluhan dan mengetahui cara perusahaan menanganinya.

2.8. Loyalitas Konsumen.

Konsep pemasaran mengatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (Philip Kotler, 1998:21). Dalam hal ini perusahaan berupaya mempertahankan para konsumen atau pelanggan mereka, karena upaya mempertahankan pelanggan harus mendapatkan prioritas yang paling besar dibandingkan upaya mendapatkan pelanggan baru. Pada umumnya lebih mudah untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dari pada menarik pelanggan baru. Banyak perusahaan berfokus pada kepuasan tinggi, karena para pelanggan yang hanya merasa puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan yang tinggi atau kesenangan menciptakan kelekatan emosional terhadap perusahaan, bukan hanya referensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan (loyalitas pelanggan) yang tinggi. Dalam hal ini kepuasan dapat diartikan (Philip Kotler, 1997:36) sebagai berikut:

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas, jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan merasa puas, dan jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang. Karena itu peningkatan pelayanan dan fasilitas-fasilitas merupakan suatu standar yang harus dilakukan secara terus menerus untuk dapat meningkatkan kepuasan para pelanggan. Lebih jauh kehilangan pelanggan dapat menjadi bencana dalam pasar yang sudah matang dan sedikit sekali mengalami pertumbuhan nyata. Oleh karena itu loyalitas pelanggan berdasarkan kepuasan pelanggan yang murni dan terus menerus merupakan salah satu aset terbesar yang mungkin didapat perusahaan. Loyalitas menurut Fandy Tjiptono (2000:110) adalah :

“ Komitmen pelanggan terhadap suatu merk, toko atau perusahaan ataupun pemasok berdasarkan sifat yang sangat positif dan dalam pembelian jangka panjang “

Dari literatur pelayanan jasa diatas maka dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen meliputi (Paul N Bloom, 1993:158) :

- Faktor lokasi.
- Faktor harga.
- Faktor fasilitas atau sarana penunjang.

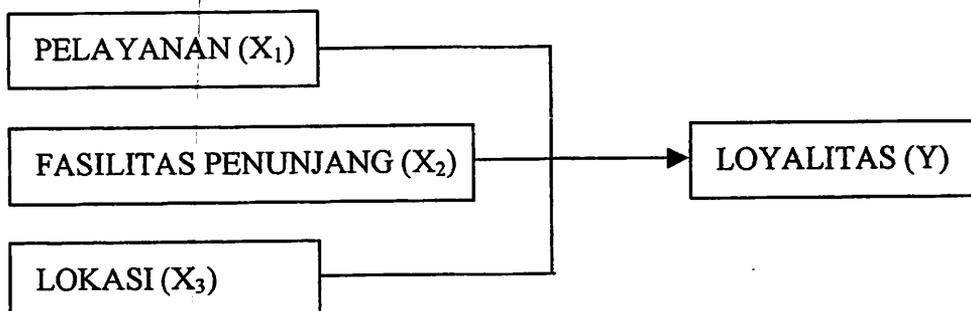
- Faktor keramah tamahan pekerja.
- Faktor kecepatan dalam mengerjakan pekerjaan.
- Faktor komunikasi yang baik.
- Faktor kualitas pelayanan.
- Faktor gedung yang bagus.

2.9 Kerangka Pikir.

Pelayanan, fasilitas penunjang dan lokasi bank merupakan variabel yang dapat mempengaruhi loyalitas . Dengan memberikan pelayanan dan fasilitas penunjang yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dan pemuasan keinginan nasabah serta akses ke lokasi bank yang mudah dijangkau paling tidak akan menimbulkan kepuasan nasabah, terhadap BPR-BKK Ungaran yang kemudian akan mengarah pada loyalitas nasabah.

Loyalitas nasabah terjadi karena nasabah merasa puas dengan pelayanan, fasilitas penunjang, yang diberikan oleh pihak bank yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan nasabah yang diwujudkan secara terus-menerus serta karena adanya kemudahan akses ke lokasi bank yang mudah dijangkau. Dengan adanya lokasi bank yang mudah dijangkau oleh nasabah maka secara tidak langsung akan lebih memberikan kemudahan kepada nasabah. Dan karena keempat variabel tersebut saling mempengaruhi, maka berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, dibawah ini digambarkan variabel-variabel tersebut secara sistematis :

Gambar 2.01 : Kerangka pikir



Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa pelayanan (X_1), fasilitas penunjang (X_2) dan lokasi (X_3) merupakan variabel bebas (Independent Variabel) yang mempengaruhi loyalitas konsumen pada BPR-BKK Ungaran (Y) sebagai variabel terikat (Dependent Variabel).

2.10. Hipotesis.

Hipotesis merupakan pernyataan mengenai suatu hal yang harus diuji kebenarannya (Djarwanto Ps dan Pangestu Subagyo, 1993:83).

Dengan demikian dapat dirumuskan hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Ada pengaruh yang signifikan antara pelayanan terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran.
- Ada pengaruh yang signifikan antara fasilitas penunjang terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran.
- Ada pengaruh yang signifikan antara lokasi bank terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Sifat penelitian

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah explanatory research yaitu analisis yang digunakan untuk menganalisa data berdasarkan atas hasil yang diperoleh dari para responden dan menjelaskan hubungan kausal antar variabel-vaariabel melalui pengujian hipotesis.

3.2. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada BPR-BKK Ungaran yang berlokasi di Jl. Moh. Yamin No. 11 Ungaran.

3.3. Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek yang karakteristiknya hendak diduga (Djarwanto Ps dan Pangestu Subagyo, 1993:107).

Populasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah loyal yang menyimpan dananya di BPR-BKK Ungaran. Dimana populasinya berjumlah 4.429 nasabah.

3.4. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil dari sejumlah tertentu untuk diteliti. Dalam penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan metode Purposive Random Sampling, yaitu dengan memilih sub grup dari populasi sedemikian rupa secara random sehingga sampel yang dipilih mempunyai sifat yang sesuai dengan sifat-sifat populasi. Dimana jumlah responden yang dijadikan sampel dapat dihitung dengan menggunakan rumus (Jalaludin Rakhmat, 1993:61) :

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = populasi, yaitu nasabah loyal BPR-BKK

d = nilai presisi (kertetapan data rata-rata yang diharapkan tidak menyimpang dari 10 %)

Dengan menggunakan rumus diatas maka didapatkan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{4.429}{4.429 (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{4429}{44,29 + 1}$$

$$n = 97,79$$

sehingga jumlah sampel adalah 97,79 dan dibulatkan menjadi 100 nasabah.

3.5. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

A. Data Primer.

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kali (Soeratno, 1993:76).

Metode yang digunakan untuk mendapatkan data adalah :

* Wawancara.

Wawancara merupakan cara pengumpulan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian (Soeratno, 1993:92). Dalam hal ini peneliti mengadakan wawancara langsung dengan pimpinan atau wakilnya dan karyawan BPR-BKK serta dengan para nasabahnya. Adapun hal – hal yang ditanyakan adalah sebagai berikut :

1. Pertanyaan yang ditujukan kepada pihak BPR-BKK, meliputi :
 - Tingkat bunga yang ditawarkan BPR-BKK Ungaran.
 - Produk yang ditawarkan BPR-BKK Ungaran.
 - Struktur manajemen bank BPR-BKK Ungaran.
 - Tingkat teknologi yang digunakan.
 - Tingkat keamanan Tabungan dan daerah sekitar BPR-BKK Ungaran.
2. Pertanyaan yang ditujukan kepada nasabah, meliputi :
 - Sikap dan perilaku karyawan-karyawati BPR-BKK Ungaran didalam melayani nasabah.

- Tingkat kecepatan dan ketepatan didalam melayani nasabah.
- Keadaan tata ruang BPR-BKK Ungaran.
- Lokasi BPR-BKK Ungaran.
- Tingkat keamanan tabungan dan daerah sekitar BPR-BKK Ungaran.

* Angket.

Angket (kuesioner atau daftar pertanyaan) merupakan cara pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden untuk diisi (Soeratno, 1993:76).

B. Data sekunder.

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengelolanya (Soeratno,1993:76). Didalam penelitian ini juga menggunakan data yang diperoleh dari buku-buku pedoman pelaksanaan perbankan dari Pemerintah Daerah Propinsi Jawa Tengah.

3.6. Pengujian Kuesoner

Untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat valid dan reliabel terhadap penelitian yang dilakukan, maka didalam skripsi ini peneliti menggunakan :

3.6.1. Skala Likert

Skala yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel, faktor-faktor yang mempengaruhi Loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran dengan menggunakan daftar pertanyaan/kuesioner. Jawaban dari responden akan diberi skor sebagai berikut :

- apabila jawaban SS diberi skor 4.
- apabila jawaban S diberi skor 3.
- apabila jawaban TS diberi skor 2.
- apabila jawaban STS diberi skor 1.

3.6.2. Uji Validitas Kuesioner

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur (Masri Singarimbun, 1991:124). Rumus untuk menghitung Validitas kuesioner dengan menggunakan rumus Teknik Korelasi *Product Moment*, sebagai berikut :

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

Dimana :

r = Angka korelasi.

N = Jumlah pertanyaan yang disebar.

X = Skor pertanyaan nomer ke-n.

Y = Skor total.

Angka korelasi harus dibandingkan dengan angka kritik lalu melihat baris $n-2$. Jika nilai r yang diperoleh dari perhitungan lebih besar dari nilai kritis *Product Moment* dengan keyakinan (α) 5%, $N-2$, maka dapat dikatakan item pertanyaan adalah valid.

Jika nilai r yang diperoleh dari perhitungan lebih kecil dari nilai kritis *Product Moment* 5%, $N-2$, maka dapat dikatakan item pertanyaan adalah tidak valid.

3.6.3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama (Masri Singarimbun, 1991:148). Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah Koefisien *Cronbach Alpha* (Endang Betty, 1995:41) dengan rumus :

$$\alpha = \frac{1+(K-1)r}{K}$$

Dimana :

r = rata-rata korelasi antar variabel manifes yang membentuk variabel lain.

K = Jumlah variabel manifes yang membentuk variabel lain.

Koefisien Alpha ini mempunyai nilai antara 0 – 1. Jika nilai koefisien mendekati angka 1 menunjukkan bahwa instrumen pada penelitian andal.

3.7. Metode Analisis Data.

Regresi Berganda

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan alat analisis regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda adalah analisa regresi linear untuk lebih dari dua variabel (Djarwanto PS dan Subagyo P, 1993:309) yang dinyatakan dalam persamaan :

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Dimana :

Y = adalah variabel terikat yaitu loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran.

x_1 = adalah variabel pelayanan.

x_2 = variabel fasilitas penunjang.

x_3 = variabel lokasi.

Untuk mendapatkan nilai dari a, b_1 , b_2 , b_3 dapat dilakukan perhitungan melalui persamaan berikut ini:

$$\Sigma Y = n.a + b_1 \Sigma x_1 + b_2 \Sigma x_2 + b_3 \Sigma x_3$$

$$\Sigma x_1 Y = a \Sigma x_1 + b_1 \Sigma x_1^2 + b_2 \Sigma x_1 x_2 + b_3 \Sigma x_1 x_3$$

$$\Sigma x_2 Y = a \Sigma x_2 + b_1 \Sigma x_1 x_2 + b_2 \Sigma x_2^2 + b_3 \Sigma x_2 x_3$$

$$\Sigma x_3 Y = a \Sigma x_3 + b_1 \Sigma x_1 x_3 + b_2 \Sigma x_2 x_3 + b_3 \Sigma x_3^2$$

3.8. Pengujian Hipotesis.

3.8.2. Uji t_{test}

Test hipotesis uji t digunakan untuk pengujian secara parsial antar variabel dengan mencari nilai t_{test} atau t_{hitung} , maka ditempuh langkah-langkah sebagai berikut :

1. Hipotesis.

H_0 : $\beta = 0$, ini berarti tidak ada pengaruh antara Y dengan X_n .

H_1 : $\beta \neq 0$, ini berarti ada pengaruh antara Y dengan X_n .

2. Level of significant 5%.

3. Daerah kritis :

$$T_{\text{tabel}} = t_{(1/2 \cdot 0,05) ; (n-k-1)}$$

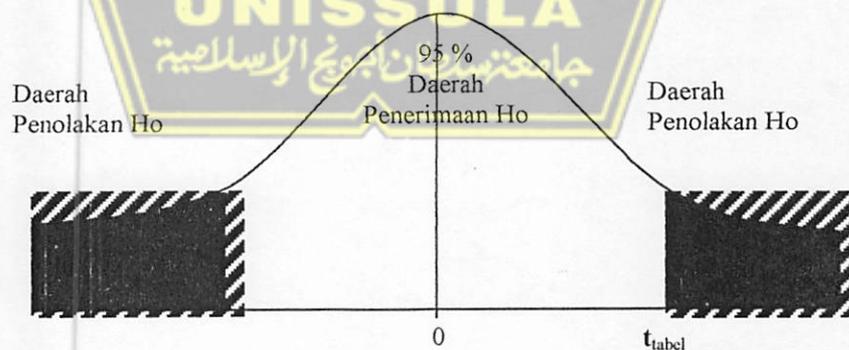
4. Test statistik uji t :

$$t_{\text{test}} = \frac{b - \beta}{S_b}$$

5. Keputusan :

H_0 ditolak jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$, ini berarti menerima H_1 .

H_0 diterima jika $-t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$, ini berarti menolak H_1 .



Gambar 3.01 : Kurva uji t Antara X_1 (pelayanan), X_2 (Fasilitas) penunjang), X_3 (Lokasi) terhadap Y (loyalitas) secara parsial.

3.8.1. Uji F_{test}

Tes hipotesis uji F digunakan untuk pengujian secara menyeluruh atau serentak dengan mencari nilai F tes atau F hitung. Dalam hal ini variabel X_1 (pelayanan), X_2 (fasilitas penunjang), X_3 (lokasi) dan Y (loyalitas), maka ditempuh langkah sebagai berikut :

1. Hipotesis

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, ini berarti bahwa antara Y dengan X_1, X_2, X_3 tidak ada pengaruh.

$H_1 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 \neq 0$, ini berarti bahwa antara Y dengan X_1, X_2, X_3 ada pengaruh.

2. Level of significant 5%.

3. Daerah kritis :

$$F_{tabel} = F_{0,05 ; (k) (n-k-1)}$$

4. Test statistik uji F test dihitung dengan analisa varians (ANOVA)

Sumber Variasi	Sum of Square	df	Mean Square	F test
Regresi	SSR	k	SSR / k = MSR	MSR / MSE
Error	SSE	n-k-1	SSE / n-k-1 = MSE	-
Total	SST	n-1	-	-

5. Koefisien determinasi R^2 dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

$R^2 =$ bagian dari variasi total Y yang dihitung untuk nilai-nilai X_1, X_2, X_3 .

Rumus SSR dan SST adalah sebagai berikut :

$$SSR = a_1 \left(\sum X_1 \cdot Y - \frac{\sum X_1 \cdot \sum Y}{n} \right) + a_2 \left(\sum X_2 \cdot Y - \frac{\sum X_2 \cdot \sum Y}{n} \right) + a_3 \left(\sum X_3 \cdot Y - \frac{\sum X_3 \cdot \sum Y}{n} \right)$$

$$SST = \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$$

$$SSE = SST - SSR$$

Keterangan :

SSE (*Sum of Square due to Error*) adalah variasi yang tidak dijelaskan.

SSR (*Sum of Square due to Regretion*) adalah variasi yang dijelaskan.

SST (*Sum of Square due to Total*) adalah variasi total.

MSE adalah kuadrat tengah error.

MSR adalah kuadrat tengah regresi.

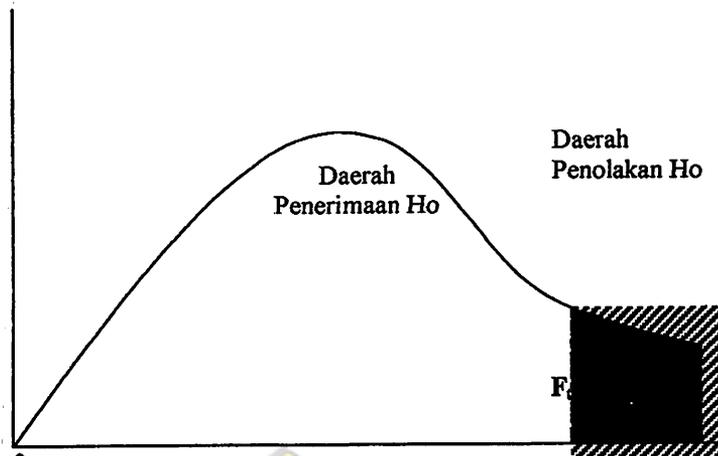
6. Nilai F hitung :

$$F = \frac{MSR}{MSE}$$

7. Keputusan

Ho ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$

Ho diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$



Gambar 3.02 : Uji F dengan interval keyakinan 95 % dan tingkat kesalahan 5 %

3.9. Definisi Operasional Variabel.

Definisi yang digunakan dalam variabel penelitian adalah :

1. Pelayanan : Merupakan penawaran yang diukur dari penilaian nasabah terhadap : sikap dan perilaku karyawan bank, produk , tingkat bunga yang ditawarkan dan kecepatan serta ketepatan waktu dalam melayani nasabah.
2. Fasilitas penunjang : fasilitas baik yang berhubungan maupun yang tidak berhubungan dengan dunia perbankan yang diberikan pihak bank untuk memenuhi keinginan nasabah. Fasilitas penunjang dalam penelitian ini diukur dari penilaian nasabah terhadap : manajemen bank, teknologi yang digunakan, fasilitas parkir, tata ruang dan keamanan.

3. Lokasi bank : Daerah atau tempat dimana nasabah menempatkan dananya. Dalam hal ini lokasi diukur dari penilaian nasabah terhadap lokasi bank yang mudah dijangkau nasabah, dan lokasi yang terhindar dari kemacetan.
4. Loyalitas nasabah : Kesetiaan yang dipertahankan oleh nasabah BPR-BKK untuk tetap menyimpan dananya minimal selama empat tahun.
Dalam hal ini loyalitas diukur dari penilaian nasabah terhadap : pelayanan, fasilitas penunjang dan lokasi bank.



BAB IV

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1. Sejarah Singkat

Bank BPR BKK Ungaran Kabupaten Dati II Semarang adalah salah satu bank milik pemerintah daerah yang beroperasi di daerah kecamatan yang kegiatan utamanya menghimpun dana masyarakat dalam bentuk tabungan dan deposito serta menyalurkan kembali dana tersebut dalam bentuk kredit.

Sebagaimana telah diketahui bahwa sebagian besar ($\pm 70\%$) masyarakat Jawa Tengah hidup atau tinggal di pedesaan yang mana pada umumnya mereka ini adalah golongan ekonomi lemah. Mereka memiliki kesulitan yang rata-rata hampir sama untuk dapat maju dalam meningkatkan kemampuan berusaha serta meningkatkan penghasilannya. Kesulitan mereka terutama adalah kekurangan modal untuk melaksanakan kegiatannya, sedangkan modal yang ada di masyarakat setempat sebagian besar milik rentenir yang dalam prakteknya memungut bunga dengan prosentase yang sangat tinggi.

Berdasarkan hal tersebut diatas maka pemerintah daerah tingkat I Jawa Tengah memandang perlu untuk membentuk suatu badan yang dinamakan dengan Badan Kredit Kecamatan, yang didirikan berdasarkan surat keputusan

Gubernur No. Dsa. G $\frac{226/1969}{8/2/2}$ tanggal 4 September 1969 dan surat
 keputusan Gubernur No. Dsa. G $\frac{232/1970}{12/19/24}$ Tanggal 19 November
 1970.

Tujuan utama pendirian Badan Kredit Kecamatan ini adalah pembangunan desa beserta masyarakat yang semula selalu menjadi penentuan untuk pembangunan desanya. Sehubungan dengan hal tersebut Badan Kredit Kecamatan diharapkan dapat memberikan stimulasi kepada masyarakat di Jawa Tengah, khususnya golongan ekonomi lemah di pedesaan dengan cara memberikan Kredit yang murah, mudah dan mengarah.

Badan Kredit Kecamatan di Jawa Tengah yang berdiri sejak tahun 1970 memulai operasinya dengan modal yang berstatus pinjaman dari APBD tingkat I Jawa Tengah untuk masing-masing BKK sebesar Rp. 50.000.000 adapun sektor-sektor yang dapat dibiayai dengan kredit dari Badan Kredit Kecamatan antara lain adalah Perdagangan, Industri, Pertanian, dan Peternakan. Dengan demikian Badan Kredit Kecamatan didirikan sebagai lembaga Kredit Pedesaan yang dimiliki Propinsi Daerah Tingkat I Jawa Tengah dimaksudkan untuk berupaya menyediakan modal bagi masyarakat pengusaha di pedesaan yang belum terjangkau oleh lembaga perbankan.

Berdasarkan SK Gubernur tersebut maka Status BKK pada saat itu merupakan suatu proyek, dengan demikian sesuai dengan sifat proyek BKK pada suatu saat harus berakhir. Melihat dari keadaan masyarakat pengusaha kecil, para petani dan pedagang kecil yang masih banyak membutuhkan modal maka pemda tingkat I Jawa Tengah bersama DPRD-nya memantapkan kemandirian BKK dengan membuat peraturan daerah nomor 1 Tahun 1971. Peraturan daerah ini telah mendapatkan pengesahan menteri dalam negeri dengan SK nomor 58105.3884, tanggal 17 Desember 1981.

4.1.1. Sarana Badan Kredit Kecamatan

Sesuai dengan pengertian yang kami sebutkan maka sarana Badan Kredit Kecamatan adalah :

- **Sarana BKK Umum**
 - a. Pedagang (bakul-bakul warung).
 - b. Industri Tempe, Krupuk, Tahu.
 - c. Kerajinan Rakyat
 - d. Pertanian (yang dimaksud Pertanian sawah dan tegalan) yaitu untuk pemilihan bibit, biaya penggarapan).

- **Sarana BKK Khusus**

Pemberian Kredit unit ini telah ditentukan oleh pemda Tingkat I Jawa Tengah yang berhubungan dengan sarana kredit dan penyuluhan kredit.

4.1.2. Tujuan Pemberian Kredit Pada Kredit Kecamatan

- a. Masyarakat Jawa Tengah adalah masyarakat yang sebagian besar (70% hidup) tinggal di desa dengan adanya BKK ini diharapkan masyarakat dasar bisa mendapatkan kredit dari pemerintah yang berarti suatu pinjaman modal dan pemerintah.
- b. Untuk meningkatkan taraf hidup dan pendapatan perkapita masyarakat di wilayah Kecamatannya.
- b. Untuk meningkatkan produktivitas dalam bidang pertanian di Indonesia.
- c. Untuk membentuk modal masyarakat atau modal sendiri.

4.1.3. Pedoman Pokok BKK

- a. Definisi BKK adalah lembaga perkreditan yang diberikan oleh Pemerintah daerah propinsi Jawa Tengah yang berfungsi menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka tabungan dan/atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- b. Dasar Hukum :
 1. SK Gub KDH Prop. Jateng, No. Dsa. G. 226/1996 8/2/2 tertanggal 4 September.
 2. Dan No. Dsa. G. 323/1970/12/14/24 tertanggal 19 Desember 1970.
 3. SK Mendagri No. 581.053.8.884 tertanggal 17 Desember 1981
 4. LD PDT I Jr No. 107 tertanggal 24 Desember 1981 seri D No. 103.

4.2. Struktur Organisasi BPR BKK Ungaran Kabupaten Dati II Semarang

Untuk mengetahui secara jelas tentang struktur organisasi terlebih dahulu mengenai pengertian organisasi secara umum.

Organisasi adalah setiap sistem kerjasama yang dijalankan sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu. Didalam suatu organisasi juga diterapkan adanya suatu struktur organisasi untuk memudahkan pengawasan dan sebagai penjelasan tugas-tugas dan wewenang masing-masing pihak yang terlibat didalamnya. Pengertian struktur organisasi adalah :

“Suatu badan yang didalamnya terdapat perserikatan manusia untuk mencapai suatu tujuan bersama-sama atau dapat diartikan juga sebagai suatu susunan yang sistematis yang menggambarkan sistem dan aktivitas kerjasama. (M. Manulang, 1988:64)”.

Struktur organisasi perusahaan yang dimiliki BPR BKK Ungaran adalah berbentuk struktur organisasi garis dan staff. Bentuk struktur organisasi garis dimaksudkan agar terdapat adanya kesatuan komando dan pembagian tugas serta tanggung jawab yang jelas. Sementara adanya staff diharapkan bisa memberikan bantuan kepada direksi dalam membuat keputusan. Untuk dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai tugas, wewenang dan tanggung jawab dari masing-masing bagian maka penulis akan menyajikan gambaran struktur organisasi BPR BKK Ungaran sebagai berikut:

GAMBAR 4.01 :
 STRUKTUR ORGANISASI
 BPR BKK UNGARAN KABUPATEN DATI II SEMARANG



Sumber : BPR-BKK Ungaran

Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing-masing jabatan ini adalah sebagai berikut :

1. Tugas komisaris.

Mengawasi pekerjaan dan kepengurusan Direktur, memeriksa Laporan Keuangan semua harta persero. Bertanggung jawab pada RUPS.

2. Tugas Direktur.

Meneliti dan memutuskan permohonan realisasi jasa bank, Laporan Keuangan, peraturan dan kebijaksanaan pengelolaan perusahaan, semua pengeluaran uang, dana anggaran belanja dan pendapatan perusahaan. Direktur bertanggung jawab kepada RUPS.

3. Tugas Staf Pengawas Intern (SPI).

Mempersiapkan pelaksanaan pemeriksaan, merencanakan pemeriksaan setahun yang akan datang, dan memeriksa ketelitian, kelengkapan, keabsahan dan kemanfaatan berkas-berkas pendukung untuk semua pengeluaran uang dan angsuran kredit, realisasi kredit, pengambilan tabungan, depositio, pengeluaran, biaya pajak dan angsurannya.

4. Tugas Kepala Seksi Pemasaran

Membantu pimpinan sesuai dengan bidang tugasnya, mengatasi segala masalah yang timbul dalam pelaksanaan tugas dan melaporkan kepada pimpinan, menyelenggarakan Laporan Harian, bulanan, Pertanggung jawaban atas tercapainya target anggaran.

5. Tugas Kepala Seksi Pelayanan.

Mengadministrasikan segala kegiatan transaksi, memberi pelayanan kepada nasabah, mengkoordinasi dan melaksanakan semua tugas-tugas yang digariskan oleh pimpinan mengatur kelancaran tugas sehari-hari. Melaporkan kepada pimpinan atas tercapainya pelaksanaan tugas menjaga dan memelihara semua barang dan inventaris kantor.

6. Tugas Bagian Dana.

Mengusahakan pengembangan dana, menganalisa keluar masuknya dana mencatat semua transaksi baik yang melalui kas maupun pemindah bukuan pada buku harian, tabungan. Melaksanakan dan merencanakan kegiatan penyerahan dana berupa deposito, tabungan dan simpanan.

7. Tugas Bagian Kredit.

Mengatur, mengatasi dan mengkoordinir penyelenggaraan segala kegiatan dalam bidang kredit, menjaga dan mengelola rekening nasabah, memberikan penjelasan tentang syarat-syarat dan prosedur kredit kepada para calon nasabah menyelenggarakan prosedur kredit kepada para calon nasabah. Menyelenggarakan administrasi kredit, mempersiapkan dan meneliti perjanjian kredit.

8. Tugas Kasir.

Membuat administrasi mengenai penerimaan dan pengeluaran uang kas, mengadakan perhitungan uang kas pada akhir periode tutup buku dan

mengadakan pengecekan atas kebenaran uang kas dengan pembukuan, meneliti penerimaan dan pengeluaran uang kas.

9. Tugas Bagian Pembukuan.

Meneliti kebenaran neraca dan laporan R/L, mengontrol bukti-bukti kas melunasi setiap hari, membuat perhitungan pajak, melaporkan perkembangan likuiditas setiap hari kepada pimpinan, melaporkan perkiraan keuntungan kepada pimpinan.

10. Tugas Personalia.

Melayani dan mengarsip surat-menyurat umum keluar/masuk, pembayaran uang ke bank, pembayaran pajak dan mencatat semua inventaris serta menjaga stabilisasi aktivitas karyawan juga menangani mekanisme penerimaan karyawan. Bertanggung jawab kepada kabag administrasi dan keuangan.

11. Tugas Bagian Umum

Menyiapkan dan memelihara dokumen-dokumen yang berkenaan dengan tugas bagian umum menyediakan perlengkapan yang dibutuhkan oleh bank dan mengelola administrasinya, menjaga dan memelihara harta benda milik bank dan mengajukan klaim jika diperlukan, menyelenggarakan pengangkutan untuk kebutuhan operasional bank, mengasuransikan harta benda milik bank dan mengajukan klaim jika diperlukan, menyelenggarakan hubungan dengan masyarakat khususnya nasabah dan relasi kami.

Struktur organisasi tersebut diatas menggambarkan kedudukan masing-masing jabatan yang terdapat dalam perusahaan sehubungan dengan tanggung jawab yang ada pada setiap orang atau anggota.

Perlunya struktur organisasi yang tepat dan jelas adalah sebagai dasar untuk mempelajari aktivitas yang sebenarnya karena hal itu merupakan suatu petunjuk sebagai tugas, wewenang dan tanggung jawab dari tiap-tiap orang atau anggota-anggotanya.

4.3. Kepegawaian

Adapun kepegawaian BPR-BKK Ungaran dapat dilihat melalui hal-hal sebagai berikut :

4.3.1. Daftar Status Kepegawaian BPR BKK Ungaran

Status kepegawaian ditetapkan dengan peraturan pemerintah daerah No.10 Tahun 1979 tentang penilaian pelaksanaan pekerjaan pegawai negeri sipil.

- a. Penilaian pelaksanaan kerja dibuat pada akhir tahun oleh Camat sebagai atasan langsung dengan menuangkan daftar penilaian pekerjaan pegawai negeri sipil.
- b. Atas pejabat pemerintah adalah Bupati, Walikota kepala Daerah atau pejabat yang ditunjuk.

4.3.2. Gaji Pokok Pegawai BPR BKK Ungaran.

Kepada pegawai yang diangkat dalam suatu pangkat menurut keputusan ini diberikan gaji pokok yang berdasarkan golongan ruang yang ditetapkan dengan UU No.8 Tahun 1979, tentang pokok-pokok kepegawaian BKK yang diuraikan sebagai berikut :

- a. Kepada seorang yang diangkat menjadi calon pegawai diberikan gaji pokok sebesar 80 % dari gaji pokok pegawai BKK.
- b. Calon pegawai BKK apabila telah mempunyai pengalaman kerja yang dapat diperhitungkan untuk menetapkan gaji pokok, diberikan gaji yang sebanding dengan pengalaman kerjanya yang telah ditetapkan sebagai masa kerja golongan.
- c. Pemberian gaji pokok ini setinggi-tingginya ditetapkan berdasarkan gaji pokok maksimum dalam ruang yang bersangkutan telah dikurangi dengan dua kali gaji berkala yang terakhir dalam golongan ruang tersebut.
- d. Pegawai BKK yang pada saat dikeluarkan keputusan ini telah mempunyai masa kerja lebih dari empat tahun tanpa terputus-putus diangkat dalam suatu pangkat tingkat lebih tinggi dari pangkat dasar.

Kepada pegawai BKK yang diangkat dalam suatu pangkat yang lebih tinggi dari pangkat lama, diberikan gaji pokok baru yang berdasarkan pangkat baru yang segaris dengan gaji pokok dan masa kerja golongan ruang menurut pangkat lama. Pegawai BKK yang diturunkan pangkatnya

dalam suatu pangkat yang lebih rendah dari pangkat semula diberikan gaji pokok berdasarkan pangkat baru yang segaris dengan gaji pokok masa kerja golongan ruang menurut pangkat lama.

4.3.3. Kenaikan Pangkat Berkala dan Gaji Istimewa.

Didalam BPR-BKK Ungaran penerimaan kenaikan gaji berkala dan perolehan gaji istimewa dapat dilihat melalui :

4.3.3.1. Kenaikan Pangkat Berkala

Pegawai BKK diberikan kenaikan gaji berkala apabila memenuhi syarat sebagai berikut :

- a. Telah mencapai masa kerja golongan sekurang-kurangnya dua tahun untuk kenaikan gaji berkala.
- b. Penilaian pelaksanaan bekerja dengan nilai rata-rata sekurang-kurangnya "CUKUP".

4.3.3.2. Gaji Istimewa

Pegawai baik diberikan gaji istimewa apabila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :

- a. Pegawai BKK yang menurut daftar nilai pelaksanaan pekerjaan menunjukkan nilai "Amat Baik" sehingga ia patut dijadikan teladan, dapat diberikan kenaikan gaji istimewa sebagai penghargaan dengan mengajukan saat kenaikan gaji berkala selanjutnya dalam pangkat yang dijabat pada saat kenaikan gaji istimewa itu.

- b. Pemberian gaji istimewa sebagaimana dimaksud diatas dilakukan oleh gubernur kepala daerah.

4.3.4. Kesejahteraan Karyawan

Bank BPR BKK Ungaran sangat memperhatikan kesejahteraan pegawainya. Hal ini sangat dikhususkan bagi pegawai BKK yang terjun langsung dilapangan dan senantiasa berhubungan dengan nasabah serta yang paling banyak mendapatkan nasabah.

4.3.4.1. Tunjangan

a. Tunjangan Keluarga :

1. Pegawai BKK yang beristri, diberikan tunjangan istri sebesar 5 % dari gaji pokok.
2. Pegawai BKK yang mempunyai anak atau anak angkat yang berumur kurang dari 18 tahun belum pernah menikah, tidak mempunyai penghasilan sendiri dan nyata-nyata menjadi tanggungannya, diberikan tunjangan anak sebesar 2 % dari gaji pokok untuk tiap-tiap anak. Tunjangan anak ini diberikan sebanyak-banyaknya untuk tiga anak termasuk anak angkat.

b. Tunjangan Jabatan :

Pegawai BKK yang menjabat Kepala, Pemegang Kas, dan pemegang pembukuan BKK diberikan tunjangan jabatan sebagai berikut :

Kepala : Rp. 300.000

Pemegang Kas : Rp. 125.000

Pemegang Pembukuan : Rp. 100.000

c. Tunjangan Pangan.

Pegawai BKK beserta keluarganya dapat diberikan tunjangan pangan setiap jiwa 10 Kg beras, agar pelaksanaannya memperhatikan ketentuan diatas.

4.4. Daerah Kerja BPR BKK Ungaran

Untuk mempermudah pelayanan kepada masyarakat yang ingin menabung dalam bentuk tamades, BPR BKK Ungaran menjalin kerjasama dengan kecamatan-kecamatan sekitarnya atau kelurahan-kelurahan Ungaran itu sendiri. Disana petugas-petugas BPR BKK Ungaran memberi pelayanan pada nasabah ataupun calon nasabah.

Adapun Pos-pos pelayanan atau daerah kerja BPR BKK Ungaran Kabupaten Dati II Semarang yaitu :

- a. Pasar Bandarjo.
- b. Kecamatan Ungaran.
- c. Kantor BPR BKK Ungaran.

4.5. Jenis Usaha Yang Dikelola Oleh BPR BKK Ungaran.

Jenis-jenis usaha yang dikelola oleh BPR BKK Ungaran Kabupaten Dati II Semarang diantaranya :

a. Tabungan Wajib.

Yang dimaksud Tabungan wajib adalah tabungan yang diperuntukkan bagi nasabah yang akan mengajukan kredit setiap nasabah diwajibkan menabung minimal 5% dari jumlah pinjaman dan fungsinya tabungan wajib ini untuk nomor anggota kredit.

b. Tamades Seri A.

Yang dimaksud Tamades seri A adalah Tabungan sukarela yang sewaktu-waktu dapat diambil oleh nasabah.

c. Tamades Seri B.

Yang dimaksud Tamades seri B adalah tabungan yang pengambilannya sesuai dengan perjanjian tabungan Tamades seri B ini dapat juga disebut Deposito karena setiap nasabah yang menabung telat jatuh tempo bungannya atau nilai nominal depositonya dapat langsung masuk ke rekening tabungan jika nasabah tersebut lupa mengambil deposito.

d. Kredit Harian.

Kredit yang diberikan kepada nasabah yang mana untuk pelunasan kredit dilakukan dengan cara mengangsur yang pembayarannya dilakukan setiap hari.

Kredit harian ini dibagi menjadi 2 yaitu :

- Kredit Harian Mikro.

Kredit ini diperuntukkan bagi para pedagang kecil atau usaha baru.

Pinjaman pertama maksimal Rp. 1.000.000,-

- Kredit Harian Non Mikro

Untuk kredit non mikro yaitu merupakan usaha yang sudah berjalan dan maju/sudah berkembang sehingga pinjamannya bisa lebih dari Rp.

1.000.000,-

- e. Kredit Bulanan.

Kredit yang diberikan kepada nasabah yang mana untuk pelunasan kredit dilakukan dengan cara mengangsur yang pembayarannya dilakukan setiap bulan.

Kredit bulanan ini dibagi menjadi dua, yaitu :

- Dinas.

Kredit yang diberikan kepada nasabah yang berstatus pegawai negeri.

- Umum.

Kredit yang diberikan kepada pengusaha dan masyarakat pedesaan.

4.6. Rekrutmen Karyawan.

Suatu perusahaan baik manufaktur maupun jasa tidak terlepas dari proses rekrutmen karyawan yang bertujuan untuk mengganti karyawan lama yang telah memasuki masa pensiun atau mengisi jabatan yang kosong.

Untuk mendapatkan karyawan yang terampil dan profesional tidaklah mudah, sehingga perlu adanya proses seleksi yang baik. Dengan demikian karyawan yang terpilih benar-benar memenuhi syarat yang telah ditetapkan dan sesuai dengan kebutuhan bank tersebut.

Prosedur rekrutmen yang dilakukan oleh BPR-BKK Ungaran Kabupaten Semarang adalah sebagai berikut :

1. Proses ini dilakukan sebagai langkah awal calon pelamar kerja untuk mengisi formulir yang meliputi daftar riwayat hidup, jenjang pendidikan, ketrampilan, pengalaman.
2. Tes tertulis
Tes ini dilakukan dengan memberikan soal-soal yang ditetapkan oleh bank, tes ini bertujuan untuk mengetahui kemampuan akademis si pelamar.
3. Tes psikologis
Langkah ketiga ini dimaksudkan untuk memperoleh data mengenai kondisi yang berhubungan dengan kejiwaan si pelamar sehingga akan diperoleh orang yang terbaik untuk pekerjaan yang dimaksud sedangkan tes yang sering dilakukan antara lain :
 - tes intelegensia.
 - tes kecakapan.
 - tes kejiwaan.
 - tes bakat.
 - tes kepribadian.

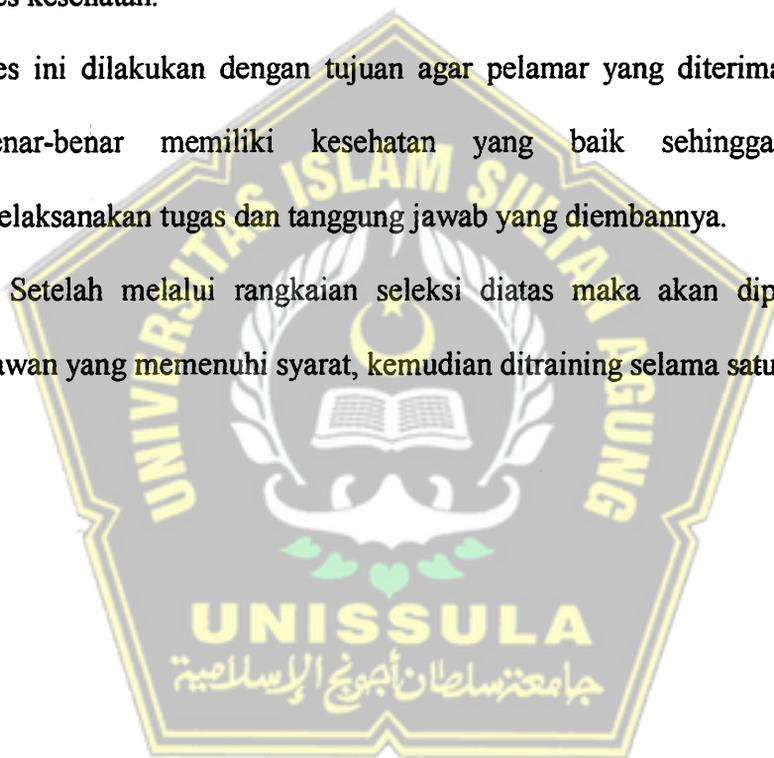
4. Wawancara .

Langkah yang keempat ini sangat penting dilakukan mengingat dengan tes ini akan terlihat bagaimana kemampuan dan pengetahuan pelamar sebenarnya didalam menyelesaikan masalah atau kasus yang dihadapi dengan tes ini pula akan didapat kemauan pelamar dalam menghadapi pekerjaannya.

5. Tes kesehatan.

Tes ini dilakukan dengan tujuan agar pelamar yang diterima nantinya benar-benar memiliki kesehatan yang baik sehingga mampu melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diembannya.

Setelah melalui rangkaian seleksi diatas maka akan dipilih calon karyawan yang memenuhi syarat, kemudian ditraining selama satu bulan.



BAB V

PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Responden

Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah dapat ditelusuri berdasarkan jawaban dari responden (nasabah BPR-BKK) yang diambil sebagai sampel melalui kuesioner yang diberikan. Hasil jawaban responden tersebut kemudian disusun dalam bentuk tabulasi (lampiran 1). Gambaran umum responden tersebut meliputi :

5.1.1. Identitas Responden

Untuk mengetahui identitas responden perlu ditanyakan mengenai Usia, Pekerjaan, Lama menjadi nasabah BPR-BKK Ungaran, Jenis produk BPR-BKK yang digunakan dan Jenis transaksi yang sering dilakukan. Data tersebut adalah sebagai berikut :

a. Responden Berdasarkan Usia.

Pada bagian ini akan diketengahkan usia responden. Dari hasil penelitian ini diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5.01 : Responden Berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Prosentase (%)
17 - 22	3	3
23 - 29	17	17
30 - 36	13	13
37 - 43	13	13
44 - 50	29	29
51 - 57	23	23
58 - 65	2	2
Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan tabel diatas kita dapat mengetahui bahwa 26 responden atau 26% dari keseluruhan responden berusia 30 – 43 tahun. Kelompok responden ini mulai membutuhkan bank sebagai lembaga keuangan yang dapat membantu mereka untuk mengatur keuangannya. Mereka mulai memikirkan dan merencanakan masa depannya maupun keluarganya. Mereka memilih BPR-BKK untuk menyimpan dananya karena biaya administrasi yang sangat rendah, adanya kemudahan didalam pengambilan atau penarikan dana, adanya kemudahan didalam penarikan deposito yang belum jatuh tempo dan juga karena lokasi BPR-BKK yang mudah dijangkau sehingga secara tidak langsung akan mempercepat proses transaksi. Sedangkan responden yang berusia diatas 43 tahun atau 54% dari keseluruhan responden biasanya telah mempunyai karier/ pekerjaan yang mantab, sebagian besar responden ini bekerja sebagai wiraswasta/ pedagang dan pegawai (negeri/swasta), dalam hal ini mereka

membutuhkan bank yang memberikan kemudahan dan biaya yang murah.

b. Responden Berdasarkan Pekerjaan.

Pada bagian ini akan diketengahkan jenis pekerjaan responden. dari penelitian diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5.02 : Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Prosentase (%)
Belum bekerja	7	7
Pegawai Negeri (Sipil/ABRI)	18	18
Pegawai Swasta	28	28
Wiraswasta/Pedagang	32	32
Buruh (Industri/Bangunan)	11	11
Lain-lain	4	4
Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa dunia perbankan ternyata telah masuk didalam kehidupan masyarakat bawah. Hal ini sesuai dengan tujuan pemerintah untuk memberdayakan fungsi bank keseluruh lapisan masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dari tabel diatas dapat diketahui pula bahwa nasabah BPR-BKK Ungaran sebagian besar berprofesi sebagai wiraswasta dan pedagang. Pedagang ini adalah para pedagang kecil dikawasan kerja BPR-BKK Ungaran.

c. Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.

Pada bagian ini akan diketengahkan berapa lama responden menjadi nasabah BPR-BKK. Dari penelitian diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 5.03 : Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Lama menjadi nasabah	Jumlah	Prosentase (%)
4 - 6 tahun	11	11
7 - 9 tahun	56	56
10 - 12 tahun	30	30
> 12 tahun	3	3
Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah.

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa responden adalah nasabah yang sangat loyal sampai saat ini, karena dengan adanya keterbatasan yang ada pada BPR-BKK baik dari segi produk maupun fasilitasnya jika dibandingkan dengan bank umum lainnya, para nasabah tetap menyimpan dananya di BPR-BKK. Hal ini dapat diketahui banyaknya jumlah responden yang tetap menyimpan dananya selama 7 - 9 tahun sebanyak 56 responden atau 56%, 10 - 12 tahun sebanyak 30 responden atau 30% dan yang lebih dari 12 tahun sebanyak 3 responden atau 3%. Sehingga responden yang menyimpan dananya lebih dari 7 tahun sebanyak 89 responden atau 89% dari keseluruhan responden.

d. Responden Berdasarkan Jenis Produk.

Pada bagian ini akan diketengahkan jenis produk BPR-BKK yang digunakan oleh responden. Pada penelitian jenis produk dibatasi pada sebagai berikut :

Tabel 5.04 : Responden Berdasarkan Jenis Produk

Jenis produk	Jumlah	Prosentase (%)
Tabungan	63	63
Deposito berjangka	37	37
Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah.

Terdapat 63 responden atau sebanyak 63% dari keseluruhan responden yang menggunakan jenis produk tabungan dalam hal ini adalah Tamades. Responden memilih tamades karena adanya kemudahan didalam pengambilan apabila sewaktu-waktu dibutuhkan.

e. Responden Berdasarkan Jenis Transaksi.

Pada bagian ini akan diketengahkan jenis transaksi yang paling sering dilakukan. Penelitian dibatasi pada jenis transaksi sebagai berikut :

Tabel 5.05 : Responden berdasarkan Jenis Transaksi.

Jenis Transaksi	Jumlah	Prosentase (%)
Setoran Tunai	50	50
Pengambilan Tunai	14	14
Pemindah bukuan	31	31
Transaksi Lain	3	3
Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah.

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa relatif sedikit nasabah yang melakukan penarikan dana, hanya terdapat 14 responden atau 14%. Hal ini disebabkan karena nasabah merasa cocok dengan suku bunga yang ditetapkan oleh BPR-BKK Ungaran dan rendahnya biaya administrasi. Nasabah yang melakukan penarikan dananya dikarenakan untuk memenuhi kebutuhan tertentu dan bukan untuk dipindahkan ke bank lain.

5.1.2. Diskripsi Variabel

a. Tanggapan responden terhadap Pelayanan.

Tabel 5.06 : Tanggapan Responden Terhadap Pelayanan

Tanggapan Responden	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat Baik	16	16
Baik	71	71
Tidak Baik	10	10
Sangat Tidak Baik	3	3
Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden, yaitu sejumlah 71 responden atau 71% merasa bahwa pelayanan yang selama ini diberikan sudah baik. Responden menilai bahwa, sikap dan perilaku karyawan-karyawati BPR-BKK, produk yang disediakan, tingkat bunga yang ditetapkan serta kecepatan dan ketepatan didalam melayani sudah baik. Tetapi ada sebagian responden menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh BPR-BKK Ungaran tidak baik (10 responden atau 10%) dan sangat tidak baik (3 responden atau 3%). Mereka merasa bahwa nasabah-nasabah yang mempunyai dana dalam jumlah yang besar mendapat beberapa keistimewaan / prioritas dalam memperoleh pelayanan. Selain itu mereka menilai bahwa keramahan karyawan-karyawati BPR-BKK, terutama Petugas *Customer Service* masih rendah. Tetapi responden menyadari bahwa hal ini mungkin karena jumlah nasabah yang dilayani sangat banyak sedangkan jumlah

petugas *Customer Service* sangat terbatas. Petugas-petugas ini tidak dapat melayani dengan maksimal, mereka harus menghadapi berbagai macam karakter nasabah dari berbagai macam persoalan dan keluhan dengan cepat, sedangkan waktu dan kemampuan (tenaga) mereka terbatas. Tetapi secara keseluruhan mereka menilai bahwa pelayanan yang diberikan oleh BPR-BKK Ungaran sudah baik.

b. Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas Penunjang.

Tabel 5.07 : Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas Penunjang.

Tanggapan Responden	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat Baik	32	32
Baik	67	67
Tidak Baik	1	1
Sangat Tidak Baik	-	-
Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa fasilitas penunjang yang disediakan BPR-BKK dinilai responden sudah baik, yaitu sebanyak 67 responden atau 67% dari keseluruhan responden. Manajemen bank yang baik dan sistematis, teknologi yang sederhana tetapi tepat digunakan, fasilitas parkir yang luas, serta keamanan yang terjamin menumbuhkan rasa kepercayaan pada diri nasabah dan nasabah merasa tenang dalam melakukan transaksi di BPR-BKK Ungaran. Selain itu tata ruang yang ditata sedemikian rupa dapat memberikan rasa nyaman bagi nasabah.

c. Tanggapan Responden Terhadap Lokasi.

Tabel 5.08 : Tanggapan Responden Terhadap Lokasi.

Tanggapan Responden	Jumlah	Prosentase (%)
Sangat Strategis	-	-
Strategis	55	55
Tidak Strategis	45	45
Sangat Tidak Strategis	-	-
Total	100	100

Sumber : Data Primer yang diolah.

Berdasarkan tabel diatas sebagian besar responden menilai bahwa lokasi BPR-BKK strategis, yaitu sebanyak 55 responden atau 55% dari keseluruhan responden. Mereka menilai letak BPR-BKK Ungaran sangat strategis karena dilalui oleh angkutan umum.

5.2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Apabila nilai r hitung $>$ r tabel, maka dinyatakan valid (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1995 : 139). Hal ini diujikan pada daftar pertanyaan (kuesioner) No. 1 sampai dengan 27.

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS 6.0 *for windows* dapat diketahui bahwa keseluruhan pertanyaan yang diajukan oleh peneliti terhadap responden bisa dipakai karena nilai r hitung $>$ dari r tabel.

Adapun perincian dari nilai r hitung adalah sebagai berikut :

Tabel 5.09 :

Perbandingan antara r tabel dan r hitung untuk uji validitas

No.	r hitung	r tabel	Kriteria
1.	0,4992	0,195	Valid
2.	0,5940	0,195	Valid
3.	0,6202	0,195	Valid
4.	0,5402	0,195	Valid
5.	0,6159	0,195	Valid
6.	0,5695	0,195	Valid
7.	0,5862	0,195	Valid
8.	0,4941	0,195	Valid
9.	0,4335	0,195	Valid
10.	0,3730	0,195	Valid
11.	0,2487	0,195	Valid
12.	0,4096	0,195	Valid
13.	0,4820	0,195	Valid
14.	0,6173	0,195	Valid
15.	0,5490	0,195	Valid
16.	0,4335	0,195	Valid
17.	0,4589	0,195	Valid
18.	0,4174	0,195	Valid
19.	0,4821	0,195	Valid
20.	0,5723	0,195	Valid
21.	0,4255	0,195	Valid
22.	0,2410	0,195	Valid
23.	0,2523	0,195	Valid
24.	0,2481	0,195	Valid
25.	0,3140	0,195	Valid
26.	0,5396	0,195	Valid
27.	0,3063	0,195	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Dan dari pengukuran tersebut dapat diketahui bahwa hasil perhitungan tersebut memenuhi syarat reliabilitas, karena nilai α (0,8513) > dari r tabel (0,195) (Burhan Nurgiyantoro, 2000 : 309).

Karena syarat Validitas kuesioner sudah terpenuhi, yaitu bahwa keseluruhan item pertanyaan mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel maka item pertanyaan dapat dikatakan valid. Dan juga karena syarat reliabilitas kuesioner telah terpenuhi, yaitu nilai α (0,8513) lebih besar dari nilai r tabel (0,195) maka dapat dikatakan item pertanyaan reliabel.

Karena kedua syarat tersebut telah terpenuhi maka semua item pertanyaan dapat dikatakan andal dan dapat digunakan sebagai dasar didalam penelitian. (Perhitungan lengkap dapat dilihat pada lampiran 3 dan data yang digunakan dalam perhitungan dapat dilihat pada lampiran 1).

5.3. Analisis Hasil Penelitian Pengaruh Pelayanan, Fasilitas Penunjang dan Lokasi Terhadap Loyalitas Nasabah.

Pada analisis ini digunakan analisis Regresi Berganda :

5.3.1. Analisis Regresi Berganda

Persamaan :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Diketahui dari perhitungan Regresi Berganda, yaitu :

$$Y = 0,212799 + 0,026024X_1 + 0,128006X_2 + 0,075381X_3$$

a = konstanta = nilai mutlak Y (Loyalitas) apabila X_1 (Pelayanan), X_2 (Fasilitas Penunjang) dan X_3 (Lokasi) = nol

Jadi apabila X_1 (Pelayanan), X_2 (Fasilitas Penunjang) dan X_3 (Lokasi) = nol maka nilai $Y = a = 0,212799$.

Artinya bahwa setiap ada peningkatan pelayanan, Fasilitas Penunjang, dan Lokasi akan mengakibatkan peningkatan Loyalitas. Interpretasi dari persamaan Regresi adalah sebagai berikut :

1. $b_1 = 0,026024$ adalah slope antara X_1 (Pelayanan) dan Y (Loyalitas) berarti jika pelayanan yang diterapkan semakin sesuai dengan keinginan nasabah maka loyalitas akan meningkat sebesar $0,026024$ dengan menganggap variabel yang lain adalah tetap.
2. $b_2 = 0,128006$ adalah slope antara X_2 (Fasilitas Penunjang) dan Y (Loyalitas) berarti jika Fasilitas Penunjang yang disediakan semakin sesuai dengan keinginan nasabah maka loyalitas akan meningkat sebesar $0,128006$ dengan menganggap bahwa variabel lain adalah tetap.
3. $b_3 = 0,075381$ adalah slope antara X_3 (Lokasi) dan Y (Loyalitas) berarti jika Lokasi yang ada semakin strategis maka loyalitas akan meningkat sebesar $0,075381$ dengan menganggap variabel lain adalah tetap.

Perhitungan lengkap dapat dilihat pada lampiran 4 .

5.3.2. Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) adalah sebesar $59,784\%$, maka dapat dikatakan bahwa variabel X_1 (Pelayanan), X_2 (Fasilitas Penunjang) dan X_3

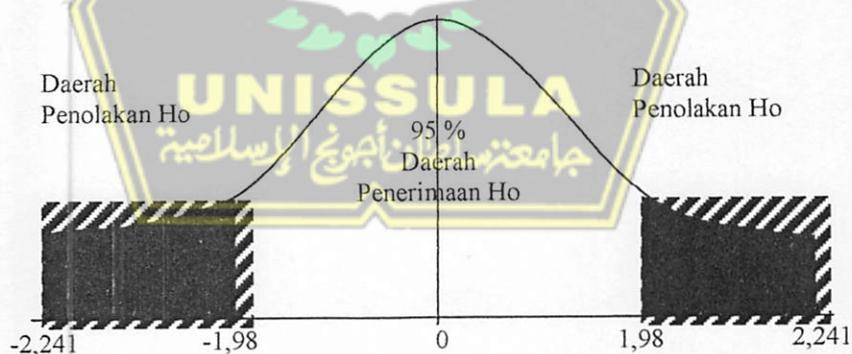
(Lokasi) secara bersama – sama memiliki pengaruh terhadap variabel Y (Loyalitas) sebesar 59,784 % sedangkan sisanya sebesar 40,216 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk di dalam penelitian di atas.

5.3.3. Uji t tes

Uji t antara X_1 (Pelayanan) dan Y (Loyalitas)

Dari hasil analisis uji t pada tingkat signifikan 0,05 dengan menggunakan program komputer SPSS 6.0 *for windows*, dapat diketahui bahwa t hitung adalah sebesar 2,241 dengan tingkat signifikan 0,0274. Dengan demikian dapat dilihat bahwa t hitung (2,241) > t tabel (1,98) dan tingkat signifikan t hitung (0,0274) < t tabel (0,05) maka dapat dikatakan signifikan (perhitungan lengkap dapat dilihat pada lampiran 4).

Jadi terdapat pengaruh antara X_1 (Pelayanan) dan Y (Loyalitas) dengan menganggap variabel bebas lainnya adalah tetap.



Gambar 5.01 : Kurva uji t antara X_1 (pelayanan) terhadap Y (loyalitas)

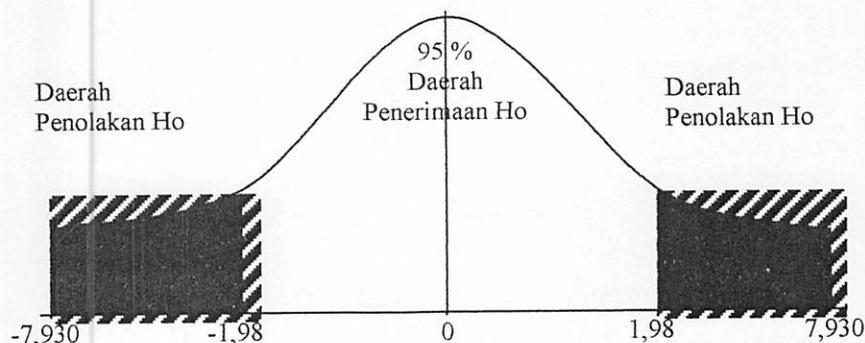
Responden (Nasabah) mempunyai keinginan atas jasa yang diberikan bank, yaitu pelayanan yang baik kepada nasabahnya. Disini terlihat jelas

bahwa jasa pelayanan yang diberikan karyawan / karyawan BPR-BKK merupakan faktor yang mempengaruhi loyalitas nasabah. Jika sikap dan perilaku karyawan / karyawan BPR-BKK sopan, ramah dan sesuai dengan keinginan nasabah, maka loyalitas akan meningkat. Begitu pula jika produk BPR-BKK memberikan kemudahan-kemudahan dalam bertransaksi (misalnya : kemudahan pemindah bukuan bunga deposito ke tamades dan adanya kemudahan didalam pengambilan tabungan atau deposito sewaktu-waktu), tingkat bunga yang ditawarkan menarik dan adanya kecepatan serta ketepatan didalam didalam pelayanan maka loyalitas nasabah akan meningkat. Dalam hal ini nasabah memiliki persepsi yang baik terhadap jasa pelayanan yang diberikan oleh BPR-BKK yaitu perilaku dan sikap karyawan / karyawan BPR-BKK yang sopan dan ramah, produk yang memberikan kemudahan-kemudahan, tingkat bunga yang menarik serta pelayanan yang cepat dan tepat. Pelayanan yang baik akan menimbulkan rasa puas nasabah dan akan meningkatkan loyalitas nasabah.

Uji t antara X_2 (Fasilitas Penunjang) dan Y (Loyalitas)

Dari hasil analisis uji t pada tingkat signifikan 0,05 dengan menggunakan program komputer SPSS 6.0 *for windows*, dapat diketahui bahwa t hitung adalah sebesar 7,930 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan demikian dapat dilihat bahwa t hitung (7,930) > t tabel (1,98) dan tingkat signifikan t hitung (0,000) < t tabel (0,05) maka dapat dikatakan sangat signifikan (perhitungan lengkap dapat dilihat pada lampiran 4).

Jadi terdapat pengaruh antara X_2 (Fasilitas Penunjang) dan Y (loyalitas nasabah) dengan menganggap variabel bebas lainnya adalah tetap.



Gambar 5.02 : Kurva uji t Antara X_2 (fasilitas penunjang) terhadap Y (loyalitas)

Fasilitas penunjang seperti manajemen bank , tata ruang, teknologi, fasilitas parkir dan keamanan mampu memberikan persepsi yang baik bagi nasabah. Semakin baik manajemen bank seperti jajaran komisaris yang dapat dipercaya, tim pengelola manajemen yang bagus, struktur pengelolaan manajemen yang bagus serta permodalan yang kuat akan meningkatkan kepercayaan nasabah terhadap bank dan akan meningkatkan loyalitas. Keamanan baik dalam hal penyimpanan dana maupun keamanan disekitar lokasi bank sedikit banyak berpengaruh terhadap nasabah didalam melakukan transaksi. Semakin aman daerah sekitar bank dan terjaminnya keamanan penyimpanan dana maka nasabah akan merasa tenang dan kemudian akan timbul rasa percaya sehingga akan meningkatkan loyalitas. Meciptakan lingkungan bank yang menyenangkan dapat membentuk persepsi yang baik bagi nasabah terutama dalam penataan tata ruang bank.

Dengan lingkungan yang bersih, rapi dan nyaman dapat mengurangi rasa jenuh nasabah pada saat masa tunggu transaksi.

Uji t antara X3 dan Y

Dari hasil analisis uji t pada tingkat signifikan 0,05 dengan menggunakan program komputer SPSS 6.0 *for windows*, dapat diketahui bahwa t hitung adalah sebesar 2,273 dengan tingkat signifikan 0,0253. Dengan demikian dapat diketahui bahwa t hitung ($2,273$) > t tabel (1,98) dan tingkat signifikan t hitung ($0,0253$) < t tabel ($0,05$) maka dapat dikatakan signifikan (perhitungan lengkap dapat dilihat pada lampiran 4).

Jadi terdapat pengaruh antara X_3 (Lokasi) dan Y (Loyalitas) dengan mengangap variabel bebas lainnya adalah tetap.



Gambar 5.03 : Kurva uji t Antara X_3 (lokasi) terhadap Y (loyalitas)

Lokasi bank yang mudah dijangkau, terhindar dari kemacetan secara tidak langsung akan memberikan kemudahan pada nasabah didalam melakukan transaksi. Dengan lokasi yang mudah dijangkau dan terhindar dari kemacetan, maka nasabah akan lebih cepat untuk sampai ke lokasi bank dan menghemat waktu didalam melakukan transaksi.

5.3.4. Uji F test

Uji F antara X_1 (Pelayanan), X_2 (Fasilitas Penunjang) dan X_3 (Lokasi) secara bersama – sama terhadap Y (Loyalitas).

Dari hasil analisis dengan menggunakan program komputer SPSS 6.0 for windows, dapat diketahui bahwa F hitung ($47,57108$) $>$ F tabel ($2,68$) dan tingkat signifikan F hitung ($0,0000$) $<$ F tabel ($0,05$) maka dapat dikatakan signifikan.

Jadi terdapat pengaruh antara X_1 (Pelayanan), X_2 (Fasilitas Penunjang) dan X_3 (Lokasi) secara bersama – sama terhadap Y (Loyalitas).



Gambar 5.04 : Uji F dengan interval keyakinan 95 % dan tingkat kesalahan 5 %.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dengan responden nasabah BPR-BKK Ungaran yang berjumlah 100 orang responden dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Adanya pengaruh yang bersifat signifikan antara pelayanan, Fasilitas penunjang dan lokasi terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan regresi berganda dengan uji hipotesa (uji F) pada tingkat kebebasan $(n - k - 1) = 100 - 3 - 1 = 96$ dan tingkat signifikan 0,05 diperoleh F hitung sebesar 47,57108 dengan tingkat signifikan 0,0000. Ini berarti bahwa F hitung $(47,57108) > F$ tabel $(2,68)$.
2. Ada pengaruh yang signifikan antara tanggapan responden mengenai pengaruh antara pelayanan terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji regresi parsial (uji t) pada tingkat signifikan 0,05 diperoleh t hitung sebesar 2,241 dengan tingkat signifikan 0,0274. Artinya bahwa t hitung $(2,241) > t$ tabel $(1,98)$.
3. Ada pengaruh yang sangat signifikan antara tanggapan responden mengenai pengaruh antara fasilitas penunjang terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji regresi

parsial (uji t) pada tingkat signifikan 0,05 diperoleh t hitung sebesar 7,930 dengan tingkat signifikan 0,0000. Artinya bahwa t hitung ($7,930 > t \text{ tabel } (1,98)$).

4. Ada pengaruh yang signifikan antara tanggapan responden mengenai pengaruh antara lokasi terhadap loyalitas nasabah BPR-BKK Ungaran. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji regresi parsial (uji t) pada tingkat signifikan 0,05 diperoleh t hitung sebesar 2,273 dengan tingkat signifikan 0,0253. Artinya bahwa t hitung ($2,273 > t \text{ tabel } (1,98)$).

6.2. Saran

Berdasarkan analisis hasil penelitian, peneliti ingin memberikan saran-saran kepada BPR-BKK, dimana saran-saran tersebut diharapkan dapat menjadi pertimbangan, ide bagi BPR-BKK dalam mengembangkan strategi pemasarannya. Adapun saran-saran tersebut adalah :

- a. BPR-BKK hendaknya dapat terus meningkatkan kualitas pelayanannya secara berkesinambungan dimana peningkatan kualitas pelayanan ini harus didukung dengan peningkatan kualitas sumber daya manusianya. Mengingat industri perbankan adalah industri jasa dimana konsumen lebih sering melakukan kontak dengan sumber daya manusianya. Selain itu pemberian pelayanan didalam industri jasa tidak ada standar baku, Karyawan

BPR-BKK harus mempunyai inisiatif sendiri dalam memberikan pelayanan. Untuk itu BPR-BKK harus mampu merekrut sumber daya manusia yang mempunyai orientasi pelayanan, peka terhadap perubahan nasabah, mempunyai inisiatif yang tinggi dalam melayani. Selain itu perlu diadakannya pelatihan tentang sikap dan perilaku yang baik didalam melayani nasabah serta kecepatan dan ketepatan didalam melayani nasabah. Peningkatan kualitas sumber daya manusia ini diharapkan dapat memperbaiki keterbatasan-keterbatasan yang ada didalam melayani nasabah.

- b. BPR-BKK hendaknya meningkatkan kemampuannya teknologinya. Seiring dengan perkembangan teknologi pada segala bidang dan perkembangan daya pikir nasabah yang selalu menginginkan segala sesuatu itu mudah untuk didapatkan, maka BPR-BKK harus dapat meningkatkan teknologinya seperti penggunaan program komputerisasi didalam melakukan pelayanan, misalnya didalam pencatatan pada buku tabungan nasabah sehingga akan memberikan kemudahan bagi nasabah didalam melakukan transaksi dan penghematan waktu dan tenaga bagi karyawan / karyawan BPR-BKK didalam memasukkan data nasabah kedalam komputer.

DAFTAR PUSTAKA

- Bloom, Paul, dan Philip Kotler. (1993). Teknik dan Strategi Memasarkan Jasa Profesional. Intermedia. Jakarta.
- Djarwanto, dan Pangestu Subagyo. (1993). Statistik Induktif. BPFE. Jakarta.
- Kotler, Philip. (1997). Manajemen Pemasaran I. Edisi Kelima. Erlangga. Jakarta.
- _____. (1998). Manajemen Pemasaran II. Edisi Kelima. Erlangga. Jakarta.
- Kasmir. (1997). Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Manullang. (1990). Pengantar Ekonomi Perusahaan. Ghalia. Indonesia.
- Mahmoedin, H. (1994). Etika Bisnis Perbankan. Edisi Kesatu. Pustaka Sinar Harapan. Jakarta.
- Mason, Robert, dan Douglas A Lind. (1999). Tehnik Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi. Erlangga. Jakarta.
- Singaribun, Masri, dan Sofyan Effendi. (1991). Metode Penelitian Survei. LP3ES. Jakarta.
- Supranto, J. (1997). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar. Rineka Cipta. Jakarta.
- _____. (1997). Produktivitas dan Manajemen. LSIM. Jakarta.
- _____. (1992). Statistik Teori dan Aplikasi. Jilid Kedua. Erlangga. Jakarta.

KUESIONER

I. IDENTITAS RESPONDEN.

1. Nama :
2. Alamat :

3. Usia :
4. Pekerjaan :
5. Lama menjadi nasabah BPR-BKK :
6. Jenis Produk BPR-BKK yang anda gunakan:
 - a. Tabungan.
 - b. Deposito Berjangka.
 - c. Kredit.

7. Jenis transaksi yang sering dilakukan :
 - a. Setoran Tunai.
 - b. Pengambilan Tunai.
 - c. Pemindah Bukuan.
 - d. Transaksi lain.

II. DAFTAR PERTANYAAN.

Saya telah menjadi nasabah BPR-BKK Ungaran selama lebih dari empat tahun dan saya tetap setia kepada BPR-BKK, karena :

Petunjuk pengisian.

Berilah tanda (X) pada jawaban yang anda anggap tepat, dimana :

- SS : Sangat Setuju.
 S : Setuju.
 TS : Tidak Setuju.
 STS : Sangat Tidak Setuju.

PERTANYAAN	SS	S	TS	STS
A. PELAYANAN.				
1. Sikap dan perilaku karyawan BPR-BKK ramah.				
2. Karyawan BPR-BKK cepat melayani transaksi.				
3. Karyawan BPR-BKK cepat menanggapi keluhan nasabah.				

5. Ruang tunggu yang disediakan BPR-BKK cukup nyaman.
6. Ruangan BPR-BKK bersih.
7. Area yang disediakan untuk parkir luas dan dekat.
8. Parkir mudah.
9. Lokasi parkir aman.
10. Tata ruang BPR-BKK menarik.
11. Teknologi pendukung pelayanan (misal : Komputer) canggih.

C. LOKASI.

1. Kantor BPR-BKK mudah dijangkau.
2. Lokasi BPR-BKK dekat dengan pusat aktivitas masyarakat.
3. Lokasi BPR-BKK terhindar dari kemacetan.
4. Lokasi BPR-BKK dilalui angkutan umum.

D. LOYALITAS.

1. Anda akan menyarankan orang lain untuk menabung di BPR-BKK.
2. BPR-BKK selalu menjadi pilihan anda dalam menabung.

- | | | | | |
|---|--|--|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 4. Penampilan karyawan dan karyawan BPR-BKK sopan dan rapi. 5. BPR-BKK baik dalam membina dan memelihara hubungan dengan nasabah. 6. BPR-BKK memperhatikan dan membantu kesulitan nasabah. 7. Pelayanan yang diberikan oleh BPR-BKK tepat waktu. 8. Produk-produk BPR-BKK memudahkan nasabah dalam berurusan dengan keuangan misalnya pemindah bukuan bunga deposito ke TAMADES. 9. Suku bunga BPR-BKK menarik. 10. Biaya administrasi di BPR-BKK rendah. | | | | |
|---|--|--|--|--|

B. FASILITAS PENUNJANG.

- | | | | | |
|---|--|--|--|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Jajaran Komisaris BPR-BKK dapat dipercaya. 2. Tim pengelola manajemen BPR-BKK bagus. 3. Struktur pengelolaan manajemen BPR-BKK bagus. 4. Permodalan BPR-BKK kuat. | | | | |
|---|--|--|--|--|

LAMPIRAN 1



TABULASI DATA HASIL PENELITIAN

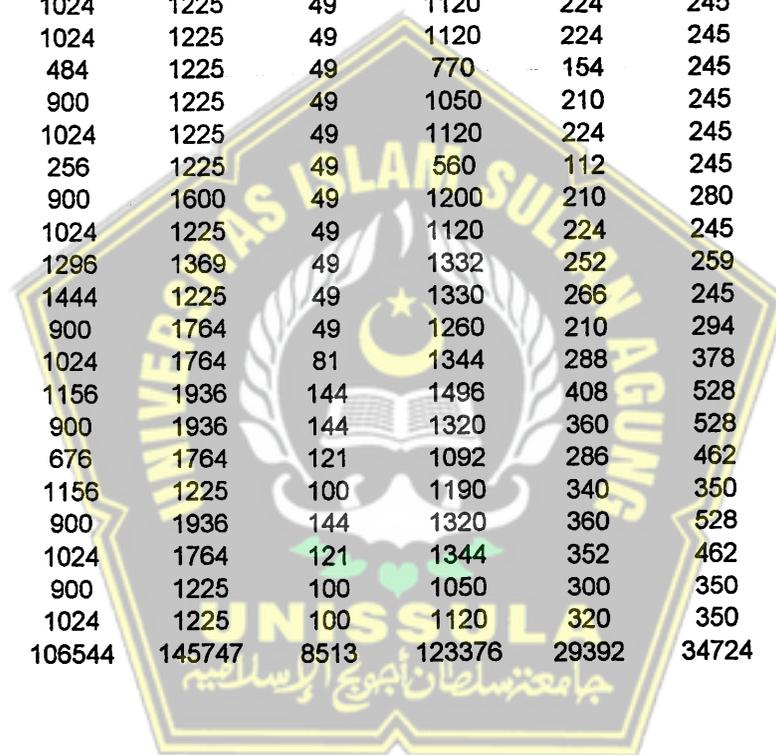
No.	PERTANYAAN										Jml	PERTANYAAN										Jml	Σ									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10			1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	2	2	2	3	2	2	2	2	1	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42	3	2	3	2	3	2	10	4	4	8	
2	4	2	2	2	2	3	2	2	3	24	4	2	3	4	4	2	4	4	4	3	37	2	3	3	2	2	10	4	2	6	77	
3	2	4	2	2	4	3	3	4	4	32	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	40	4	2	2	2	2	10	1	4	5	87	
4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	32	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	40	2	3	2	3	2	3	10	4	3	7	89
5	2	2	2	4	2	2	2	2	3	24	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	37	4	2	2	2	2	10	3	4	7	78	
6	2	3	3	3	2	3	2	2	4	26	4	2	3	2	2	4	4	3	3	2	29	2	2	3	4	11	3	3	6	72		
7	1	1	1	2	2	1	3	1	3	18	3	3	3	2	2	4	4	3	3	3	33	3	3	2	3	3	11	3	3	6	68	
8	3	1	3	1	3	3	3	3	3	26	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	33	3	2	3	3	3	11	3	3	6	76	
9	2	1	1	1	2	2	2	1	2	16	4	3	3	4	2	3	3	4	2	2	33	4	2	3	2	4	11	2	4	6	66	
10	3	2	2	3	2	2	2	2	4	26	3	3	4	3	2	4	2	4	4	2	33	4	2	2	2	10	2	4	6	75		
11	2	2	2	2	3	3	3	3	3	26	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	35	3	2	2	3	10	3	3	6	77		
12	3	2	2	2	2	3	3	3	3	26	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	40	2	2	3	3	10	4	3	7	83		
13	3	2	2	2	2	2	4	4	4	26	3	4	3	2	2	4	4	4	3	3	35	1	2	3	3	9	3	4	7	77		
14	3	3	4	4	4	4	4	4	4	36	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37	2	2	2	3	9	3	3	6	88		
15	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38	2	3	2	3	2	3	4	4	4	4	35	2	2	3	2	9	4	4	8	90		
16	3	4	4	4	4	4	4	4	3	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42	2	2	2	3	9	4	4	8	95		
17	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42	1	2	3	4	10	4	3	7	97		
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	3	3	1	3	10	4	4	8	102		
19	4	4	4	4	4	3	4	4	3	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	3	1	3	3	10	4	4	8	98		
20	3	3	2	3	4	4	4	4	2	32	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	42	3	2	2	3	10	4	3	7	91		
21	3	3	4	3	3	4	4	3	3	32	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	35	1	1	2	3	7	3	3	6	80		
22	4	4	3	2	2	4	4	2	4	32	4	4	4	2	2	2	3	4	4	4	35	4	1	1	1	7	2	4	6	80		
23	3	4	4	2	3	3	3	3	4	32	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	35	2	2	2	1	7	3	3	6	80		
24	3	3	3	3	3	2	3	4	3	30	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	35	3	2	1	1	7	3	3	6	78		
25	4	3	2	2	3	4	4	3	3	32	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	35	2	1	2	1	7	4	2	6	80		
26	3	3	3	3	3	4	4	3	3	32	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	35	3	1	2	1	7	3	3	6	80		
27	4	4	3	2	3	4	4	3	3	32	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	40	3	1	2	2	8	3	3	6	86		
28	4	3	3	2	3	4	3	3	3	32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	35	1	2	3	4	10	2	4	6	83		
29	3	3	4	4	4	4	4	4	3	36	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	37	3	2	2	3	10	3	3	6	89		
30	4	3	4	4	4	4	4	4	3	38	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	35	3	3	2	2	10	4	3	7	90		

66	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	32	3	4	3	3	4	2	3	4	3	2	4	35	2	2	1	2	7	4	2	6	80
67	3	3	2	4	2	4	4	3	4	3	32	3	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	35	1	2	2	2	7	3	3	6	80
68	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	32	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	35	1	2	2	2	7	4	2	6	80
69	4	3	3	2	2	3	3	3	3	4	30	4	4	3	2	3	3	3	3	4	3	3	35	2	2	2	1	7	3	3	6	78
70	4	3	3	2	2	4	3	4	3	4	32	4	3	3	2	2	4	3	3	3	4	4	35	2	2	2	1	7	2	4	6	80
71	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	32	4	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	35	2	2	1	2	7	2	4	6	80
72	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	32	4	4	4	2	4	3	3	4	4	4	4	40	3	3	2	2	10	3	3	6	88
73	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	32	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	35	3	2	2	3	10	3	3	6	83
74	4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	36	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	37	2	3	2	3	10	2	4	6	89
75	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	35	3	3	2	2	10	3	4	7	90
76	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	42	3	2	1	4	10	3	4	7	95
77	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	3	3	2	2	10	4	3	7	99
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	3	1	2	4	10	4	4	8	102
79	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	3	3	2	2	10	3	4	7	97
80	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	32	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	42	2	1	2	2	7	3	4	7	88
81	3	4	3	3	3	2	3	4	4	3	32	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	35	2	2	2	1	7	3	3	6	80
82	4	4	4	3	3	4	4	4	2	2	32	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	35	2	2	2	1	7	2	4	6	80
83	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	22	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35	1	1	3	2	7	3	3	6	70
84	3	2	2	3	3	4	2	4	4	3	30	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	4	35	1	1	1	4	7	3	3	6	78
85	3	3	3	2	3	4	4	3	4	3	32	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	35	1	1	3	2	7	2	4	6	80
86	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	16	3	4	4	2	3	3	3	3	4	3	3	35	1	2	2	2	7	3	3	6	64
87	2	3	3	3	3	2	3	3	4	4	30	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	40	1	2	2	2	7	3	3	6	83
88	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	32	4	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	35	2	2	2	1	7	3	3	6	80
89	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	36	3	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	37	1	2	2	2	7	3	3	6	86
90	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	38	3	3	3	2	4	3	2	4	4	4	3	35	2	2	2	1	7	3	4	7	87
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42	1	2	2	2	7	4	4	6	87
92	3	4	3	2	3	3	4	3	4	3	32	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	42	2	2	2	3	9	4	3	7	90
93	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	3	2	4	3	12	4	4	8	98
94	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	2	2	4	4	12	4	4	8	94
95	2	2	3	4	3	2	2	2	2	4	26	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42	4	2	2	3	11	4	2	6	85
96	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	34	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3	4	35	2	3	3	2	10	3	3	6	85
97	3	3	2	3	2	3	4	3	3	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44	2	2	4	4	12	4	2	6	92
98	4	3	4	2	2	3	4	3	3	4	32	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	42	3	4	2	2	11	4	2	6	91
99	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	30	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	3	35	3	2	2	3	10	3	3	6	81
100	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	35	3	2	2	3	10	4	2	6	83

No.	x1	x2	x3	y	x1.x1	x2.x2	x3.x3	x1.x2	x1.x3	x2.x3	x1.y	x2.y	x3.y
1	20	42	10	8	400	1764	100	840	200	420	160	336	80
2	24	37	10	6	576	1369	100	888	240	370	144	222	60
3	32	40	10	5	1024	1600	100	1280	320	400	160	200	50
4	32	40	10	7	1024	1600	100	1280	320	400	224	280	70
5	24	37	10	7	576	1369	100	888	240	370	168	259	70
6	26	29	11	6	676	841	121	754	286	319	156	174	66
7	18	33	11	6	324	1089	121	594	198	363	108	198	66
8	26	33	11	6	676	1089	121	858	286	363	156	198	66
9	16	33	11	6	256	1089	121	528	176	363	96	198	66
10	26	33	10	6	676	1089	100	858	260	330	156	198	60
11	26	35	10	6	676	1225	100	910	260	350	156	210	60
12	26	40	10	7	676	1600	100	1040	260	400	182	280	70
13	26	35	9	7	676	1225	81	910	234	315	182	245	63
14	36	37	9	6	1296	1369	81	1332	324	333	216	222	54
15	38	35	9	8	1444	1225	81	1330	342	315	304	280	72
16	36	42	9	8	1296	1764	81	1512	324	378	288	336	72
17	38	42	10	7	1444	1764	100	1596	380	420	266	294	70
18	40	44	10	8	1600	1936	100	1760	400	440	320	352	80
19	36	44	10	8	1296	1936	100	1584	360	440	288	352	80
20	32	42	10	7	1024	1764	100	1344	320	420	224	294	70
21	32	35	7	6	1024	1225	49	1120	224	245	192	210	42
22	32	35	7	6	1024	1225	49	1120	224	245	192	210	42
23	32	35	7	6	1024	1225	49	1120	224	245	192	210	42
24	30	35	7	6	900	1225	49	1050	210	245	180	210	42
25	32	35	7	6	1024	1225	49	1120	224	245	192	210	42

26	32	35	7	6	1024	1225	49	1120	224	245	192	210	42
27	32	40	8	6	1024	1600	64	1280	256	320	192	240	48
28	32	35	10	6	1024	1225	100	1120	320	350	192	210	60
29	36	37	10	6	1296	1369	100	1332	360	370	216	222	60
30	38	35	10	7	1444	1225	100	1330	380	350	266	245	70
31	36	42	10	8	1296	1764	100	1512	360	420	288	336	80
32	38	42	12	7	1444	1764	144	1596	456	504	266	294	84
33	40	44	12	8	1600	1936	144	1760	480	528	320	352	96
34	36	44	12	8	1296	1936	144	1584	432	528	288	352	96
35	32	42	8	7	1024	1764	64	1344	256	336	224	294	56
36	32	35	7	6	1024	1225	49	1120	224	245	192	210	42
37	32	35	10	6	1024	1225	100	1120	320	350	192	210	60
38	32	35	10	6	1024	1225	100	1120	320	350	192	210	60
39	30	35	10	6	900	1225	100	1050	300	350	180	210	60
40	32	35	10	6	1024	1225	100	1120	320	350	192	210	60
41	32	35	10	6	1024	1225	100	1120	320	350	192	210	60
42	32	40	8	6	1024	1600	64	1280	256	320	192	240	48
43	32	35	7	6	1024	1225	49	1120	224	245	192	210	42
44	36	37	8	6	1296	1369	64	1332	288	296	216	222	48
45	38	35	10	7	1444	1225	100	1330	380	350	266	245	70
46	36	42	10	8	1296	1764	100	1512	360	420	288	336	80
47	38	42	12	7	1444	1764	144	1596	456	504	266	294	84
48	40	44	12	8	1600	1936	144	1760	480	528	320	352	96
49	36	44	12	8	1296	1936	144	1584	432	528	288	352	96
50	32	42	8	7	1024	1764	64	1344	256	336	224	294	56
51	32	35	7	6	1024	1225	49	1120	224	245	192	210	42

78	40	44	10	8	1600	1936	100	1760	400	440	320	352	80
79	36	44	10	7	1296	1936	100	1584	360	440	252	308	70
80	32	42	7	7	1024	1764	49	1344	224	294	224	294	49
81	32	35	7	6	1024	1225	49	1120	224	245	192	210	42
82	32	35	7	6	1024	1225	49	1120	224	245	192	210	42
83	22	35	7	6	484	1225	49	770	154	245	132	210	42
84	30	35	7	6	900	1225	49	1050	210	245	180	210	42
85	32	35	7	6	1024	1225	49	1120	224	245	192	210	42
86	16	35	7	6	256	1225	49	560	112	245	96	210	42
87	30	40	7	6	900	1600	49	1200	210	280	180	240	42
88	32	35	7	6	1024	1225	49	1120	224	245	192	210	42
89	36	37	7	6	1296	1369	49	1332	252	259	216	222	42
90	38	35	7	7	1444	1225	49	1330	266	245	266	245	49
91	30	42	7	8	900	1764	49	1260	210	294	240	336	56
92	32	42	9	7	1024	1764	81	1344	288	378	224	294	63
93	34	44	12	8	1156	1936	144	1496	408	528	272	352	96
94	30	44	12	8	900	1936	144	1320	360	528	240	352	96
95	26	42	11	6	676	1764	121	1092	286	462	156	252	66
96	34	35	10	6	1156	1225	100	1190	340	350	204	210	60
97	30	44	12	6	900	1936	144	1320	360	528	180	264	72
98	32	42	11	6	1024	1764	121	1344	352	462	192	252	66
99	30	35	10	6	900	1225	100	1050	300	350	180	210	60
100	32	35	10	6	1024	1225	100	1120	320	350	192	210	60
jumlah	3228	3799	907	657	106544	145747	8513	123376	29392	34724	21368	25171	6015



LAMPIRAN 2



No	x1	x2	x3	y
1	Tidak Baik	Sangat Baik	Strategis	Sangat Loyal
2	Tidak Baik	Baik	Strategis	Loyal
3	Baik	Baik	Strategis	Loyal
4	Baik	Baik	Strategis	Loyal
5	Tidak Baik	Baik	Strategis	Loyal
6	Tidak Baik	Tidak Baik	Strategis	Loyal
7	Tidak Baik	Baik	Strategis	Loyal
8	Tidak Baik	Baik	Strategis	Loyal
9	Sangat Tidak Baik	Baik	Strategis	Loyal
10	Tidak Baik	Baik	Strategis	Loyal
11	Tidak Baik	Baik	Strategis	Loyal
12	Tidak Baik	Baik	Strategis	Loyal
13	Tidak Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
14	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
15	Sangat Baik	Baik	Tidak Strategis	Sangat Loyal
16	Baik	Sangat Baik	Tidak Strategis	Sangat Loyal
17	Sangat Baik	Sangat Baik	Strategis	Loyal
18	Sangat Baik	Sangat Baik	Strategis	Sangat Loyal
19	Baik	Sangat Baik	Strategis	Sangat Loyal
20	Baik	Sangat Baik	Strategis	Loyal
21	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
22	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
23	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
24	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
25	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
26	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
27	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
28	Baik	Baik	Strategis	Loyal
29	Baik	Baik	Strategis	Loyal
30	Sangat Baik	Baik	Strategis	Loyal
31	Baik	Baik	Strategis	Sangat Loyal
32	Sangat Baik	Sangat Baik	Strategis	Loyal
33	Sangat Baik	Sangat Baik	Strategis	Sangat Loyal
34	Baik	Sangat Baik	Strategis	Sangat Loyal
35	Baik	Sangat Baik	Tidak Strategis	Loyal
36	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
37	Baik	Baik	Strategis	Loyal
38	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
39	Baik	Baik	Strategis	Loyal
40	Baik	Baik	Strategis	Loyal
41	Baik	Baik	Strategis	Loyal
42	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
43	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
44	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
45	Sangat Baik	Baik	Strategis	Loyal
46	Baik	Sangat Baik	Strategis	Sangat Loyal
47	Sangat Baik	Sangat Baik	Strategis	Loyal
48	Sangat Baik	Sangat Baik	Strategis	Sangat Loyal
49	Baik	Sangat Baik	Strategis	Sangat Loyal
50	Baik	Sangat Baik	Tidak Strategis	Loyal
51	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
52	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
53	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal

54	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
55	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
56	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
57	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
58	Baik	Baik	Strategis	Loyal
59	Baik	Baik	Strategis	Loyal
60	Sangat Baik	Baik	Strategis	Loyal
61	Baik	Sangat Baik	Strategis	Sangat Loyal
62	Sangat Baik	Sangat Baik	Strategis	Loyal
63	Sangat Baik	Sangat Baik	Strategis	Sangat Loyal
64	Baik	Sangat Baik	Strategis	Sangat Loyal
65	Baik	Sangat Baik	Tidak Strategis	Loyal
66	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
67	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
68	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
69	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
70	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
71	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
72	Baik	Baik	Strategis	Loyal
73	Baik	Baik	Strategis	Loyal
74	Baik	Baik	Strategis	Loyal
75	Sangat Baik	Baik	Strategis	Loyal
76	Baik	Sangat Baik	Strategis	Loyal
77	Sangat Baik	Sangat Baik	Strategis	Loyal
78	Sangat Baik	Sangat Baik	Strategis	Sangat Loyal
79	Baik	Sangat Baik	Strategis	Loyal
80	Baik	Sangat Baik	Tidak Strategis	Loyal
81	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
82	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
83	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
84	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
85	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
86	Sangat Tidak Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
87	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
88	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
89	Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
90	Sangat Baik	Baik	Tidak Strategis	Loyal
91	Baik	Sangat Baik	Tidak Strategis	Sangat Loyal
92	Baik	Sangat Baik	Tidak Strategis	Loyal
93	Baik	Sangat Baik	Strategis	Sangat Loyal
94	Baik	Sangat Baik	Strategis	Sangat Loyal
95	Tidak Baik	Sangat Baik	Strategis	Loyal
96	Baik	Baik	Strategis	Loyal
97	Baik	Sangat Baik	Strategis	Loyal
98	Baik	Sangat Baik	Strategis	Loyal
99	Baik	Baik	Strategis	Loyal
100	Baik	Baik	Strategis	Loyal

LAMPIRAN 3



R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Correlation Matrix

	VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005
VAR00001	1,0000				
VAR00002	,5220	1,0000			
VAR00003	,5107	,6959	1,0000		
VAR00004	,2059	,4395	,5315	1,0000	
VAR00005	,1507	,4419	,5265	,5502	1,0000
VAR00006	,5368	,4690	,4977	,3702	,4111
VAR00007	,3043	,4396	,4088	,4029	,4414
VAR00008	,3308	,3608	,3329	,2608	,4358
VAR00009	,2995	,3160	,1992	,1666	,2901
VAR00010	,2947	,1869	,2763	,0942	,0385
VAR00011	,1810	,1415	-,0891	-,1276	-,1687
VAR00012	,1086	,2989	,1180	,0499	,1098
VAR00013	,0286	,1664	,1252	,0753	,1390
VAR00014	,1198	,2734	,2249	,3801	,3566
VAR00015	,1463	,2561	,1650	,2469	,4305
VAR00016	,0925	,1547	,1423	,1521	,0967
VAR00017	-,0049	,1778	,1788	,2329	,2113
VAR00018	,1414	-,0082	,1341	,0894	,1443
VAR00019	,2020	,1865	,1645	,1380	,1543
VAR00020	,2994	,2286	,3161	,2170	,1176
VAR00021	,3006	,2261	,1799	,0824	,2167
VAR00022	,0210	-,0145	,1117	,0396	,1750
VAR00023	,1474	,0490	,1836	,1621	,1441
VAR00024	-,0079	-,0592	,0427	-,0522	,0578
VAR00025	-,1052	-,1340	-,0413	,1072	,1828
VAR00026	,2163	,2022	,2453	,2446	,2777
VAR00027	,1067	,0864	,1236	,1644	,1977
VAR_JML	,4992	,5940	,6202	,5402	,6159

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Correlation Matrix

	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010
VAR00006	1,0000				
VAR00007	,4697	1,0000			
VAR00008	,4251	,4690	1,0000		
VAR00009	,3765	,3845	,4371	1,0000	
VAR00010	,1076	,0961	,2878	,3082	1,0000
VAR00011	,0372	-,0255	-,0624	,0412	,2596
VAR00012	,0759	,1516	,2391	,2495	,1225
VAR00013	,0262	,0831	-,0254	,0170	,2067
VAR00014	,2398	,2440	,1951	,1346	,1369
VAR00015	,2225	,2523	,1986	,1264	,0688
VAR00016	,1888	,1282	-,0032	,1228	-,0533
VAR00017	,0713	,2916	,0035	-,0065	,0303
VAR00018	,0836	,1254	,1664	,0462	,0408
VAR00019	,2247	,2598	,1801	,1628	,0991
VAR00020	,2856	,2288	,2362	,2001	,3231
VAR00021	,1346	,1675	,2191	,1700	,2975
VAR00022	,0231	-,0713	-,0256	-,0098	,1925
VAR00023	,0625	,1244	,0691	,0731	,1558
VAR00024	-,0066	,0254	-,0967	-,0474	,0152
VAR00025	,0743	,1498	,1193	,0237	,1307
VAR00026	,0983	,2672	,0916	,0686	,0728
VAR00027	,2890	,0248	,1295	,2358	-,0143
VAR_JML	,5695	,5682	,4941	,4335	,3730

	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015
VAR00011	1,0000				
VAR00012	,2136	1,0000			
VAR00013	,4147	,4928	1,0000		
VAR00014	,1676	,2592	,3913	1,0000	
VAR00015	,1327	,1452	,2594	,4400	1,0000
VAR00016	,1786	,2910	,2760	,4324	,2271
VAR00017	,1371	,1960	,3032	,4931	,3636
VAR00018	,0823	,1295	,3130	,2287	,2730
VAR00019	,1567	,1850	,2346	,3500	,3812
VAR00020	,1997	,2022	,3565	,2317	,3054
VAR00021	,2952	,1248	,2463	,0464	,2065
VAR00022	-,0193	,0575	,2977	,1481	,0409
VAR00023	-,0831	-,0566	,0596	,1366	,0551
VAR00024	,1855	,0561	,1378	,1726	,1175
VAR00025	,0928	,1140	,1377	,1783	,1993
VAR00026	,1150	,2263	,3477	,4470	,4090
VAR00027	,1119	,1471	,1688	,1196	,0824
VAR_JML	,2487	,4096	,4820	,6173	,5490

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Correlation Matrix

	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020
VAR00016	1,0000				
VAR00017	,2659	1,0000			
VAR00018	,1555	,2626	1,0000		
VAR00019	,1521	,1865	,3216	1,0000	
VAR00020	,1975	,1581	,3444	,5330	1,0000
VAR00021	,0961	,0246	,1931	,0439	,3125
VAR00022	,1115	,0400	,2168	-,0643	,1327
VAR00023	,0401	,0863	,0130	,1195	,1387
VAR00024	,2158	,2511	,1476	,1418	,1142
VAR00025	,2187	,2835	,2570	,1792	,1574
VAR00026	,2622	,5057	,3673	,4037	,3477
VAR00027	,2691	-,0343	,1181	,1076	,1688
VAR_JML	,4335	,4589	,4174	,4821	,5723

	VAR00021	VAR00022	VAR00023	VAR00024	VAR00025
VAR00021	1,0000				
VAR00022	,1492	1,0000			
VAR00023	,1879	,2142	1,0000		
VAR00024	,1265	-,0502	,0403	1,0000	
VAR00025	,1455	-,0867	-,1322	,2396	1,0000
VAR00026	,1087	,0281	,1900	,2224	,2600
VAR00027	,2318	,1275	-,0634	,1737	,0869
VAR_JML	,4255	,2410	,2523	,2481	,3140

	VAR00026	VAR00027	VAR_JML
VAR00026	1,0000		
VAR00027	-,3115	1,0000	
VAR_JML	,5396	,3063	1,0000

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 100,0

N of Items = 27

Alpha = ,8513

LAMPIRAN 4



	X1	X2	X3	Y
1	20,00	42,00	10,00	8,00
2	24,00	37,00	10,00	6,00
3	32,00	40,00	10,00	7,00
4	32,00	40,00	10,00	7,00
5	26,00	37,00	10,00	7,00
6	26,00	29,00	11,00	6,00
7	18,00	33,00	11,00	6,00
8	26,00	33,00	11,00	6,00
9	16,00	33,00	11,00	6,00
10	26,00	33,00	10,00	6,00
11	26,00	35,00	10,00	6,00
12	26,00	40,00	10,00	7,00
13	26,00	35,00	9,00	7,00
14	36,00	37,00	9,00	6,00
15	38,00	35,00	9,00	8,00
16	36,00	42,00	9,00	8,00
17	38,00	42,00	10,00	7,00
18	40,00	44,00	10,00	8,00
19	36,00	44,00	10,00	8,00
20	32,00	42,00	10,00	7,00
21	32,00	35,00	7,00	6,00
22	32,00	35,00	7,00	6,00
23	32,00	35,00	7,00	6,00
24	30,00	35,00	7,00	6,00
25	32,00	35,00	7,00	6,00
26	32,00	35,00	7,00	6,00
27	32,00	40,00	8,00	6,00
28	32,00	35,00	10,00	6,00
29	36,00	37,00	10,00	6,00
30	38,00	35,00	10,00	7,00
31	36,00	42,00	10,00	8,00
32	38,00	42,00	12,00	7,00
33	40,00	44,00	12,00	8,00
34	36,00	44,00	12,00	8,00
35	32,00	42,00	8,00	7,00
36	32,00	35,00	7,00	6,00
37	32,00	35,00	10,00	6,00
38	32,00	35,00	10,00	6,00
39	30,00	35,00	10,00	6,00
40	32,00	35,00	10,00	6,00
41	32,00	35,00	10,00	6,00
42	32,00	40,00	8,00	6,00
43	32,00	35,00	7,00	6,00
44	36,00	37,00	8,00	6,00
45	38,00	35,00	10,00	7,00
46	36,00	42,00	10,00	8,00
47	38,00	42,00	12,00	7,00
48	40,00	44,00	12,00	8,00
49	36,00	44,00	12,00	8,00
50	32,00	42,00	8,00	7,00
51	32,00	35,00	7,00	6,00

	X1	X2	X3	Y
52	32,00	35,00	7,00	6,00
53	32,00	35,00	7,00	6,00
54	30,00	35,00	7,00	6,00
55	32,00	35,00	7,00	6,00
56	32,00	35,00	7,00	6,00
57	32,00	40,00	7,00	6,00
58	32,00	35,00	10,00	6,00
59	36,00	37,00	10,00	6,00
60	38,00	35,00	10,00	7,00
61	36,00	42,00	10,00	8,00
62	38,00	42,00	10,00	7,00
63	40,00	44,00	10,00	8,00
64	36,00	44,00	10,00	8,00
65	32,00	42,00	7,00	7,00
66	32,00	35,00	7,00	6,00
67	32,00	35,00	7,00	6,00
68	32,00	35,00	7,00	6,00
69	30,00	35,00	7,00	6,00
70	32,00	35,00	7,00	6,00
71	32,00	35,00	7,00	6,00
72	32,00	40,00	10,00	6,00
73	32,00	35,00	10,00	6,00
74	36,00	37,00	10,00	6,00
75	38,00	35,00	10,00	7,00
76	36,00	42,00	10,00	7,00
77	38,00	42,00	10,00	7,00
78	40,00	44,00	10,00	8,00
79	36,00	44,00	10,00	8,00
80	32,00	42,00	7,00	7,00
81	32,00	35,00	7,00	6,00
82	32,00	35,00	7,00	6,00
83	22,00	35,00	7,00	6,00
84	30,00	35,00	7,00	6,00
85	32,00	35,00	7,00	6,00
86	16,00	35,00	7,00	6,00
87	30,00	40,00	7,00	6,00
88	32,00	35,00	7,00	6,00
89	36,00	37,00	7,00	6,00
90	38,00	35,00	7,00	7,00
91	30,00	42,00	7,00	8,00
92	32,00	42,00	9,00	7,00
93	34,00	44,00	12,00	8,00
94	30,00	44,00	12,00	8,00
95	26,00	42,00	11,00	6,00
96	34,00	35,00	10,00	6,00
97	30,00	44,00	12,00	6,00
98	32,00	42,00	11,00	6,00
99	30,00	35,00	10,00	6,00
100	32,00	35,00	10,00	6,00

Number of cases read: 100

Number of cases listed: 100

* * * * M U L T I P L E R E G R E S S I O N * * * *

Listwise Deletion of Missing Data

Equation Number 1 Dependent Variable.. Y Loyalitas

Block Number 1. Method: Enter X1 X2 X3

Variable(s) Entered on Step Number

1.. X3 Lokasi
 2.. X1 Pelayanan
 3.. X2 Fasilitas Penunjang

Multiple R ,77320
 R Square ,59784
 Adjusted R Square ,58528
 Standard Error ,50963

Analysis of Variance

	DF	Sum of Squares	Mean Square
Regression	3	37,06632	12,35544
Residual	96	24,93368	,25973

F = 47,57108 Signif F = ,0000

----- Variables in the Equation -----

Variable	B	SE B	Beta	T	Sig T
X1	,026024	,011614	,159019	2,241	,0274
X2	,128006	,016143	,613245	7,930	,0000
X3	,075381	,033167	,162045	2,273	,0253
(Constant)	,212799	,540208		,394	,6945

End Block Number 1 All requested variables entered.

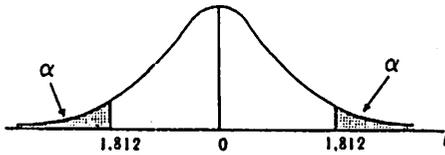
LAMPIRAN 5



Tabel V
 Nilai $F_{0.05}$
 Degrees of Freedom for Numerator

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	12	15	20	24	30	40	60	120	∞
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	244	246	248	249	250	251	252	253	254
2	18.5	19.0	19.2	19.2	19.3	19.3	19.4	19.4	19.4	19.4	19.4	19.4	19.4	19.5	19.5	19.5	19.5	19.5	19.5
3	10.1	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85	8.81	8.79	8.74	8.70	8.66	8.64	8.62	8.59	8.57	8.55	8.53
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	6.00	5.96	5.91	5.86	5.80	5.77	5.75	5.72	5.69	5.66	5.63
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	4.77	4.74	4.68	4.62	4.56	4.53	4.50	4.46	4.43	4.40	4.37
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.10	4.06	4.00	3.94	3.87	3.84	3.81	3.77	3.74	3.70	3.67
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	3.68	3.64	3.57	3.51	3.44	3.41	3.38	3.34	3.30	3.27	3.23
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.39	3.35	3.28	3.22	3.15	3.12	3.08	3.04	3.01	2.97	2.93
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.18	3.14	3.07	3.01	2.94	2.90	2.86	2.83	2.79	2.75	2.71
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.02	2.98	2.91	2.85	2.77	2.74	2.70	2.66	2.62	2.58	2.54
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	2.90	2.85	2.79	2.72	2.65	2.61	2.57	2.53	2.49	2.45	2.40
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.80	2.75	2.69	2.62	2.54	2.51	2.47	2.43	2.38	2.34	2.30
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.71	2.67	2.60	2.53	2.46	2.42	2.38	2.34	2.30	2.25	2.21
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.65	2.60	2.53	2.46	2.39	2.35	2.31	2.27	2.22	2.18	2.13
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.59	2.54	2.48	2.40	2.33	2.29	2.25	2.20	2.16	2.11	2.07
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.54	2.49	2.42	2.35	2.28	2.24	2.19	2.15	2.11	2.06	2.01
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.49	2.45	2.38	2.31	2.23	2.19	2.15	2.10	2.06	2.01	1.96
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.46	2.41	2.34	2.27	2.19	2.15	2.11	2.06	2.02	1.97	1.92
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.42	2.38	2.31	2.23	2.16	2.11	2.07	2.03	1.98	1.93	1.88
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.39	2.35	2.28	2.20	2.12	2.08	2.04	1.99	1.95	1.90	1.84
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.37	2.32	2.25	2.18	2.10	2.05	2.01	1.96	1.92	1.87	1.81
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.34	2.30	2.23	2.15	2.07	2.03	1.98	1.94	1.89	1.84	1.78
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.32	2.27	2.20	2.13	2.05	2.01	1.96	1.91	1.86	1.81	1.76
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.30	2.25	2.18	2.11	2.03	1.98	1.94	1.89	1.84	1.79	1.73
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.28	2.24	2.16	2.09	2.01	1.96	1.92	1.87	1.82	1.77	1.71
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.21	2.16	2.09	2.01	1.93	1.89	1.84	1.79	1.74	1.68	1.62
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.12	2.08	2.00	1.92	1.84	1.79	1.74	1.69	1.64	1.58	1.51
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99	1.92	1.84	1.75	1.70	1.65	1.59	1.53	1.47	1.39
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.83	1.75	1.66	1.61	1.55	1.50	1.43	1.35	1.25
∞	3.84	3.00	2.60	2.37	2.21	2.10	2.01	1.94	1.88	1.83	1.75	1.67	1.57	1.52	1.46	1.39	1.32	1.22	1.00

Titik persentasi distribusi t



Bagi d.f. = 10

$P(t > 1,812) = 0,05$

$P(t < -1,812) = 0,05$

d.f. \ α	.25	.20	.15	.10	.05	.025	.01	.005	.0005
1	1,000	1,376	1,963	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	636,619
2	,816	1,061	1,386	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	31,598
3	,765	,978	1,250	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	12,941
4	,741	,941	1,190	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	8,610
5	,727	,920	1,156	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	6,859
6	,718	,906	1,134	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,959
7	,711	,896	1,119	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	5,405
8	,706	,889	1,108	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	5,041
9	,703	,883	1,100	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4,781
10	,700	,879	1,093	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,582
11	,697	,876	1,088	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,437
12	,695	,873	1,083	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	4,318
13	,694	,870	1,079	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	4,221
14	,692	,868	1,076	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	4,140
15	,691	,866	1,074	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	4,073
16	,690	,865	1,071	1,337	1,746	2,120	2,585	2,921	4,015
17	,689	,863	1,069	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,965
18	,688	,862	1,067	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,922
19	,688	,861	1,066	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,883
20	,687	,860	1,064	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,850
21	,686	,859	1,063	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,819
22	,686	,858	1,061	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,792
23	,685	,858	1,060	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,767
24	,685	,857	1,059	1,318	1,711	2,064	2,492	2,397	3,745
25	,684	,856	1,058	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,752
26	,684	,856	1,058	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,707
27	,684	,855	1,057	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,690
28	,683	,855	1,056	1,313	1,701	2,018	2,467	2,763	3,674
29	,683	,854	1,055	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	3,659
30	,683	,854	1,055	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,646
40	,681	,851	1,050	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	3,551
60	,679	,843	1,046	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	3,460
120	,677	,845	1,041	1,289	1,658	1,980	2,358	2,617	3,373
∞	,674	,842	1,036	1,282	1,645	1,960	2,326	2,576	3,291

Sumber: Fisher and Yates: *Statistical Tables for Biological Agricultural and Medical Research*, Tabel III. Izin Penerbit: Oliver and Boyd, Ltd, Edinburg, England.

Lampiran

ANGKA KRITIK NILAI r

Derajat Kebebasan (df)	5%	1%	Derajat Kebebasan (df)	5%	1%
1	.997	1.000	24	.398	.495
2	.950	.990	25	.381	.485
3	.878	.959	26	.374	.478
4	.811	.917	27	.367	.463
5	.754	.874	28	.361	.463
6	.707	.834	29	.355	.456
7	.666	.798	30	.349	.449
8	.632	.765	35	.325	.418
9	.602	.735	40	.304	.393
10	.576	.708	45	.288	.372
11	.553	.684	50	.273	.354
12	.532	.661	60	.250	.325
13	.497	.623	70	.232	.302
14	.497	.623	80	.217	.283
15	.482	.606	90	.205	.267
16	.468	.590	100	.195	.254
17	.456	.575	125	.174	.228
18	.444	.561	150	.159	.208
19	.433	.549	200	.138	.181
20	.423	.537	300	.113	.148
21	.413	.526	400	.098	.128
22	.404	.515	500	.088	.115
23	.396	.505	1000	.062	.081

SUMBER : Fisher dan Yates, "Statistical tables for biological agricultural and medical research", dikutip dari R.P. Kolstoe, *Introduction to Statistic for the Behavioral Sciences*, Homewood, Illinois, Dorsey Press, 1973.