

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN
JASA (PRODUK JASA, TARIF JASA, TEMPAT, PROMOSI,
ORANG, SARANA FISIK, dan PROSES) TERHADAP
KEPUASAN NASABAH TABUNGAN SIMPEDES
(STUDI PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA
UNIT KOTA 2 SUNGAILIAT)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

**NAMA : FEBRY SEFTYANDY
NIM : 302 13 11 029**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2017**

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN
JASA (PRODUK JASA, TARIF JASA, TEMPAT, PROMOSI,
ORANG, SARANA FISIK, dan PROSES) TERHADAP
KEPUASAN NASABAH TABUNGAN SIMPEDES
(STUDI PADA PT. BANK RAKYAT INDONESIA
UNIT KOTA 2 SUNGAILIAT)**

SKRIPSI



Diajukan Oleh:

**NAMA : FEBRY SEFTYANDY
NIM : 302 13 11 029**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2017**



UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG

FAKULTAS EKONOMI

JURUSAN MANAJEMEN

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Febry Seftyandy
NIM : 302 13 11 029
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : “Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Jasa (Produk Jasa, Tarif Jasa, Tempat, Promosi, Orang, Sarana Fisik, dan Proses) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes (Studi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat)”

Pembimbing Utama

Dian Prihardini Wibawa, S.E., M.M.
NIP.198207222014042002

Pembimbing Pendamping

Khairiyansyah, S.E., M.M.
NIP. 197903152012121005

Balunijuk, 13 Maret 2017
Ketua Jurusan Manajemen



M. Tanggung, S.E., M.Si.
NIP. 196306051990031004

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS PENGARUH STRATEGI BAURAN PEMASARAN JASA
(PRODUK JASA, TARIF JASA, TEMPAT, PROMOSI, ORANG,
SARANA FISIK, dan PROSES) TERHADAP KEPUASAN
NASABAH TABUNGAN SIMPEDES (STUDI PADA PT.
BANK RAKYAT INDONESIA UNIT KOTA 2
SUNGAILIAT)**

Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh : Febry Seftyandy
Nomor Induk Mahasiswa : 302 13 11 029

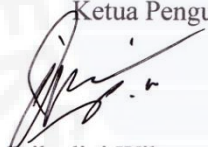
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal 7 April 2017 dan telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima

Tim Penguji:

Ketua Penguji

Anggota

Anggota


Dian Prihadini Wibawa, S.E., M.M. Erwin, S.E., M.M., Ph. D. Echo Perdana Kusuma, B.Sc., M.Sc.
NIP.198207222014042002 NP.506507013 NP. 508410027

Balunjuk, 01 Mei 2017
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Jurusan Manajemen

Dekan


Dr. Reniati, S.E., M.Si.
NP. 507206007

Ketua Jurusan Manajemen


M. Funggung, S.E., M.Si.
NIP.196306051990031004

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Jasa (Produk Jasa, Tarif Jasa, Tempat, Promosi, Orang, Sarana Fisik, dan Proses) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes (Studi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat)” ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diaju dalam naskah ini dan disebut dengan referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Sungailiat, 01 Maret 2017

Penulis


6000
ENAM RIBU RUPIAH
Febry Seftyandy

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- a. “Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”. (Q.S Al-Insyirah: 5-6)
- b. Kesungguhan untuk melakukan suatu hal untuk kedua orang tua dengan penuh keikhlasan akan mendatangkan keselamatan dan kebahagiaan hidup baik dunia maupun akhirat nanti.
- c. Tak ada hal yang sukar, hanya saja perlu kesungguhan yang mendalam untuk sebuah cita-cita dan harapan yang diiringi dengan do’a.
- d. Sebaik-baiknya pencapaian dunia, lebih baik lagi ada keberkahan atas pencapaian tersebut.
- e. Keberhasilan di dunia bukanlah menjadi tujuan akhir dari hidup, melainkan bekal dan jalan menuju kehidupan yang kekal di akhirat nanti.

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan dengan segenap rasa kepada:

1. Ayahanda dan ibunda tercinta, atas semua dukungan, nasihat, *spirit* dan pengorbanan, baik moral ataupun material berserta do’a yang setulus hati yang selalu dipanjatkan kepada Allah S.W.T dan tanpa ada rasa pamrih untuk keberhasilan dan kebaikan penulis.
2. Adikku tersayang Nabila Oktaviona yang selalu memberikan semangat beserta motivasinya kepada penulis agar dengan secepatnya dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Keluarga besar atas semua dukungan, nasihat, dan *spirit* berserta do’a yang setulus hati yang selalu dipanjatkan kepada Allah S.W.T untuk keberhasilan dan kebaikan penulis.
4. Seseorang terkasih yang telah memberikan dukungan, *spirit*, dan nasehat serta do’anya kepada penulis yang tidak bisa penulis sebutkan.
5. Almamaterku tercinta, Universitas Bangka Belitung.

ABSTRACT

Febry Seftyandy. 2017. "Analysis of the Influence of Marketing Mix Strategy (Service Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, and Process) to Savings Simpedes Customer Satisfaction (Study at PT. Bank Rakyat Indonesia Unit 2 Sungailiat City)".

The purposes of this research are to know and analysis the influence of variable Service Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, and Process to Savings Simpedes Customer Satifcation at Bank Rakyat Indonesia Unit 2 Sungailiat City.

This research is descriptive quantitative with total sample as much as 100 respondents, whereas the sampling technique was using Non Probability Sampling's Method with Sampling Insidental technique. The reseach data are secondary and primary data which wew found through observation, interview, questionnaire and study of literature. This analysis method is multiple linear regression method.

The result research has shown that Service Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, and Process have positive influence together with the same regression $Y = 6,657 + 0,185X_1 + 0,745X_2 + 0,462 X_3 + 0,277 X_4 + 0,214X_5 + 0,489X_6 + 0,393X_7$. Based on test (T), variable of Service Produk (X_1) can be found $T_{count} (3,189) > T_{table} (1,9860)$ with significant value as much as 0,002, variable of Price (X_2) can be found $T_{count} (5,259) > T_{table} (1,9860)$ with significant value as much as 0,000, variable of Place (X_3) can be found $T_{count} (3,634) > T_{table} (1,9860)$ with significant value as much as 0,000, variable of Promotion (X_4) can be found $T_{count} (2,977) > T_{table} (1,9860)$ with significant value as much as 0,004, variable of People (X_5) can be found $T_{count} (2,425) > T_{table} (1,9860)$ with significant value as much as 0,017, variable of Physical Evidence (X_6) can be found $T_{count} (6,674) > T_{table} (1,9860)$ with significant value as much as 0,000, and variable of Process (X_7) can be found $T_{count} (3,805) > T_{table} (1,9860)$ with significant value as much as 0,000. So variable of Service Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, and Process have positive influence and significant partially to customer satisfacation. Beside that, test (F) has pointes out that variable of Service Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, and Process has postive influence and simultaneously to customer satisfacation with $F_{count} (25,662) > F_{table} (2,1107)$, the significant is 0,000. The coefficient of determination (R^2) has shown that Adjusted R Square with value 0,636. It means as much as 63,6% variable varians of customer satisfacation can be explained by variable of Service Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, and Process, and the rest is 36,4% which can be explained by other variable out of this research regression model.

Key Word: Marketing Mix, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Febry Seftyandy. 2017. “Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Jasa (Produk Jasa, Tarif Jasa, Tempat, Promosi, Orang, Sarana Fisik, dan Proses) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Startegi Bauran Pemasaran Jasa (Produk Jasa, Tarif Jasa, Tempat, Promosi, Orang, Sarana Fisik, dan Proses) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel 100 responden, sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Non Probability Sampling* yaitu *Sampling Insidental*. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder dan primer yang didapatkan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan. Metode analisis yang digunakan adalah metode regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Produk Jasa, Tarif Jasa, Tempat, Promosi, Orang, Sarana Fisik, dan Proses secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dengan persamaan regresi $Y = 6,657 + 0,185X_1 + 0,745X_2 + 0,462 X_3 + 0,277 X_4 + 0,214X_5 + 0,489X_6 + 0,393X_7$. Berdasarkan uji (T), variabel Produk Jasa (X_1) diperoleh $T_{hitung} (3,189) > t_{tabel} (1,9860)$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,002, variabel Tarif Jasa (X_2) diperoleh $T_{hitung} (5,259) > t_{tabel} (1,9860)$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, variabel Tempat (X_3) diperoleh $T_{hitung} (3,634) > t_{tabel} (1,9860)$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, variabel Promosi (X_4) diperoleh $T_{hitung} (2,977) > t_{tabel} (1,9860)$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,004, variabel Orang (X_5) diperoleh $T_{hitung} (2,425) > t_{tabel} (1,9860)$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,017, variabel Sarana Fisik (X_6) diperoleh $T_{hitung} (6,674) > t_{tabel} (1,9860)$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, dan variabel Proses (X_7) diperoleh $T_{hitung} (3,805) > t_{tabel} (1,9860)$ dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Maka Produk Jasa, Tarif Jasa, Tempat, Promosi, Orang, Sarana Fisik, dan Proses memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Nasabah. Selain itu, uji (F) menunjukkan bahwa Produk Jasa, Tarif Jasa, Tempat, Promosi, Orang, Sarana Fisik, dan Proses memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah dengan $F_{hitung} (25,662) > F_{tabel} (2,1107)$, sedangkan signifikansi adalah 0,000. Hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan *Adjusted R Square* dengan nilai 0,636. Hal ini berarti sebesar 63,6% varians variabel Kepuasan Nasabah dapat dijelaskan oleh variabel Produk Jasa, Tarif Jasa, Tempat, Promosi, Orang, Sarana Fisik, dan Proses, sedangkan sisanya 36,4% dijelaskan oleh variabel lain di luar model regresi penelitian ini.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran Jasa, Kepuasan Nasabah

KATA PENGANTAR



Tiada henti-hentinya puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT. karena berkat rahmat, karunia dan kemudahan-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita, Nabi Muhammad S.A.W, kepada keluarga serta para sahabatnya, hingga kepada umatnya yang sekarang sampai akhir zaman nanti.

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung, yang berjudul “ Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Jasa (Produk Jasa, Tarif Jasa, Tempat, Promosi, Orang, Sarana Fisik, dan Proses) Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpedes (Studi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat)”.

Dalam penyelesaian penelitian ini, tidak terlepas atas bantuan-bantuan dari orang-orang di sekitar penulis yang terus memberikan dukungan, dorongan serta panjatan do'a kepada penulis. Maka dari itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya dari lubuk hati yang terdalam kepada:

1. Dr. Ir. Muh. Yusuf, M.Si selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Dr. Reniati, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
3. Khairiyansyah, S.E., M.M. selaku Wakil Dekan I bidang Akademik Kemahasiswaan dan sekaligus sebagai Pembimbing II yang selalu

membantu dan membimbing penulis dengan sabar dalam menyelesaikan penelitiannya.

4. M. Tanggung, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
5. Dian Prihardini Wibawa, S.E., M.M. sebagai Pembimbing I, yang terus membantu penulisan dalam menyelesaikan penelitiannya dan tidak letih-letihnya memberikan pengarahan kepada penulis dalam melakukan penelitian ini.
6. Erwin, S.E., M.M., Ph. D. selaku Pembimbing Akademik (PA), dari awal kegiatan perkuliahan hingga sampai pada waktu menyelesaikan skripsi ini selalu memberikan dorongan dan motivasi dan bantuan terhadap penulis.
7. Echo Perdana Kusuma B.Sc. M.Sc., selaku Dosen yang turut serta ambil andil dalam membantu memberikan masukan penulis terkait dengan skripsi penulis.
8. Rekan-rekan Dosen dan Staf Pengajar di FE UBB khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis.
9. Pihak PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat dan segenap karyawan/ti yang telah mengizinkan untuk melakukan penelitian ini, sehingga penelitian ini terselesaikan dengan lancar.
10. Ayahanda, Ibunda, adik, dan seluruh keluarga tercinta yang selalu memberikan dorongan, do'a dan terus memberikan semangatnya agar penulis cepat menyelesaikan skripsi ini.

11. Keluarga besar yang selalu memberikan nasehat serta motivasi kepada penulis agar penulis dengan segera menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman seperjuangan angkatan 2013 yang telah memberikan motivasi dan saling mengautkan penulis dari memulai perkuliahan hingga terselesainya penyusunan skripsi ini.
13. Teman-teman KKN angkatan XI 2016 yang telah memberikan motivasi dan dorongan hingga terselesainya penyusunan skripsi ini.
14. Orang terkasih yang selalu memberikan semangat dan dorongan yang menjadi penyemangat agar penulis dapat dengan cepat menyelesaikan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semuanya. Selain itu penulis berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan yang membutuhkan. Penulis sadar bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna karena banyaknya keterbatasan yang dimiliki oleh penulis sebagai manusia. Maka dari itu, penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran dari teman-teman pembaca untuk membangun ilmu pengetahuan yang lebih baik lagi. Penulis juga mohon maaf apabila ada kata-kata dalam penelitian ini yang kurang berkenan di hati pembaca.

Sungailiat, 01 Maret 2017
Penulis

Febry Seftyandy

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR	xxiv
DAFTAR LAMPIRAN	xxv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	13
1.3. Batasan Masalah	14
1.4. Tujuan Penelitian	15
1.5. Manfaat Penelitian	16
1.6. Sistematika Penulisan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1. Landasan Teori	19

2.1.1. Manajemen Pemasaran	19
2.1.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran ...	19
2.1.2. Pemasaran Jasa Finansial	20
2.1.2.1 Pengertian Pemasaran	20
2.1.2.2 Pengertian Pemasaran Jasa	22
2.1.2.3 Tujuan Pemasaran Finansial	24
2.1.2.4 Karakteristik Pemasaran Jasa Finansial.....	25
2.1.2.5 Fungsi Pemasaran Jasa Fianansial	27
2.1.2.6 Sistem Pemasaran Jasa	28
2.1.3. Bank	29
2.1.3.1 Pengertian Bank.....	29
2.1.3.2 Produk Tabungan Bank	30
2.1.3.3 Fungsi Bank	31
2.1.3.4 Peran Bank.....	32
2.1.4. Strategi Pemasaran.....	33
2.1.5. Segmentasi, Targeting, dan Positioning.....	33
2.1.5.1 Segmentasi	33
2.1.5.1.1 Segementasi Dalam Pasar	34
2.1.5.2 Targeting.....	35
2.1.5.3 Positioning	35
2.1.6. Bauran Pemasaran Jasa (<i>Marketing Mix</i>)	36

2.1.6.1	Pengertian Bauran Pemasaran	
	Jasa.....	36
2.1.6.1.1	Produk Jasa (<i>The Service Product</i>)	38
2.1.6.1.2	Tarif Jasa (<i>Price</i>).....	46
2.1.6.1.3	Tempat/Lokasi Pelayanan (Place)	50
2.1.6.1.4	Promosi (<i>Promotion</i>).....	51
2.1.6.1.5	Orang/Partisipan (<i>People</i>).....	54
2.1.6.1.6	Sarana Fisik (<i>Physical Evidence</i>).....	55
2.1.6.1.7	Proses (<i>Process</i>).....	56
2.1.7.	Perilaku Konsumen Jasa	56
2.1.7.1	Pengertian Perilaku Konsumen Jasa/Nasabah.....	56
2.1.8.	Nilai Pelanggan	57
2.1.8.1	Pengertian Nilai Pelanggan	57
2.1.9.	Kepuasan Nasabah (<i>Customer Satisfacation</i>).	
2.1.9.1.	Pengertian Kepuasan Pelanggan/Nasabah.....	58
2.1.9.2.	Strategi Kepuasan Pelanggan/Nasabah.....	60

2.1.9.3. Pengukuran Kepuasan	
Pelanggan/Nasabah.....	63
2.2. Penelitian Terdahulu	64
2.3. Kerangka Pikiran	67
2.3.1. Gambaran Bauran Pemasaran (Produk Jasa, Tarif Jasa, Tempat, Promosi, Orang, Sarana Fisik, Proses) dan Kepuasan Nasabah (<i>Customer Satisfaction</i>)	69
2.3.2. Hubungan Produk Jasa terhadap Kepuasan Nasabah (<i>Customer Satisfaction</i>)	71
2.3.3. Hubungan Tarif Jasa terhadap Kepuasan Nasabah (<i>Customer Satisfaction</i>).....	71
2.3.4. Hubungan Tempat terhadap Kepuasan Nasabah (<i>Customer Satisfaction</i>).....	72
2.3.5. Hubungan Promosi terhadap Kepuasan Nasabah (<i>Customer Satisfaction</i>).....	73
2.3.6. Hubungan Orang terhadap Kepuasan Nasabah (<i>Customer Satisfaction</i>).....	73
2.3.7. Hubungan Sarana Fisik terhadap Kepuasan Nasabah (<i>Customer Satisfaction</i>).....	74
2.3.8. Hubungan Proses terhadap Kepuasan Nasabah (<i>Customer Satisfaction</i>).....	75

2.3.9. Hubungan Bauran Pemasaran Jasa (Produk Jasa, Tarif Jasa, Tempat, Promosi, Orang, dan Sarana Fisik, serta Proses) terhadap Kepuasan Nasabah (<i>Customer Satisfaction</i>)	75
2.4. Hipotesis	77
BAB III METODE PENELITIAN	79
3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian	79
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian.....	79
3.3. Populasi dan Sampel.....	80
3.3.1. Populasi.....	80
3.3.2. Sampel.....	80
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	82
3.4.1. Jenis dan Sumber Data.....	82
3.4.2. Teknik Pengumpulan Data.....	82
3.5. Skala Pengukuran Variabel.....	84
3.6. Defenisi Operasional dan Pengukuran Variabel	84
3.7. Teknik Analisis Data	88
3.7.1. Analisis Statistik Deskriptif	88
3.7.2. Uji Instrumen Penelitian	89
3.7.2.1 Uji Validitas.....	89
3.7.2.2 Uji Reliabilitas	90
3.7.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	90

3.7.2.4	Analisis Regresi Berganda.....	94
3.7.2.5	Pengujian Hipotesis Statistik.....	95
3.7.2.6	Koefisien Determinasi (R^2).....	97
BAB IV	HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN.....	98
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	98
4.1.1.	Sejarah Berdirinya PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk.	98
4.1.2.	Visi dan Misi PT. Bank Rakyat Indonesia (persero) Tbk.	99
4.1.3.	Tujuan BRI.....	100
4.1.4.	Profil PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat.....	101
4.1.5.	Struktur Organisasi PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2.....	101
4.1.5.1	Pembagian Tugas (<i>Job Description</i>)	102
4.2.	Hasil Deskriptif Penelitian.....	106
4.2.2.	Hasil Deskriptif Karakteristik Responden	106
4.2.2.	Hasil Statistik Deskriptif.....	109
4.2.3.	Rekapitulasi Deskriptif Variabel Penelitian.....	135
4.3.	Hasil Analisis Data	136
4.3.1.	Uji Validitas	136

4.3.2.	Uji Reliabilitas	137
4.3.3.	Uji Asumsi Klasik.....	138
4.3.4.	Analisis Regresi Linear Berganda	143
4.3.5.	Pengujian Hipotesis Statistik	146
4.3.6.	Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	149
4.4.	Pembahasan	150
4.4.1.	Karakteristik Responden	151
4.4.2.	Gambaran Umum Produk Jasa, Tarif Jasa, Tempat, Promosi, Orang, sarana Fisik, dan Proses, serta Kepuasan Nasabah.....	151
4.4.3.	Pengaruh Produk Jasa terhadap Kepuasan Nasabah.....	156
4.4.4.	Pengaruh Tarif Jasa terhadap Kepuasan Nasabah.....	157
4.4.5.	Pengaruh Tempat terhadap Kepuasan Nasabah.....	159
4.4.6.	Pengaruh Promosi terhadap Kepuasan Nasabah.....	160
4.4.7.	Pengaruh Orang terhadap Kepuasan Nasabah.....	161
4.4.8.	Pengaruh Sarana Fisik terhadap Kepuasan Nasabah.....	162

4.4.9. Pengaruh Proses terhadap Kepuasan	
Nasabah.....	164
4.4.10. Pengaruh Produk jasa, tarif Jasa, Tempat, Promosi, Orang, dan Sarana Fisik, serta Proses terhadap Kepuasan	
Nasabah.....	165
BAB V.. PENUTUP.....	167
5.1 Kesimpulan	167
5.2 Saran	169
DAFTAR PUSTAKA	172
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel I.	1.	Perkembangan Jumlah Nasabah Tabungan Simpedes Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat, Bangka Belitung Tahun 2012-2016 (per 30 September 2016).....	9
Tabel II.	1.	Perbedaan Strategi Pangsa Pasar (<i>ofensif</i>) dan Kepuasan Pelanggan.....	61
Tabel II.	2.	Penelitian Terdahulu.....	64
Tabel III.	1.	Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	85
Tabel III.	2.	Kategori Interval.....	89
Tabel III.	2.	Dasar Pengambilan Keputusan Autokorelasi	94
Tabel IV.	1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	106
Tabel IV.	2	Karateristik Responden Berdasarkan Usia	107
Tabel IV.	3	Karateristik Responden Berdasarkan Pendidikan	107
Tabel IV.	4	Karateristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	108
Tabel IV.	5	Indikator produk dapat digunakan 24 jam <i>non stop</i>	110
Tabel IV.	6	Indikator produk memberikan aksesibilitas untuk Memenuhi kebutuhan nasabah	110
Tabel IV.	7	Indikator produk menawarkan kompensasi bunga.....	111
Tabel IV.	8	Indikator menjanjikan jaminan keamanan	112
Tabel IV.	9	Hasil rekapitulasi variabel produk jasa.....	112
Tabel IV.	10	Indikator keterjangkauan biaya menjadi penabung	

	baru	113
Tabel IV. 11	Indikator Daya tarik keringanan biaya administrasi dan jasa tabungan	114
Tabel IV. 12	Hasil rekapitulasi variabel tarif jasa	114
Tabel IV. 13	Indikator lokasi kantor strategis	115
Tabel IV. 14	Indikator lokasi kantor mudah terjangkau	115
Tabel IV. 15	Hasil rekapitulasi variabel tempat	116
Tabel IV. 16	Indikator Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat melakukan promosi secara Individual	117
Tabel IV. 17	Indikator Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat promosi dengan undian berhadiah.....	117
Tabel IV. 18	Indikator Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat promosi melalui brosur yang tersedia	118
Tabel IV. 19	Hasil rekapitulasi variabel promosi	119
Tabel IV. 20	Indikator kehandalan dalam memberikan pelayanan	119
Tabel IV. 21	Indikator kecepatan tanggapan dalam memberikan pelayanan.....	120
Tabel IV. 22	Indikator kepedulian dalam memberikan pelayanan	121
Tabel IV. 23	Indikator jaminan rasa aman dari karyawan dalam Memberikan pelayanan	121
Tabel IV. 24	Hasil rekapitulasi deskriptif variabel orang.....	122
Tabel IV. 25	Indikator kesediaan lahan parkir	122
Tabel IV. 26	Indikator Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2	

	Sungailiat memiliki ATM Center yang dapat digunakan 24 jam <i>non stop</i>	123
Tabel IV. 27	Indikator kerapian karyawan	124
Tabel IV. 28	Indikator ketepatan busana karyawan	124
Tabel IV. 29	Hasil rekapitulasi deskriptif variabel sarana fisik	125
Tabel IV.30	Indikator kemudahan syarat dan prosedur dalam proses transaksi pada produk tabungan Simpedes.....	126
Tabel IV. 31	Indikator berkualitasnya pelayanan <i>online</i>	126
Tabel IV. 32	Indikator segala keluhan nasabah langsung direspon karyawan.....	127
Tabel IV. 33	Hasil rekapitulasi variabel deskriptif variabel proses.....	128
Tabel IV. 34	Indikator produk yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan	129
Tabel IV. 35	Pelayanan karyawan yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan	129
Tabel IV. 36	Indikator fasilitas penunjang yang diperoleh sesuai dengan yang diharapkan	130
Tabel IV. 37	Indikator berminat berkunjung kembali karena manfaat produk	130
Tabel IV. 38	Indikator berminat berkunjung kembali karena pelayanan karyawan yang diberikan	131
Tabel IV. 39	Indikator berminat berkunjung kembali karena fasilitas fasilitas penunjang memadai	132

Tabel IV. 40	Indikator menyarankan keluarga serta kerabat untuk menggunakan produk tabungan Simpedes pada Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat karena manfaatnya.....	132
Tabel IV. 41	Indikator menyarankan keluarga serta kerabat untuk menggunakan produk tabungan Simpedes pada Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat karena pelayanannya	133
Tabel IV. 42	Indikator menyarankan keluarga serta kerabat untuk menggunakan produk tabungan Simpedes pada Bank Rakyat Indonesia Unit Kota 2 Sungailiat karena fasilitas yang memadai.....	134
Tabel IV. 43	Hasil rekapitulasi deskriptif variabel kepuasan nasabah	135
Tabel IV. 44	Hasil rekapitulasi deskriptif variabel penelitian	135
Tabel IV. 45	Hasil Uji Validitas	136
Tabel IV. 46	Hasil Uji Reliabilitas	137
Tabel IV. 47	Hasil Uji Normalitas.....	139
Tabel IV. 48	Hasil Uji Multikolinearitas	140
Tabel IV. 49	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	142
Tabel IV. 50	Hasil Uji Autokorelasi.....	143
Tabel IV. 51	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	143
Tabel IV. 52	Hasil Analisis Uji T	146

Tabel IV. 53 Hasil Analisis Uji F	149
Tabel IV. 54 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	150



DAFTAR GAMBAR

Gambar II.	1. Model Sederhana Proses Pemasaran	23
Gambar II.	2. Sistem Pemasaran Jasa	28
Gambar II.	3. Bauran Jasa Jasa	37
Gambar II.	4. Konsep Total Produk.....	40
Gambar II.	5. Strategi Bisnis Perusahaan	61
Gambar II.	6. Kerangka Pemikiran	68
Gambar IV.	1. Struktur Organisasi.....	102
Gambar IV.	2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	106
Gambar IV.	3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	107
Gambar IV.	4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	108
Gambar IV.	5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	109
Gambar IV.	6. Hasil Uji Normalitas.....	138
Gambar IV.	7. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	141

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran II Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran III Surat Persetujuan Pengambilan Data, Kuesioner, dan Wawancara
- Lampiran IV Kuesioner Penelitian
- Lampiran V Tabulasi Data Kuesioner
- Lampiran VI Hasil Uji Kuesioner
- Lampiran VII Foto Tempat Penelitian
- Lampiran VIII Kartu Revisi Sidang Skripsi & Ujian Komprehensif