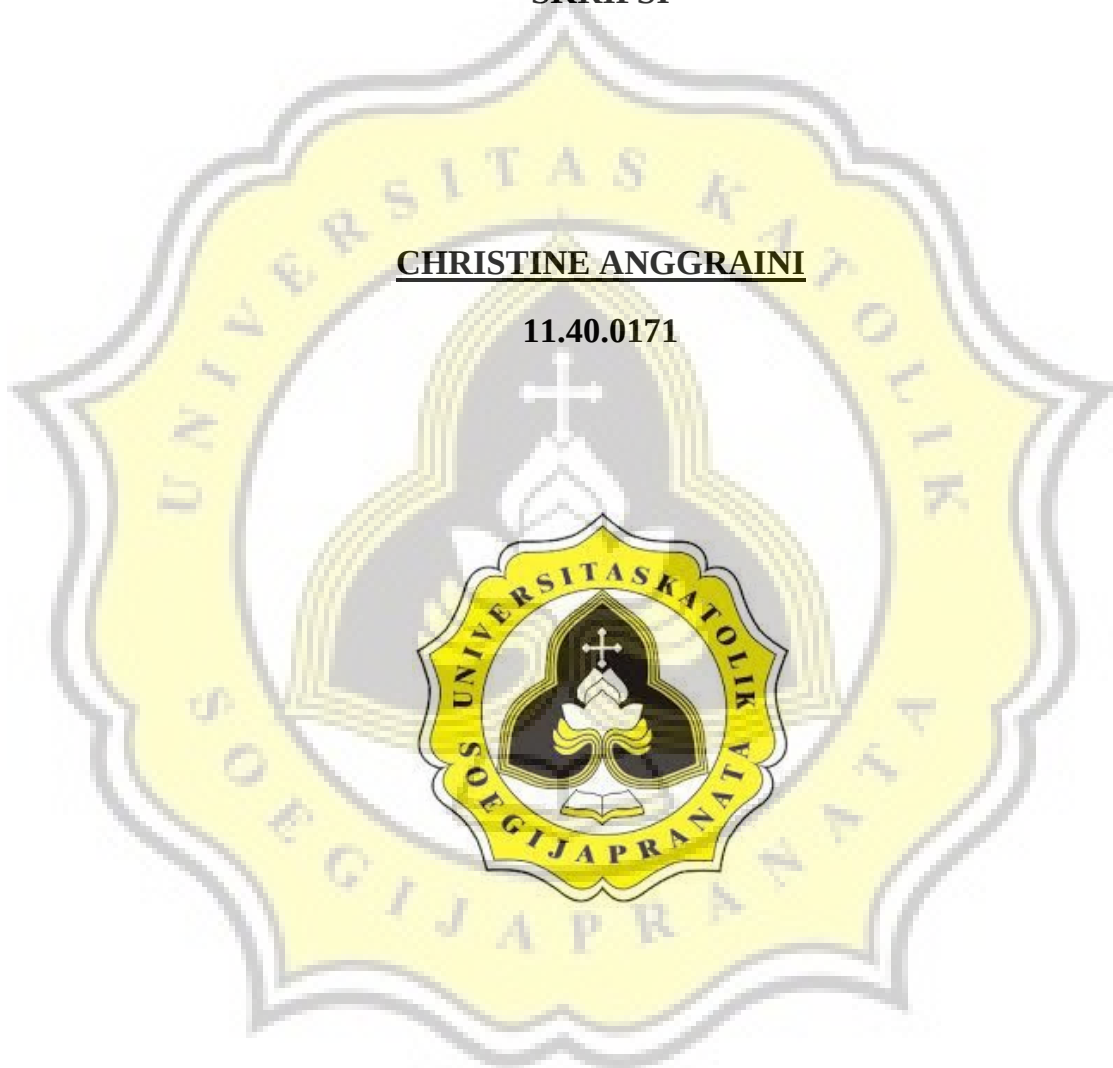


**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI WAKTU MENUNGGU DENGAN
KEPUASAN PELAYANAN PELANGGAN**

SKRIPSI

CHRISTINE ANGGRAINI

11.40.0171



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2015

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI WAKTU MENUNGGU DENGAN
KEPUASAN PELAYANAN PELANGGAN**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Psikologi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna
Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi**

CHRISTINE ANGGRAINI

11.40.0171



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2015

Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi
Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang
Dan Diterima untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Guna
Memperoleh Derajat Sarjana Psikologi

Pada Tanggal

18 Mei 2015

Mengesahkan
Fakultas Psikologi
Dekan,

(Dr. M. Sih Setija Utami, M. Kes)

Dewan Penguji

1.Drs. Sumbodo Prabowo, M. Si

2.Dra. R. A. Praharesti Eriany, M. Si

3.Christine Wibowo, S. Psi., M. Si

PERSEMBAHAN



Karya Sederhana ini kupersembahkan kepada

Tuhan Yesus

yang selalu menyertaku selama ini

Papa dan Mama

Serta kedua kakakku Melisa dan Daniel

MOTTO

Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau,
Janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu,
Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau,
Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku,
yang membawa kemenangan

(Yesaya 41 : 10)

Pertolongan Tuhan begitu ajaib, tepat pada waktunya

(Christine Anggraini)

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah menyertai penulis dan memberikan hikmat dan Kasih Karunia-Nya sehingga penulis dapat melewati berbagai rintangan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul “ Hubungan antara Persepsi Waktu Menunggu dengan Kepuasan Pelayanan Pelanggan “

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terlaksana tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan Terima Kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Dr. Margaretha Sih Setia Utami, M.Kes., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs. Sumbodo Prabowo, M.Si., selaku dosen pembimbing dan wali kelas penulis yang telah membimbing dan memotivasi penulis dari awal hingga akhir serta memberikan waktu, pemikiran, dan perhatiannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Th.Dewi Setyorini, S.Psi., M.Si selaku Dosen Fakultas Psikologi yang telah memberikan insight kepada penulis saat pengajarannya pada mata kuliah Performance Appraisal
4. Keluarga tercinta Papa, Mama, dan kedua Kakak atas dukungan, nasihat dan doanya yang selalu menyertai penulis. Semoga skripsi ini dapat membuat keluarga menjadi bangga dan bahagia.

5. Bapak Mulyono, selaku Kepala Cabang BCA MT Haryono yang telah mendukung dan memberi ijin penelitian demi terwujudnya skripsi ini.
6. Seluruh staf BCA Kcp MT. Haryono yang telah membantu dan mendukung penulis dalam pengambilan data serta segenap nasabah BCA Kcp MT. Haryono yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner penelitian.
7. Mba Dila , selaku kakak kelas penulis dari angkatan 2010 yang telah memberikan berbagai macam pengarahan dan bantuan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Mas Tri Wahyu Nur Cahyo, S.Psi, terimakasih atas bantuan dan bimbingan dalam pengolahan data penelitian.
9. Teman seperjuangan yaitu Mia Sitorus, terimakasih telah membimbing penulis dalam penyusunan format penulisan skripsi.
10. Teman-teman Psikologi angkatan 2011 Kelas D. Terimakasih atas kebersamaannya selama ini. Dinamika bersama kalian tidak akan terlupakan.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak terlepas dari kekurangan oleh karena itu penulis sangat menghargai kritik dan saran yang diberikan guna penyempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi berguna bagi para pembaca sekalian.

Semarang, 25 April 2015

Christine Anggraini

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara empirik hubungan antara persepsi waktu menunggu dengan kepuasan pelayanan pelanggan. Pelayanan Pelanggan diartikan sebagai proses terjadinya penyerahan dan adanya performa atau kualitas yang dapat dirasakan oleh pengguna. kepuasan pelanggan adalah evaluasi dari pelanggan terhadap kinerja suatu produk atau layanan yang diberikan dengan harapan yang mereka miliki. persepsi waktu menunggu diartikan sebagai proses pengorganisasian dan penginterpretasian yang melibatkan kognisi terhadap waktu menunggu yang dirasakan (afeksi) oleh individu sehingga menjadi sesuatu yang berarti. Hipotesis yang diajukan ialah ada hubungan positif antara persepsi waktu menunggu dengan kepuasan pelayanan pelanggan dimana semakin baik persepsi waktu menunggu maka kepuasan terhadap pelayanan pelanggan semakin meningkat. Subjek penelitian berjumlah 60 orang yaitu nasabah BCA yang memiliki kepentingan dengan pelayanan pelanggan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan skala kepuasan pelanggan dan skala persepsi waktu menunggu sebagai alat ukur. Data yang diperoleh kemudian dianalisa dengan Analisa Korelasi *Product Moment*. Berdasarkan hasil analisa didapatkan $r_{xy} = 0,630$ dengan nilai $p = 0,000$ ($p < 0,01$) yang menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat signifikan antara persepsi waktu menunggu dengan kepuasan pelayanan pelanggan. Dengan demikian hipotesa penelitian ini diterima.

Kata kunci : persepsi waktu menunggu, kepuasan pelayanan pelanggan

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
ABSTRAKSI	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Tujuan Penelitian	6
C. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Teoritis	7
2. Manfaat Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
A. Kepuasan Pelayanan Pelanggan	8
1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	8
2. Aspek - aspek Kepuasan Pelanggan	9
3. Faktor- faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	13
B. Persepsi Waktu Menunggu	15
1. Pengertian Persepsi Waktu Menunggu	15
2. Macam - Macam Persepsi Waktu Menunggu	17

3. Aspek – Aspek Persepsi Waktu Menunggu	18
C. Hubungan antara Persepsi Waktu menunggu dengan Kepuasan Pelayanan Pelanggan	20
D. Hipotesis	22
BAB III METODE PENELITIAN	23
A. Metode Penelitian yang Digunakan	23
B. Identifikasi Variabel Penelitian	23
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	23
1. Kepuasan Nasabah terhadap Customer Service	23
2. Persepsi Waktu Menunggu	24
D. Subyek Penelitian	24
E. Metode Pengumpulan Data	25
1. Skala Kepuasan Pelanggan	25
2. Skala Persepsi Waktu Menunggu	26
F. Uji Coba Skala Penelitian	27
1. Validitas	27
2. Reliabilitas	28
G. Metode Analisis Data	29
BAB IV PERSIAPAN DAN PELAKSANAAN PENELITIAN....	30
A. Orientasi Kancan Penelitian	30
B. Persiapan Penelitian	32
1. Permohonan Ijin Penelitian	32
2. Penyusunan Alat Ukur	33

a. Skala Kepuasan Pelayanan Pelanggan	33
b. Skala Persepsi Waktu Menunggu	34
C. Pelaksanaan Penelitian	35
D. Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	36
1. Validitas dan Reliabilitas	
Skala Kepuasan Pelayanan Pelanggan.....	36
2. Validitas dan Reliabilitas	
Skala Persepsi Waktu Menunggu	37
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	39
A. Hasil Penelitian	
1. Uji Asumsi	39
a. Uji Normalitas	39
b. Uji Linearitas	40
2. Uji Hipotesis	40
B. Pembahasan	40
BAB VI PENUTUP	46
A. Kesimpulan	46
B. Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1. <i>Blue Print</i> Skala Kepuasan Pelanggan	26
Tabel 2. <i>Blue Print</i> Skala Persepsi Waktu Menunggu	27
Tabel 3. Distribusi Sebaran Item Skala Kepuasan Pelanggan	34
Tabel 4. Distribusi Sebaran Item Skala Persepsi Waktu Menunggu	35
Tabel 5. Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Kepuasan Pelanggan	37
Tabel 6. Sebaran Item Valid dan Gugur Skala Persepsi Waktu Menunggu	38



DAFTAR LAMPIRAN

A. SKALA PENELITIAN	53
A- 1 Skala Kepuasan Pelanggan	54
A -2 Skala Persepsi Waktu Menunggu	59
B. DATA PENELITIAN AWAL	63
B – 1 Data Penelitian Kepuasan Pelanggan	64
B – 2 Data Penelitian Persepsi Waktu Menunggu	68
C. UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	72
C – 1 Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Kepuasan Pelanggan	73
C – 2 Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Persepsi Waktu Menunggu	80
D. DATA PENELITIAN	83
D – 1 Data Perhitungan Golongan Kepuasan Pelanggan	84
E. UJI ASUMSI	88
E- 1 Uji Normalitas	89
E- 2 Uji Linearitas	96
F. UJI HIPOTESIS	99
G. SURAT PERIJINAN	101
G – 1 Surat Ijin Penelitian	102
G – 2 Surat Bukti Penelitian	104
H. SURAT PLAGIASI	106