

## **ANALISIS FAKTOR PADA KUALITAS PELAYANAN (STUDI PADA BANK JATENG DI SEMARANG)**

**FITRIANA PUSPA DEWI**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,*

*Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 211201102161@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRAK**

Pada era globalisasi, persaingan pada dunia perbankan di tanah air kian kompetitif yang menjadikan setiap perbankan untuk mampu merebut dan menarik simpati nasabah. Salah satunya dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Adapun 5 faktor kualitas pelayanan yang perlu diperhatikan oleh bank antara lain : bukti fisik (Tangibility), keandalan (Reliability), daya tanggap (Responsiveness), jaminan (Assurance), dan empati (Empathy). Obyek penelitian yang diambil dalam penelitian kali ini adalah Bank Jateng Pemuda Semarang, karena Bank Jateng Pemuda merupakan kantor pusat dimana akan lebih mudah dalam mendapatkan nasabah dengan berbagai macam karakteristik yang berbeda dalam hal tuntutan kualitas pelayanan yang akan mereka dapatkan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang ada pada kualitas pelayanan di Bank Jateng Semarang.

Sebagai populasinya adalah seluruh pelanggan Bank Jateng Pemuda Semarang Periode tahun 2014. Sampel yang diambil dalam penelitian diperoleh sebesar 96,04 kemudian dibulatkan menjadi 100 orang. Jenis datanya primer serta metode pengumpulan data adalah kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis faktor.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1). Secara umum responden memberikan pernyataan setuju terhadap faktor-faktor yang ada pada kualitas pelayanan di Bank Jateng, tetapi setelah dilakukan pengujian dengan melihat nilai MSAny maka hanya 16 faktor yang layak untuk dilakukan pengujian lebih lanjut.(2). Setelah dianalisis menggunakan analisis faktor, dari ke 16 faktor yang ada pada kualitas pelayanan di Bank Jateng hanya dapat diringkas hanya menjadi 4 faktor dengan diberi nama sebagai berikut : faktor 1 diberi nama Perceptible, faktor 2 diberi nama faktor Reactivity, faktor 3 diberi nama faktor Understanding and Entering, faktor 4 diberi nama faktor Certainty.

Kata Kunci : Perceptible, Reactivity, Understanding and Entering, Certainty, Analisis Faktor.

## **FACTORS ANALYSIS OF SERVICE QUALITY (STUDY ON BANK JATENG IN SEMARANG)**

**FITRIANA PUSPA DEWI**

*Program Studi Manajemen - S1, Fakultas Ekonomi & Bisnis,*

*Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

*URL : <http://dinus.ac.id/>*

*Email : 211201102161@mhs.dinus.ac.id*

### **ABSTRACT**

In the era of globalization, the competition on the banking world are more competitive which makes every banking prosecuted to be able to grab and attract customer sympathy. One of them by improving service quality. As for the 5 factors of the service quality that need to be taken care of by the bank are : physical evidence (Tangibility), reliability (Reliability), responsiveness (Responsiveness), guarantees (Assurance), and empathy (Empathy). The research object were taken in Bank Jateng Pemuda Semarang, because Bank Jateng Pemuda is a central office where it will be easier in getting the customer with a wide range of different characteristics in terms of their assertion of certain service quality they will get. The purpose of this research is to analyze the factors that exist on the service quality in Bank Jateng Pemuda Semarang.

As the population is the customer Bank Jateng Pemuda Semarang period in 2014. Samples taken in the study was obtained by 96,04 and then rounded up to 100 people. The primary data types as well as the method of data collection is the questionnaire. Methods that be used in this analysis is factor analysis.

The results showed that: (1) in general, respondents gave a statement of consent to the existing factors on the quality of service at the Bank Jateng, but after test by looking at the value of MSA then only 16 factor which can be used to be analyzed in the next test. (2) following the analysis using factor, analyzed from the 16 factors exists on service quality in Bank Jateng can only be summed up just be factors 4 and named as follows: factor 1 named Perceptible, factor 2 was named Reactivity factor, factor of 3 was named factor Understanding and Entering, and factor 4 is named Certainty factors.

**Keyword** : Perceptible, Reactivity, Understanding and Entering, Certainty, Factor Analysis.