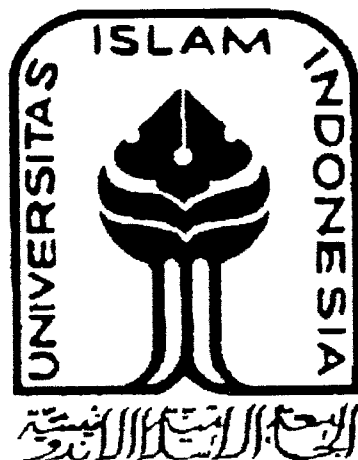


**Analisis Kepuasan Nasabah
Bank Mandiri Cabang Gombang**

SKRIPSI



ditulis oleh :

Nama : Farida Nurhayati
Nomor Mahasiswa : 01311281
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2005

Analisis Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Gombang

SKRIPSI

**Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
Memperoleh gelar Strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**



ditulis oleh :

Nama : Farida Nurhayati
Nomor Mahasiswa : 01311281
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

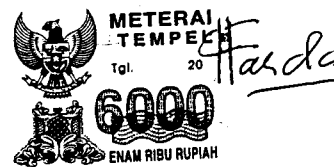
**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 3 Januari 2005

Penulis,



Farida Nurhayati

Analisis Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Gombang

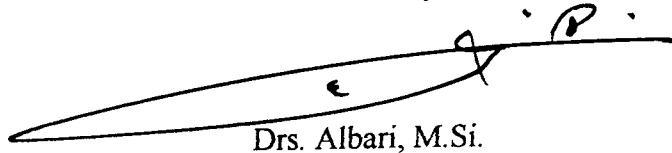
Nama : Farida Nurhayati
Nomor Mahasiswa : 01311281
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 8 Januari 2005

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

andi albari



Drs. Albari, M.Si.

Analisis Kepuasan Nasabah
Bank Mandiri Cabang Gombong

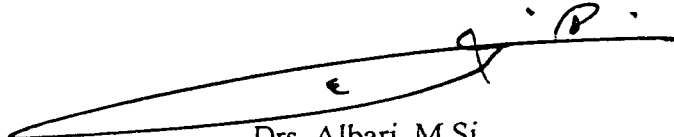
Nama : Farida Nurhayati
Nomor Mahasiswa : 01311281
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 8 Januari 2005

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

Albari M. Si


Drs. Albari, M.Si.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

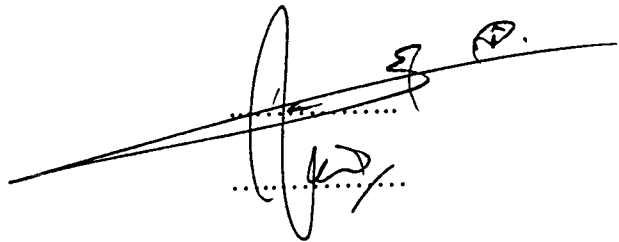
ANALISIS KEPUASAN NASABAH BANK MANDIRI CABANG GOMBONG

Disusun Oleh: FARIDA NURHAYATI
Nomor mahasiswa: 01311281

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 16 Februari 2005

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Albari, M.Si

Penguji : Drs. Yazid, MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. Suwarsono, MA

ABSTRAKSI

Kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Analisis kepuasan konsumen digunakan oleh perusahaan untuk menghadapi tingkat persaingan yang semakin ketat dalam pasar industri, sehingga perusahaan akan selalu berusaha untuk memenuhi harapan para konsumennya dengan baik, dan berusaha terus untuk meningkatkan mutu produk maupun pelayanan guna mempertahankan kepuasan para pelanggannya tersebut.

Pada penelitian ini, penulis menggunakan sampel sebanyak 93 nasabah dan metode yang digunakan adalah *accidental Sampling*. Sedangkan alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah rata-rata hitung, Analisis Wilcoxon dan Analisis Kruskal-Wallis dengan menggunakan probabilitas $\alpha = 0,05$

Berdasarkan perhitungan yang dilakukan, diketahui bahwa terdapat gap sebanyak 0.38, hal ini berarti nasabah merasa cukup puas terhadap kinerja yang diberikan oleh bank Mandiri dan terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank. Selain itu juga diperoleh hasil yang menyatakan bahwa tidak terdapat perbedaan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan karakteristiknya, kecuali pada pendidikan nasabah. Hal yang harus dilakukan oleh Bank Mandiri adalah mempertahankan kinerja yang sudah ada dan berusaha terus untuk meningkatkan kepuasan nasabahnya dan juga berusaha menyeimbangkan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

MOTTO

- Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu, dan sesungguhnya yang demikian sangat berat kecuali bagi mereka yang khusyu
(Q.S Al Baqoroh 45)
- Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya
(Q.S Al'Mu'minun 62)
- Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah nasib suatu kaum sampai mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri
(Q.S Ar Ra'd 11)
- Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan
(Al Hadist)

PERSEMBAHAN

***BAPAK DAN IBUKU TERCINTA
YANG SELALU MENGIKUTI LANGKAHKU DENGAN
PERHATIAN DAN DOA***

***SAUDARA-SAUDARAKU TERSAYANG
MAS EKO, MAS PUJI, MAS FERI DAN PIYO
YANG TELAH MEMBERI SEMANGAT DAN DORONGAN***

***KEPONAKAN-KEPONAKANMU YANG LUCU
JIHAN, KEVIN, RAMA, FASYA DAN FAHRI***

KATA PENGANTAR
Bismillahirrohmaanirrohum

Assalamualaikum wr.wb,

Alhamdulillah, segala puji dan syukur hanya kepada Allah SWT, yang memberikan kekuatan dan petunjuk, sehingga penelitian dan penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga Engkau terima proses penelitian dan penyusunan skripsi ini sebagai amal yang Engkau Ridhoi, sehingga hambaMu ini tidak termasuk orang yang merugi karena menghabiskan energi dan waktu untuk sesuatu yang sia-sia. Amin.

Skripsi dengan judul “ **Analisis kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Gombang** “ ini disusun untuk memenuhi kewajiban tugas akhir sebagai persyaratan guna memperoleh gelar sarjana jenjang strata satu (S1) jurusan manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bimbingan, saran, kritik, dan dorongan moril dari berbagai pihak yang semua ini sangat besar artinya bagi penulis, sehingga karya ilmiah ini dapat penulis selesaikan. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Suwarsono, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. Albari, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk dengan penuh kesabaran dan kesungguhan hati dari awal hingga terselesaikannya penyusunan skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu dosen FE UII yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu yang sangat berharga kepada penulis
4. Bapak Purnomo Adi Nugroho, SE selaku pimpinan Bank Mandiri cabang Gombang yang telah memberikan izin dan keterangan yang penulis perlukan.

5. Seluruh staff dan karyawan Bank Mandiri cabang Gombong yang telah banyak membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini.
6. Keluargaku tercinta, yang tidak pernah berhenti berdoa dan memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan studi. Bapak & Ibuku tersayang, saudaraku tercinta Mas Eko & Uni Susi, Mas Puji & Mba Lia, Mas Feri & Mba Nita, Adeku Piyo serta keponakanku Jihan, Kevin, Rama, Fasya dan Fahri atas perhatian, cinta dan kasih sayang yang tulus. Anugerah terindah yang pernah kumiliki menjadi bagian dari kalian semua.
7. Keluarga besar Gombong dan Solo atas doa, perhatian dan semua bantuan yang telah diberikan
8. Teman-teman Pondok Innaka : Halida (makasih dah mau nungguin aku pendadaran dan atas pinjaman motornya) Ani, Evi, (kalian membuat hari-hariku lebih berwarna, thanks ya) MM, Ilin, Rani, Fiska, Ayu, Neneng atas semua bantuan dan persahabatan yang manis selama di Jogja.
9. Sobat-sobatku tersayang : Pam-pam (thanks for everything) Sendy (kamu banyak membantuku, thanks ya) Wita (keep our friendship ya) Teteh, Enon, Nit-Not, Ari kecil, Ari gede, Arum, Anton, Taufik, Defi, Noel, Heri. Meskipun kita tidak bersama lagi, semoga kita tetap bisa berbagi.
10. Teman-teman KKN SL-111 : Alif, Yuli, Dewi, Imam, Rita, Andi, Feri, Wieda, Safh, Suardi, dan Mas Edi semoga persahabatan kita selalu menjadi kenangan indah.
11. Teman-teman manajemen kelas C'01 atas kebersamaan dan kekompakan yang telah diberikan.
12. Teman-teman Management Community '01-02 atas kebersamaan, kerjasama dan pengalaman yang sangat berharga selama berorganisasi.
13. Rekan-rekan dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan sedikit manfaat dan bahan perbandingan bagi siapa saja yang membacanya. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karuniaNya baik di dunia maupun di akherat. Amin.

Billahi Taufik Wal Hidayah.

Wassalamu 'alaikum. Wr. Wb.

Yogyakarta, Januari 2005

Penulis

Farida Nurhayati

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Sampul Depan Skripsi	ii
Halaman Judul Skripsi	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iv
Halaman Pengesahan Skripsi	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	vi
Abstrak	vii
Halaman Motto	viii
Halaman Persembahan	ix
Kata Pengantar	x
Daftar Isi	xiii
Daftar Tabel	xvii
Daftar Gambar	xviii
Daftar Lampiran	xix

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Masalah	1
1.2	Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3	Tujuan Penelitian	4
1.4	Manfaat Penelitian	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA

	Halaman
2.1 Telaah Pustaka	6
2.2 Pengertian dan Definisi Pemasaran	9
2.3 Konsep Pemasaran	12
2.4 Pemasaran Jasa	14
2.4.1 Karakteristik Jasa	14
2.4.2 Sifat-Sifat Khusus Dari Pemasaran jasa	15
2.4.3 Penggolongan Jasa	16
2.5 Perilaku Konsumen	17
2.5.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli	17
2.5.1.1 Faktor Eksternal	17
2.5.1.2 Faktor Internal	19
2.5.2 Proses Pembelian	20
2.5.2.1 Tahap-Tahap Proses Pembelian.....	20
2.6 Perbankan	21
2.6.1 Pengertian Bank	21
2.6.2 Dimensi Kualitas Pelayanan Perbankan	22
2.7 Kepuasan Konsumen	23
2.7.1 Harapan Konsumen	24
2.7.2 Metode Untuk mengukur Kepuasan Konsumen	28
2.7.3 Pendekatan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen	31
2.8 Hipotesis	32

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Identifikasi Variabel	33
3.2	Instrumen Pengumpul Data	36
3.3	Data Dan Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1	Jenis Data	37
3.3.2	Teknik Pengumpulan Data	38
3.3.3	Uji Instrumen Penelitian	38
3.3.3.1	Uji Validitas	39
3.3.3.2	Uji Reliabilitas	42
3.4	Populasi Dan Sampel	43
3.5	Teknik Analisis	45
3.5.1	Analisis Nilai Rata-Rata Hitung (<i>Arithmetic Mean</i>)	45
3.5.2	Analisis Uji Jenjang Bertanda Wilcoxon	47
3.5.3	Analisis Uji Beda Jenjang Kruskal-Wallis	48

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1	Analisis Karakteristik Responden	51
4.1.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.1.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
4.1.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
4.1.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan	54
4.1.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	54

4.2	Analisis Statistika	55
4.2.1	Analisis Uji Jenjang Bertanda Wilcoxon	55
4.2.2	Analisis Uji Beda Jenjang Kruskal-Wallis	63
4.2.2.1	Kepuasan Nasabah Menurut Gender.....	64
4.2.2.2	Kepuasan Nasabah Menurut Usia.....	67
4.2.2.3	Kepuasan Nasabah Menurut Pekerjaan	69
4.2.2.4	Kepuasan Nasabah Menurut Pendapatan	71
4.2.2.5	Kepuasan Nasabah Menurut Pendidikan	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	75
5.2	Saran	77
	Daftar Pustaka	79
	Lampiran	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
3.1 Hasil Uji Validitas Harapan	40
3.2 Hasil Uji Validitas kinerja.....	41
3.3 Hasil Uji reliabilitas Harapan dan Kinerja	42
4.1 Jenis Kelamin Responden	52
4.2 Usia Responden	52
4.3 Pekerjaan Responden	53
4.4 Pendapatan Responden	54
4.5 Pendidikan Responden	55
4.6 Rekapitulasi Hasil Perbedaan Kinerja dan Harapan	57
4.7 Kepuasan Menurut Gender	65
4.8 Kepuasan Menurut Usia	67
4.9 Kepuasan Menurut Pekerjaan	69
4.10 Kepuasan Menurut Pendapatan	71
4.11 Kepuasan Menurut Pendidikan	73

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1 Konsep Kepuasan Konsumen	28

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	81
I. Hasil Jawaban Responden	82
II. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas	91
III. Hasil Analisis Rata-Rata Hitung	102
IV. Hasil Analisis Wilcoxon	108
V. Hasil Analisis Kruskal-Wallis	118
VI. Kuisioner	129

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Dewasa ini, perkembangan dan pengaruh globalisasi pada sektor jasa mengalami peningkatan yang cukup dramatis dibanding dekade sebelumnya. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya perusahaan jasa yang tumbuh dan berkembang. Jasa dalam suatu perekonomian secara mutlak diperlukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Pemenuhan kebutuhan akan produk jasa dilakukan sebagai upaya untuk meningkatkan kenyamanan dan kepuasan bagi para pemakainya. Hal ini merupakan peluang bisnis yang sangat bagus bagi para pemilik perusahaan jasa, sehingga banyak perusahaan besar yang terjun dan mengkonsentrasikan pada bisnis jasa.

Salah satu sektor jasa yang banyak dikonsumsi dan memiliki pengaruh besar atas perkembangan perekonomian adalah perbankan. Menurut Undang-undang nomor 10 tahun 1998, yang dimaksud dengan “ Bank “ adalah Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Pengertian bank tersebut sangat jelas, bahwa pengertian bank telah mengalami evolusi sesuai dengan perkembangan bank itu sendiri. Dalam menjalankan usahanya, bank saat ini lebih berperan sebagai intermediasi keuangan, yaitu menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali kepada masyarakat.

Pemasaran dibidang perbankan berarti menjual produk-produk yang dimiliki oleh bank kepada nasabah dan calon nasabah, dengan cara memberitahu, memperkenalkan, maupun menciptakan image yang baik serta membangun loyalitas nasabah terhadap bank itu sendiri. Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh bank, pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh nasabah mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan nasabah akhirnya dapat dipenuhi apabila pemasar perbankan memberikan kebutuhan dan keinginan para nasabahnya, serta memberikan pelayanan yang terbaik bagi mereka.

Kepuasan konsumen itu sendiri merupakan suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli (Philip Kotler dan Garry Armstrong, 1999, hal 13). Apabila kinerja bank sesuai dengan harapan nasabah, maka nasabah akan merasakan kepuasan. Sebaliknya, apabila kinerja bank tidak sesuai dengan harapan nasabah, maka nasabah akan merasakan ketidakpuasan. Kepuasan konsumen harus diprioritaskan oleh perusahaan perbankan agar mampu bersaing dengan bank yang lain. Seperti seorang nasabah mengharapkan kecepatan dan ketepatan pelayanan seorang teller bank, dan ternyata teller tersebut mampu memenuhi harapan seorang nasabah dengan baik, maka nasabah tersebut dapat dikatakan mendapatkan kepuasan. Sebaliknya, apabila teller bank tidak dapat memenuhi harapan nasabah dengan baik, maka nasabah tersebut dapat dikatakan tidak mendapat kepuasan. Hal ini akan menyebabkan nasabah kecewa dan sangat mungkin akan pindah ke bank lain. Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi

prioritas utama bagi setiap perusahaan dan dapat dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Bank Mandiri merupakan bank milik pemerintah yang berdiri pada tahun 1999. Bank tersebut merupakan hasil merger 4 bank milik pemerintah, yaitu : BDN, BBD, Bank Exim, dan Bank Pembangunan Indonesia. Bank Mandiri sudah banyak memiliki cabang di berbagai kota di Indonesia, salah satunya di Gombong. Bank Mandiri cabang Gombong masih tergolong bank baru, karena baru berdiri pada tahun 2002. Meskipun masih tergolong bank baru, tetapi Bank Mandiri Cabang Gombong sudah mempunyai nasabah yang cukup banyak dan telah mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan para nasabahnya, ini terbukti dengan ditawarkannya produk-produk yang beragam dan fasilitas yang memadai oleh Bank Mandiri. Produk-produk tersebut antara lain : tabungan, deposito dan giro. Tabungan sendiri ada beberapa macam, seperti : tabungan pendidikan, tabungan haji dan tabungan biasa. Sedangkan fasilitas yang ditawarkan oleh Bank Mandiri, antara lain : Mesin ATM, tempat parkir, ruang tunggu yang bersih dan nyaman serta lokasi bank yang strategis. Selain itu, Bank Mandiri juga terkenal dengan pelayanan yang cepat dan memuaskan. Hal ini terbukti dengan kepercayaan yang diberikan oleh SMUN 1 Gombong kepada Bank Mandiri untuk mengurus dan mengelola pembayaran uang sekolah para siswanya. Dengan kepercayaan yang diberikan oleh para nasabah kepada Bank Mandiri, membuktikan bahwa para nasabah Bank Mandiri telah mendapatkan kepuasan terhadap kinerja Bank tersebut. Selain itu, untuk menghadapi tingkat persaingan yang semakin ketat dalam pasar industri perbankan di Gombong dan mempertahankan para

nasabahnya, Bank Mandiri selalu berusaha untuk memenuhi harapan para nasabahnya dengan baik, dan berusaha terus untuk meningkatkan mutu produk maupun pelayanan guna mempertahankan kepuasan para nasabahnya.

Bertolak dari kenyataan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian guna mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan nasabah Bank Mandiri, dengan mengambil judul penelitian : “ **Analisis Kepuasan Nasabah Bank Mandiri Cabang Gombong** “.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

- a. Bagaimana kepuasan nasabah dilihat dari harapan nasabah dan kinerja Bank Mandiri cabang Gombong.
- b. Apakah ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan karakteristik konsumen.

1.3. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan rumusan diatas, tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menganalisis kepuasan nasabah dilihat dari harapan nasabah dan kinerja Bank Mandiri Cabang Gombong.
- b. Untuk menjelaskan perbedaan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan karakteristik konsumen.

1.4. MANFAAT PENELITIAN

Melalui penelitian ini ada beberapa manfaat yang ingin dicapai, yaitu :

1. Bagi Perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat membantu pihak bank dalam membuat kebijaksanaan dan strategi pemasaran yang tepat dan bijaksana, disamping sebagai bahan evaluasi guna meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen.

2. Bagi Penulis

Merupakan kesempatan yang sangat bermanfaat untuk menerapkan pengetahuan yang selama ini diterima dibangku kuliah dan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan pertimbangan yang mungkin dapat memberi informasi dan sedikit gambaran bagi penelitian lain yang ada hubungannya dengan masalah ini.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. TELAAH PUSTAKA

Manajemen Pemasaran merupakan analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pembeli untuk tujuan mencapai obyektif organisasi (Philip Kotler dan Garry Armstrong, 1997, hal. 13). Banyak terdapat permasalahan yang timbul dari manajemen pemasaran itu sendiri, antara lain permasalahan mengenai kepuasan konsumen yang juga menjadi objek dalam penelitian saat ini. Penelitian tentang “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada RSUD Islam Harapan Anda, Kotamadya Tegal ” oleh Yuyun Retnoningrum pada tahun 2001. Peneliti menggunakan 96 orang sebagai responden. Variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen sebagai variabel terikat dan fasilitas dan pelayanan sebagai variabel bebasnya. Penelitian tersebut guna membuktikan hipotesis:

1. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan “RSUD Islam Harapan Anda” berpengaruh terhadap kepuasan konsumennya
2. Seberapa besar pengaruh fasilitas “RSUD Islam Harapan Anda” berpengaruh terhadap kepuasan konsumennya
3. Diantara atribut kualitas pelayanan dan fasilitas, atribut manakah yang paling mempengaruhi kepuasan konsumen pada RSUD Islam harapan Anda

4. Apakah ada hubungan yang signifikan antara karakteristik konsumen dengan kepuasan konsumen

5. Apakah konsumen sudah merasa puas dengan kualitas pelayanan dan fasilitas di RSUD Islam Harapan Anda berdasarkan karakteristik konsumen

Pengujian hipotesis dilakukan dengan Regresi linear berganda, uji t, uji f, uji korelasi, uji kai kuadrat, uji kk dan uji kk maks. Dari uji tersebut diperoleh hasil penelitian sebagai berikut : Ada pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan dengan kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan oleh koefisien regresi dari masing-masing variabel. Dari 6 variabel yang diteliti diperoleh koefisien regresi berturut-turut adalah -0,50180, 0,178309, 0,309705, 0,451165, 0,3461040, dan 0,194556, artinya secara parsial maupun bersama-sama kedua variabel bebas mampu mempengaruhi kepuasan konsumen. Hasil pengujian yang lain yaitu ada pengaruh antara fasilitas yang signifikan terhadap kepuasan konsumen, ini dibuktikan dengan nilai $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ($0,646 > 0,195$). Sedangkan atribut yang paling menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan yang diberikan, terbukti dari bobot efektifitas ke enam variabel yang berjumlah 63,552%, 51,196% disumbangkan oleh kualitas pelayanan, dimana kualitas pelayanan makanan dan minuman menyumbangkan bobot terbesar yaitu 19,774%. Selain itu ada hubungan yang signifikan antara semua karakteristik responden dan konsumen merasa cukup puas terhadap kualitas pelayanan pada RSUD Islam Harapan Anda.

Didalam penelitian tersebut terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan saat ini. Persamaannya yaitu terletak pada

prosedur penelitian yang dilakukan. Sedangkan perbedaannya adalah pada alat analisis yang digunakan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Yuyun Retnoningrum menggunakan Regresi linear berganda, uji t, uji f, uji korelasi, uji kai kuadrat, uji kk dan uji kk maks, penelitian dilakukan pada tahun 2001 di RSU Islam Harapan Anda Kotamadya Tegal, sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan alat analisis rata-rata hitung, Kruskal-Wallis dan Wilcoxon, dilakukan di Bank Mandiri Cabang Gombong, pada tahun 2004.

Hasil penelitian terdahulu yang di jadikan referensi oleh peneliti yaitu Penelitian tentang “Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Rumah Makan Lestari di Magelang” oleh Ani Susanti pada tahun 2002. Variabel dalam penelitian ini adalah kinerja/pelaksanaan dan harapan/kepentingan, sedangkan atribut variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah lokasi, parkir, menu, rasa (aroma), kebersihan, pelayanan, fasilitas dan harga. Peneliti menggunakan 100 orang responden dengan menggunakan metode *purposive random sampling*. Penelitian tersebut guna membuktikan hipotesis :

1. Variabel apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen terhadap kepuasan pelayanan jasa Rumah Makan Lestari di Magelang
2. Seberapakah tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa Rumah Makan lestari di Magelang
3. Apakah ada perbedaan antara harapan dan kinerja yang diberikan oleh Rumah Makan Lestari di Magelang.

Pengujian hipotesis dilakukan dengan metode diagram kartesius dan dengan membandingkan tingkat kinerja dengan tingkat kepentingan. Pada

diagram kartesius sumbu mendatar (x) diisi oleh skor tingkat kinerja, dan sumbu tegak (y) diisi oleh skor kepentingan. Hasil penelitian dalam penelitian tersebut adalah tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa Rumah Makan Lestari magelang adalah dilihat dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen secara rata-rata adalah sebesar 84,30% yang berarti bahwa kinerja dari Rumah Makan Lestari berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut adalah bagus, karena antara kinerja dengan tingkat kepentingan pelanggan hampir mencapai 100%. Selain itu hasil dari penelitian tersebut juga menyatakan bahwa masih terdapat perbedaan yang berarti antara kinerja yang diberikan oleh Rumah Makan Lestari dengan harapan pelanggan. Besarnya perbedaan itu menunjukkan angka yang negatif yaitu sebesar $-0,78$.

Didalam penelitian tersebut terdapat persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan saat ini. Persamaannya adalah sama-sama menggunakan variabel kinerja dan harapan. Sedangkan perbedaannya adalah pada alat analisis yang digunakan. Pada penelitian yang dilakukan Ani Susanti mempergunakan metode diagram kartesius, penelitian dilakukan pada tahun 2002 di Rumah Makan Lesta Magelang, sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan alat analisis rata-rata hitung, Kruskal-Wallis dan Wilcoxon, dilakukan di Bank Mandiri Cabang Gombong, pada tahun 2004.

2.2 PENGERTIAN DAN DEFINISI PEMASARAN

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidup

perusahaan, berkembang dan mendapatkan laba. Untuk mencapai sukses tujuan bisnis tersebut sangat ditentukan oleh keahlian dan kemampuan mereka, baik dibidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lainnya. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen, agar konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Pemasaran merupakan salah satu aktivitas atau kegiatan dalam perekonomian yang biasanya berhubungan dengan tersedianya tiga faktor utama yang selalu menyertainya, yaitu produsen, konsumen dan produk yang berupa barang atau jasa yang ditawarkan. Tetapi dalam kenyataannya apabila hanya dengan tiga faktor tersebut, kegiatan pemasaran belum dapat berjalan dengan sempurna. Oleh karena itu harus dapat diketahui sejak kapan kegiatan pemasaran itu terjadi dan apa yang menjadi pengertian pemasaran itu sendiri.

Banyak definisi tentang pemasaran, akan tetapi pada dasarnya sama, perbedaan hanya terletak didalam rinciannya. Pemasaran dapat diartikan sebagai suatu kegiatan meneliti kebutuhan atau keinginan konsumen, memproduksi barang atau jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, menentukan tingkat harga, mempromosikan agar produk dapat dikenal konsumen dan mendistribusikan atau menyalurkan produk ke tempat konsumen.

Definisi pemasaran banyak dikemukakan oleh para ahli. Salah satunya adalah oleh Basu Swastha dan Irawan yang menyebutkan bahwa, Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan

barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. (Basu Swastha dan Irawan, 1997, hal 10)

Seperti disebutkan diatas, bahwa memuaskan kebutuhan konsumen merupakan tujuan dari pemasaran, dimana kepuasan konsumen dimulai dari memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Kebutuhan dan keinginannya melalui proses pertukaran. Sehingga dapat disimpulkan, bahwa konsep ini didalam studi pemasaran adalah : (Philip Kotler dan Garry Armstrong, 1999, hal 7-12)

1. Kebutuhan

Kebutuhan adalah suatu keadaan yang dirasakan ingin diperoleh seseorang, baik itu disadari maupun tidak disadari.

2. Keinginan

Keinginan adalah bentuk kebutuhan manusia yang dihasilkan oleh budaya dan kepribadian individual.

3. Permintaan

Permintaan adalah keinginan manusia yang didukung oleh daya beli.

4. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan.

5. Kepuasan

Kepuasan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli.

6. Pertukaran

Pertukaran merupakan tindakan untuk memperoleh obyek yang didambakan dari seseorang dengan menawarkan sesuatu sebagai penggantinya.

7. Transaksi

Transaksi adalah perdagangan antara dua pihak, yang paling sedikit melibatkan dua macam nilai, persetujuan mengenai waktu, dan persetujuan mengenai tempat.

8. Pasar

Pasar adalah perangkat dari semua pembeli aktual dan potensial suatu produk atau jasa.

2.3 KONSEP PEMASARAN

Pemasaran merupakan hal yang sangat penting bagi keberhasilan atau kelancaran jalannya suatu perusahaan. Dalam pemasaran terdapat suatu falsafah yang disebut konsep pemasaran. Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pembeli. Agar tujuan dari konsep pemasaran tercapai maka kegiatan pemasaran haruslah dimulai dengan usaha mengenal dan merumuskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Kemudian merumuskan dan menyusun suatu kombinasi dari kebijaksanaan produk, harga, promosi dan distribusi yang tepat agar kebutuhan konsumen dapat terpenuhi secara memuaskan.

Jadi, secara definitif dapatlah dikatakan bahwa : Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Philip Kotler dan Garry Armstrong, 1999, hal 2)

Penggunaan konsep pemasaran bagi sebuah perusahaan dapat menunjang berhasilnya bisnis yang dilakukan. Secara falsafah bisnis, konsep pemasaran disusun berdasarkan pada tiga landasan keyakinan, yaitu : (DR. Buchari Alma, 1992, hal 196)

1. Semua perusahaan harus merencanakan dan melaksanakan kegiatannya atas dasar berorientasi pada konsumen.

2. Volume penjualan yang menguntungkan

Volume penjualan yang menguntungkan merupakan tujuan dari konsep pemasaran, artinya laba itu dapat diperoleh dengan melalui pemuasan konsumen. Dengan laba ini, perusahaan dapat tumbuh dan berkembang, dapat menggunakan kemampuan yang lebih besar pada konsumen, serta dapat memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan.

3. Koordinasi dan integritas seluruh kegiatan pemasaran

Pengintegrasian kegiatan pemasaran melalui setiap orang dan setiap bagian dalam perusahaan turut berkecimpung dalam suatu usaha yang terkoordinir untuk memberikan kepuasan konsumen, sebagai tujuan perusahaan terealisasi.

2.4 PEMASARAN JASA

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal sampai jasa suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa, diantaranya adalah : Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik (Philip Kotler, 1994)

Dari pengertian diatas, tampak bahwa didalam jasa selalu ada interaksi antara konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa bukan merupakan barang, jasa adalah suatu proses atau aktivitas dan aktivitas-aktivitas tersebut tidak berujud.

2.4.1. Karakteristik Jasa

Pemasaran jasa mulai mendapatkan perhatian dari kalangan produsen jasa, karena makin banyak jumlah pendapatan yang dibelanjakan untuk jasa maka, akan menimbulkan persaingan diantara para produsen jasa. Sifat-sifat pemasaran jasa akan berbeda dengan pemasaran barang, karena penyaluran jasa bersifat langsung tidak bisa ditimbun atau ditumpuk dalam gudang untuk persediaan. Akan tetapi, pemasaran jasa mempunyai kekhususan yang disebabkan oleh karakteristik jasa itu sendiri. Menurut Zeithmal dan Bitner ada empat karakteristik jasa, yaitu : (Yazid, 1999, hal 30-31)

1. Intangible

Konsep tidak berwujud ini mengandung maksud, bahwa jasa tidak dapat disentuh, dilihat, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli.

2. Produksi dan konsumsi simultan

Jasa diproduksi dan dikonsumsi dalam jangka waktu yang sama.

3. Heterogen

Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan.

4. Mudah musnah

Daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor.

2.4.2. Sifat-Sifat Khusus Dari Pemasaran Jasa

Sifat-sifat yang harus diperhatikan oleh pemasaran yaitu : (DR. Buchari Alma, 1992, hal 239-244)

1. Menyesuaikan dengan selera konsumen, dimana pembeli berkuasa memperlihatkan pasaran jasa pada saat ini.
2. Keberhasilan pemasaran jasa dipengaruhi oleh jumlah pendapatan penduduk.
3. Pada pemasaran jasa tidak ada pelaksanaan fungsi penyimpanan..
4. Mutu jasa dipengaruhi oleh benda berwujud, maka konsumen akan memperhatikan benda berwujud yang memberi layanan, sebagai patokan terhadap kualitas jasa yang ditawarkan.

5. Saluran distribusi dalam marketing jasa tidak begitu penting, karena pada umumnya dalam marketing jasa perantara tidak digunakan.

2.4.3. Penggolongan Jasa

Secara umum jasa dapat digolongkan kedalam dua golongan besar, yaitu: (Basu Swastha, 2000, 319-323)

1. Jasa Industri (*Industrial Service*)

Jasa industri disediakan untuk organisasi dalam lingkup yang luas, termasuk pengolahan, pertambangan, pertanian, organisasi non laba dan pemerintah.

2. Jasa Konsumen (*Consumer Service*)

Jasa ini banyak digunakan dalam masyarakat luas, dan dikelompokkan kedalam tiga golongan, yaitu :

- Jasa konvenien (*Convenience Service*)

Jasa konvenien adalah jasa konsumsi yang pembeliannya sering dan dengan melakukan usaha minimal.

- Jasa Shopping

Jasa shopping adalah jasa konsumsi yang dipilih atau dibeli oleh masyarakat sesudah mengadakan perbandingan kualitas, harga, dan reputasi.

- Jasa Spesial

Jasa spesial adalah jasa konsumsi dimana dalam pembeliannya pembeli harus melakukan usaha pembelian khusus dengan cara tertentu atau dengan pembayaran yang lebih besar.

2.5. PERILAKU KONSUMEN

Untuk memahami perilaku masyarakat dalam pembelian barang dan jasa dibutuhkan studi tersendiri. Perusahaan juga berkepentingan dalam sistem ini, karena perilaku konsumen merupakan sebagian dari kegiatan manusia.

Pengertian perilaku konsumen itu sendiri adalah : Sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi dan menghabiskan produk dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan ini (Basu Swastha dan T. Hani Handoko, 1987, hal 56).

2.5.1. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Membeli

Faktor utama yang mempengaruhi keputusan beli konsumen dikelompokkan menjadi dua, yaitu : faktor eksternal dan faktor internal.

2.5.1.1. Faktor Eksternal

Karena mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi pemasar, maka pemasar perlu mengetahui aspek-aspek yang mempengaruhi konsumen secara Eksternal. Faktor-faktor tersebut adalah:

1. Kebudayaan

Budaya ini sifatnya sangat luas dan menyangkut segala aspek kehidupan manusia.

2. Kelas Sosial

Faktor sosial kebudayaan yang dapat mempengaruhi pandangan dan tingkah laku pembeli adalah kelas sosial. Kelas sosial dapat dikelompokkan dalam tiga golongan, yaitu :

a) Golongan atas :

- Pengusaha-pengusaha kaya
- Pejabat-pejabat tinggi

b) Golongan menengah :

- Karyawan instansi pemerintah
- Pengusaha menengah

c) Golongan rendah :

- Buruh pabrik
- Pegawai negeri
- Pedagang kecil

Pembagian tersebut relatif karena untuk dikuantifikasikan secara pasti.

3. Kelompok Referensi Kecil

Kelompok referensi kecil ini juga mempengaruhi perilaku seseorang dan pembeliannya, dan sering dijadikan pedoman oleh konsumen dalam bertindak laku. Oleh karena itu, konsumen selalu meniru kelompok tersebut, baik tingkah laku fisik maupun mentalnya.

4. Keluarga

Anggota keluarga dapat memberikan pengaruh kuat terhadap perilaku pembelian. Pengertian keluarga dapat dipandang dari dua sudut pandang, yaitu :

- Keluarga sebagai sumber orientasi, dimana seseorang memperoleh orientasi agama, ekonomi, politik, harga diri, ambisi dan cinta kasih.

- Keluarga sebagai sumber keturunan, yakni pasangan suami istri dan anak.

Dalam hal ini pemasar mengidentifikasi siapa yang memiliki peranan pengaruh dalam pembelian.

2.5.1.2. Faktor Internal

Faktor internal merupakan faktor dasar yang mempengaruhi perilaku konsumen. Faktor-faktor tersebut adalah : (Basu Swastha dan T. Hani handoko, 1987, hal 75)

1. Motivasi

Motivasi berasal dari kata motif, yang digunakan untuk membentuk suatu tingkah laku yang mengarah pada pencapaian sasaran kepuasan.

2. Pengalaman

Pengalaman dapat mempengaruhi pengamatan seseorang dalam bertindak laku. Pembelian yang dilakukan konsumen merupakan suatu proses belajar, dan terjadi apabila konsumen ingin menanggapi dan memperoleh kepuasan atau sebaliknya.

3. Belajar

Belajar dapat didefinisikan sebagai suatu perubahan perilaku yang terjadi sebagai hasil akibat adanya pengalaman.

4. Kepribadian dan Konsep Diri

Kepribadian dapat didefinisikan sebagai pola sifat individu yang dapat menentukan tanggapan untuk bertindak laku. Faktor lain yang ikut menentukan tingkah laku pembeli adalah konsep diri. Konsep diri

merupakan cara seseorang untuk melihat dirinya sendiri, dan pada saat yang sama ia juga mempunyai pandangan (gambaran) tentang orang lain. Setiap orang mempunyai konsep diri yang berbeda-beda sehingga memungkinkan adanya pandangan yang berbeda terhadap usaha-usaha pemasaran perusahaan.

5. Sikap dan Kepercayaan

Sikap dapat mempengaruhi kepercayaan, dan sebaliknya, kepercayaan itu juga mempengaruhi sikap.

2.5.2. Proses Pembelian

2.5.2.1. Tahap-Tahap Proses Pembelian

Proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan dan keinginan, dan tidak berhenti sampai dengan pembelian, tetapi akan berlanjut pada perilaku setelah produk atau jasa itu digunakan. Ada lima tahap dalam proses pembelian, yaitu : (Basu Swastha dan T. Hani Handoko, 1987, 103)

1) Menganalisa keinginan dan kebutuhan

Menganalisa keinginan dan kebutuhan ditujukan untuk mengetahui adanya keinginan dan kebutuhan yang belum dipenuhi.

2) Menilai sumber-sumber

Tahap kedua ini sangat berkaitan dengan produk itu sendiri dan jumlah uang yang dimiliki, serta waktu yang digunakan untuk mempertimbangkan keputusan pembeli.

3) Mengidentifikasi alternatif pembelian

Sejalan dengan tujuan pembelian dari masing-masing konsumen yang tidak selalu sama, yaitu tergantung pada jenis produk dan kebutuhannya.

4) Keputusan pembelian

Tahap selanjutnya adalah menilai alternatif dan kemudian memutuskan apakah membeli atau tidak.

5) Perilaku setelah pembelian

Perilaku konsumen setelah melakukan pembelian dan kemudian memakai produk atau jasa tersebut adalah konsumen akan merasa puas atau tidak puas terhadap produk atau jasa yang dikonsumsi.

2.6. PERBANKAN

2.6.1. Pengertian Bank

Dalam menjalankan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat atau sebagai lembaga intermediasi, kegiatan bank tidak bisa dipisahkan dari bidang keuangan, karena memang komoditi usaha bank adalah uang. Pengertian bank menurut Undang-Undang Nomor 7 tahun 1992 yaitu : Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan, dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa fungsi bank pada umumnya adalah : menerima berbagai bentuk simpanan dari masyarakat, memberikan kredit, baik bersumber dari dana masyarakat maupun berdasarkan

atas kemampuannya untuk menciptakan tenaga beli baru, serta memberikan jasa-jasa lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Kegiatan bank secara sederhana dapat dikatakan sebagai tempat melayani segala kebutuhan para nasabahnya.

2.6.2. Dimensi Kualitas Pelayanan Perbankan

Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan menurut John Sviokla, adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.

Menurut Parasuraman terdapat lima dimensi kualitas pelayanan (Rambat Lupiyoadi, 2001, hal 148) yaitu :

1. Bukti langsung (*tangibles*)

Bukti langsung yaitu kemampuan suatu bank dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik bank dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh bank.

2. Keandalan (*reliability*)

Keandalan yaitu kemampuan bank untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan nasabah.

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Daya tanggap yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada nasabah, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan (*assurance*)

Jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai bank untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada bank. Terdiri dari beberapa komponen antara lain, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

5. Empati

Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah.

2.7. KEPUASAN KONSUMEN

Dalam lingkungan yang cepat berubah, komitmen terhadap kualitas pada setiap tahap proses produksi memungkinkan para produsen mampu mengantisipasi dan memenuhi permintaan konsumen yang senantiasa berubah. Membangun kepuasan konsumen adalah merupakan inti dari pencapaian profitabilitas perusahaan untuk jangka panjang. Banyak pakar yang memberikan definisi tentang kepuasan konsumen, diantaranya Philip Kotler, yang menyebutkan bahwa kepuasan konsumen merupakan suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja perusahaan sesuai dengan harapan konsumen (Philip Kotler dan Garry Armstrong, 1999). Sedangkan Engel et.al (1990) mengungkapkan bahwa, kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil atau *out come* sama atau melebihi harapan

konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen.

2.7.1. Harapan Konsumen

Ada kesamaan antara beberapa definisi mengenai elemen kepuasan, yaitu harapan konsumen dengan kinerja produk. Menurut Olson dan Dover yang dimaksud dengan harapan konsumen adalah keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut (Fandy Tjiptono, 1996, hal 144). Harapan digunakan oleh konsumen sebagai standar untuk membandingkan dan mengevaluasi kualitas maupun kepuasan. Sedangkan kinerja yaitu persepsi konsumen terhadap apa yang ia rasakan setelah mengkonsumsi produk yang dibelinya.

Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi terbentuknya harapan, yaitu : (Fandy Tjiptono, 1996, 146)

1. Enduring Service Intensifiers

Faktor ini bersifat stabil dan mendorong pelanggan untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap jasa, meliputi harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi seseorang mengenai jasa.

2. Personal Needs

Merupakan kebutuhan yang paling dasar yang dirasakan seseorang bagi kesejahteraannya dan sangat menentukan harapannya. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan fisik, sosial, dan psikologi

3. *Transitory Service Intensifiers*

Merupakan faktor individu yang bersifat sementara yang dapat meningkatkan sensitivitas konsumen terhadap jasa. Faktor ini meliputi :

- a. Situasi darurat pada saat konsumen sangat membutuhkan jasa dan ingin penyedia jasa dapat membantu.
- b. Jasa terakhir yang dikonsumsi konsumen dapat pula menjadi acuan untuk menentukan baik buruknya jasa sebelumnya.

4. *Perceive Service Alternative*

Merupakan persepsi konsumen terhadap derajat konsumen perusahaan lain yang sejenis. Jika konsumen memiliki beberapa alternatif maka harapannya terhadap suatu jasa cenderung akan semakin besar.

5. *Self Perceived Role*

Merupakan persepsi pelanggan tentang derajat keterlibatannya akan mempengaruhi jasa yang diterimanya. Jika konsumen terlibat dalam proses penyampaian jasa, maka apabila terjadi kesalahan maka pelanggan tidak bisa sepenuhnya menyalahkan penyedia jasa terhadap kegagalan penyampaian jasa tersebut.

6. *Situational Factor*

Faktor ini terdiri dari segala kemungkinan yang dapat mempengaruhi kinerja jasa yang berada diluar kendali penyedia jasa.

7. *Explicit Service Promises*

Merupakan pernyataan personal atau non personal oleh organisasi tentang jasanya terhadap konsumen. Pernyataan ini bisa melalui iklan, *personal selling*, dan perjanjian dengan konsumen tersebut.

8. *Implicit Service Promises*

Merupakan petunjuk yang berhubungan dengan konsumen, dimana memberikan kesimpulan bagi konsumen tentang jasa, sebagaimana seharusnya yang harus diberikan.

9. *Word Of Mouth*

Merupakan pernyataan secara personal atau non personal yang disampaikan oleh orang lain, selain perusahaan kepada konsumen. Orang akan lebih mempercayai isi dari *word of mouth* ini karena disampaikan oleh orang yang dipercayai.

10. *Past Experience*

Merupakan pengalaman masa lalu yang meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui konsumen dari yang pernah diterimanya pada masa lalu.

Harapan ini akan berkembang seiring dengan bertambahnya informasi yang diterima oleh konsumen dan semakin bertambahnya pengalaman yang dialami oleh konsumen. Hal tersebut akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen tersebut.

Harapan konsumen dapat dibentuk melalui komunikasi perusahaan kepada konsumen. Harapan akan meningkat atau bahkan menurun setelah konsumen berkomunikasi dengan konsumen lain. Ada empat jenis harapan konsumen untuk jasa, yaitu : (Yazid, 1999, hal 61-62)

1. Konsumen yang selalu berpikir ekonomis

Konsumen jenis ini mengharapkan untuk senantiasa memaksimalkan manfaat atau nilai yang diperolehnya dari waktu, upaya, dan uang yang telah dikeluarkannya.

2. Konsumen yang etis

Konsumen jenis ini merasa bahwa bekerjasama dengan kelompok atau perusahaan tertentu adalah merupakan kewajiban moral.

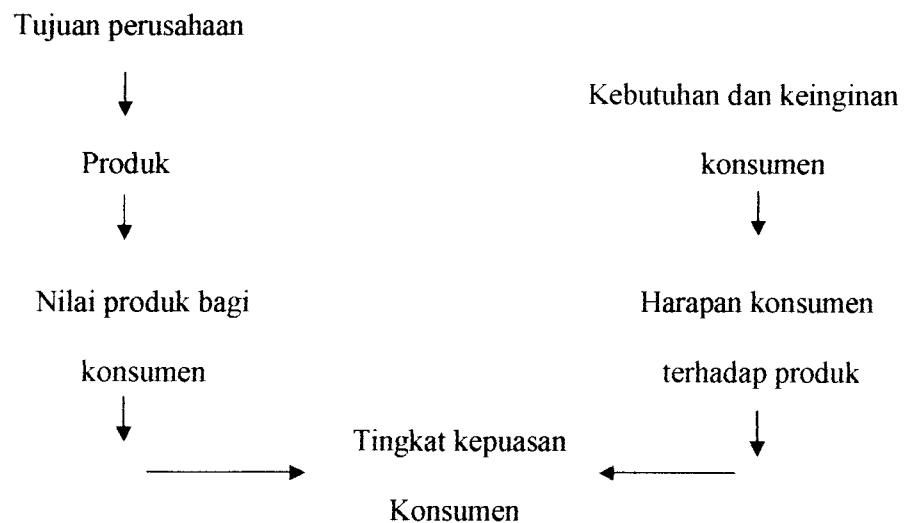
3. Konsumen yang membutuhkan pelayanan personal

Konsumen jenis ini menghendaki kenikmatan personal, seperti pengakuan dan perlindungan dari pengalaman jasanya.

4. Konsumen kenyamanan

Konsumen jenis ini tidak tertarik untuk *shopping* jasa, sebaliknya kenyamanan adalah resep rahasia untuk menarik mereka.

Menurut Fandy Tjiptono (1996) secara konseptual, kepuasan konsumen digambarkan sebagai berikut :



2.7.2. Metode Untuk mengukur Kepuasan Konsumen

Teori kepuasan selalu didasarkan kepada upaya penyamaan atau paling sedikit upaya penyempitan gap antara keadaan yang diinginkan dengan keadaan yang dihadapi. Kepuasan konsumen terjadi apabila kinerja perusahaan sesuai dengan harapan konsumen. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen.

Menurut Kotler ada empat metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem Keluhan atau Saran

Metode sistem keluhan atau saran dapat dilakukan dengan cara perusahaan menyediakan fasilitas atau sarana untuk penyampaian keluhan dan saran dari konsumen. Fasilitas yang biasa digunakan adalah kotak saran, menyediakan kartu komentar dan layanan konsumen dengan fasilitas telpon bebas pulsa. Informasi tersebut merupakan masukan bagi

perusahaan, dan memungkinkan bagi perusahaan untuk menanggapi masalah yang timbul dengan cepat dan tepat.

2. Survei Kepuasan Pelanggan

Metode survei kepuasan pelanggan dapat dilakukan melalui pos, telpon, maupun wawancara pribadi. Dengan metode ini, perusahaan akan langsung mendapatkan tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan, dan juga merupakan sinyal positif bagi perusahaan, bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggannya. Pengukuran kepuasan konsumen dengan metode ini dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu :

➤ *Directly Reported Satisfaction*

Metode ini dilakukan dengan cara menanyakan secara langsung melalui pertanyaan ungkapan seberapa puas pelayanan yang diberikan dengan menggunakan skala sangat puas, puas, netral, tidak puas dan sangat tidak puas.

➤ *Derived Satisfaction*

Pertanyaan yang diajukan pada metode ini meliputi dua hal utama, yaitu : besarnya harapan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

➤ *Problem Analysis*

Dalam metode ini, pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama yaitu masalah yang

mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

➤ *Importance Performance Analysis*

Dalam metode ini, responden diminta untuk merangking berbagai elemen dan kinerja perusahaan berdasarkan derajat pentingnya elemen tersebut.

3. *Ghost Shopping*

Metode ini merupakan salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan, yaitu dengan mempekerjakan beberapa orang sebagai *ghost shopper* untuk berperan sebagai konsumen potensial terhadap perusahaan pesaing.

4. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan berusaha mencari tahu penyebab pelanggan berpindah ke pesaing. Informasi ini sangat berguna bagi perusahaan dalam membuat kebijakan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan konsumen atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian (Philip Kotler, 1997). Apabila konsumen merasa puas, maka akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Selain itu, konsumen yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Sedangkan konsumen yang tidak puas, dapat melakukan tindakan pengembalian produk, bahkan dapat melakukan gugatan terhadap perusahaan. Hal tersebut haruslah

diantisipasi oleh perusahaan, karena konsumen yang tidak puas dapat merusak citra perusahaan.

2.7.3. Pendekatan Untuk Meningkatkan Kepuasan Konsumen

Dalam era globalisasi ini, perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor konsumen. Oleh karena itu, sangatlah perlu untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen. Menurut Kotler terdapat empat pendekatan untuk meningkatkan kepuasan konsumen, yaitu : (Rambat Lupiyoadi, 2001, hal 158)

- a) Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan konsumen.
- b) Perusahaan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi dalam perbaikan proses pelayanan. Yang termasuk didalamnya adalah memperbaiki cara berpikir, perilaku, kemampuan, dan pengetahuan dari sumber daya yang ada.
- c) Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menyampaikan keluhan. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan *hotline* bebas pulsa.
- d) Mengembangkan dan menerapkan *accountable*, *proactive*, dan *partnership marketing* sesuai dengan situasi pemasaran.

- *Accountable*

Accountable dapat dilakukan dengan cara perusahaan menghubungi konsumen setelah proses pelayanan terjadi untuk mengetahui kepuasan dan harapan konsumen.

- *Proactive*

Dilakukan dengan cara perusahaan menghubungi konsumen dari waktu ke waktu untuk mengetahui perkembangan pelayanannya.

- *Partnership Marketing*

Partnership marketing adalah pendekatan dimana perusahaan membangun kedekatan dengan konsumen yang bermanfaat untuk meningkatkan citra dan posisi perusahaan dipasar.

2.8. HIPOTESIS

Hipotesis yaitu pernyataan yang masih lemah kebenarannya dan masih perlu dibuktikan kenyataannya (Sutrisno Hadi, 1993). Hipotesis mengenai masalah ini adalah :

- Terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja yang diberikan oleh Bank Mandiri Cabang Gombong
- Terdapat perbedaan tingkat kepuasan berdasarkan karakteristik konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini mempunyai tujuan untuk mencari fakta dengan interpretasi yang tepat, untuk mencari gambaran yang sistematis dan mencari yang akurat.

Desain penelitian pada dasarnya untuk menentukan metode apa saja yang akan digunakan dalam penelitian, antara lain : identifikasi variabel, definisi operasional, populasi, metode pengumpulan data, metode analisis dan pengujian hipotesis. Peneliti melakukan penelitian mengenai kepuasan nasabah pada Bank Mandiri Cabang Gombong.

3.1. Identifikasi variabel

Identifikasi variabel digunakan untuk menjelaskan variabel-variabel dalam penelitian ini. Variabel-variabel yang dimaksud dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel karakteristik konsumen

Meliputi : a. gender

- laki-laki
- perempuan

b. usia

- kurang dari 20 tahun
- antara 20-35 tahun
- 35 tahun keatas

c. status pekerjaan

- Pegawai Negeri Sipil/TNI/Polisi
- Pegawai swasta/Wiraswasta
- Pelajar/mahasiswa
- Pensiunan/Ibu Rumah Tangga

d. pendapatan/bulan

- kurang dari Rp 1,000,000
- antara Rp 1,000,000 – Rp 5,000,000
- diatas Rp 5,000,000

e. pendidikan terakhir

- kurang dari/sama dengan SMU
- lebih dari SMU

2. Variabel Harapan

Harapan yaitu perkiraan atau keyakinan seseorang tentang apa yang akan diterimanya, apabila ia membeli barang maupun jasa.

Variabel harapan terdiri dari:

a. Tangibles (bukti langsung)

Meliputi : - tempat parkir

- lokasi bank yang strategis
- mesin ATM
- ruang tunggu yang nyaman
- kebersihan Bank Mandiri
- seragam para karyawan

b. Reliability (kehandalan)

Meliputi : - kecepatan dalam melayani nasabah

- ketepatan transaksi
- pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan
- ketrampilan para karyawan

c. Responsiveness (daya tanggap)

Meliputi : - tanggap dan cepat dalam menangani keluhan nasabah

- keinginan para staf dan semua karyawan untuk membantu para nasabah.
- karyawan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti

d. Assurance (jaminan)

Meliputi : - jaminan nasabah dari Bank Indonesia

- reputasi Bank Mandiri

e. Empati

Meliputi : - keramahan para karyawan

- kemampuan memahami kebutuhan nasabah

3. Variabel kinerja

Kinerja yaitu persepsi pelanggan terhadap apa yang ia rasakan setelah mengkonsumsi produk yang dibelinya. Variabel kinerja terdiri dari indikator-indikator yang sama dengan indikator yang terdapat dalam variabel harapan.

3.2. Instrumen Pengumpul Data

Penelitian tentang kepuasan nasabah ini menggunakan alat kuesioner sebagai instrumen pengumpul data dengan objek penelitian yaitu nasabah Bank Mandiri Cabang Gombong.

Kuesioner (angket) yaitu daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos atau diserahkan langsung kepada responden untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab dibawah pengawasan peneliti (S. Nasution, 1995, hal.128).

Kuesioner (angket) yang dibagikan berisi daftar pertanyaan untuk diisi oleh nasabah. Kuesioner terdiri dari 22 butir pertanyaan, 5 pertanyaan untuk mengetahui identitas responden dan pertanyaan mengenai kinerja dan harapan, masing-masing terdiri dari 17 butir pertanyaan. Pertanyaan mengenai identitas responden dan pertanyaan yang terkait dengan variabel kinerja dan harapan merupakan pertanyaan tertutup. Sifat data dari variabel penelitian adalah berskala interval, sedangkan skala pengukuran variabel menggunakan skala 5 tingkat (likert) dengan skor kuantitatif yang bergerak dari angka 1 sampai dengan 5. Atribut kinerja diukur mulai dari sangat buruk sampai sangat baik. Sedangkan atribut harapan, seharusnya diukur menggunakan sangat rendah sampai sangat tinggi, tetapi penulis menggunakan sangat tidak penting sampai sangat penting. Atribut-atribut pertanyaan diukur melalui penilaian responden tentang harapan dan kinerja. Bobot untuk masing-masing nilai adalah :

➤ Harapan	: Sangat Penting	= nilai 5
	Penting	= nilai 4
	Cukup Penting	= nilai 3
	Tidak Penting	= nilai 2
	Sangat Tidak Penting	= nilai 1
➤ Kinerja	: Sangat Baik	= nilai 5
	Baik	= nilai 4
	Cukup Baik	= nilai 3
	Buruk	= nilai 2
	Sangat Buruk	= nilai 1

3.3. Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data adalah informasi yang diakui kebenarannya dan akan menjadi dasar untuk dianalisis dalam penelitian.

3.3.1. Jenis Data

Jenis data menurut sumber data dapat dibedakan menjadi (1) data intern dan (2)ekstern. Data ekstern dapat dibedakan lagi menjadi (a) Data Primer dan (b) Data Sekunder. Dalam penelitian ini hanya menggunakan data primer saja.

- Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh penulis melalui penelitian secara langsung terhadap obyek penelitian, dalam hal ini adalah nasabah Bank Mandiri Cabang Gombong. Adapun instrumen pokok yang akan dipakai untuk mengambil

data adalah kuesioner yang didalamnya akan diajukan pertanyaan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan tema penelitian kepada objek yang diteliti.

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Data primer dapat diperoleh dengan beberapa cara :

a. Kuesioner

Kuesioner (angket) yaitu daftar pertanyaan yang didistribusikan melalui pos atau diserahkan langsung kepada responden untuk diisi dan dikembalikan atau dapat juga dijawab dibawah pengawasan peneliti (S. Nasution, 1995, hal.128).

Kuesioner (angket) yang dibagikan berisi daftar pertanyaan untuk diisi oleh nasabah. Kuesioner terdiri dari 22 butir pertanyaan, 5 pertanyaan untuk mengetahui identitas responden dan pertanyaan mengenai kinerja dan harapan masing-masing terdiri dari 17 butir pertanyaan.

b. Interview

Interview dilakukan dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihak bank untuk memperoleh keterangan yang berhubungan dengan sejarah dan perkembangan Bank Mandiri Gombong.

3.4 Uji Instrumen Penelitian

Suatu alat ukur yang baik adalah jika memenuhi 2 persyaratan, yakni valid dan reliabel. Valid adalah bahwa kuesioner tersebut benar-benar mengukur apa yang diukur, sedangkan reliabel adalah kuesioner tersebut mempunyai tingkat keajegan atau konsistensi yang tinggi. Oleh karena itu, data yang terkumpul harus mempunyai tingkat validitas dan reliabilitas yang tinggi. Untuk menguji valid

tidaknya dan reliabel tidaknya instrumen harapan konsumen dan kinerja bank menggunakan komputer program SPSS 11.00. Dalam mengadakan uji instrumen dilakukan pada sampel lainnya yang setara, sejumlah 30 orang.

3.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi product moment dari Pearson. Dengan menggunakan analisis korelasi product moment Pearson masing-masing item dalam variabel dapat diidentifikasi validitasnya. Suatu variabel harapan dapat dikatakan valid apabila diketahui bahwa item-item H1 s.d. H17 berkorelasi secara signifikan dengan variabel harapan secara keseluruhan. Variabel harapan berkorelasi signifikan pada $\alpha = 0,05$ (pada tingkat kesalahan kurang dari 0,05). Pada variabel kinerja dikatakan valid apabila diketahui bahwa item-item K1 s.d K17 berkorelasi secara signifikan dengan variabel kinerja secara keseluruhan. Variabel kinerja berkorelasi signifikan pada $\alpha = 0,05$ (pada tingkat kesalahan kurang dari 0,05). Berdasarkan hasil olahan data dari komputer dengan bantuan program SPSS 11.0 dapat diketahui bahwa validitas item-item pertanyaan yang mengukur kepuasan yaitu variabel harapan (H) dan kinerja (K) adalah signifikan, karena terjadi pada tingkat kesalahan kurang dari 0,05 yang dapat dilihat dari hasil pada tabel 3.1 dan tabel 3.2 berikut ini :

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas Korelasi Product Moment dari Pearson (Harapan)

Harapan	Korelasi harapan	Signifikan	Status
1	0,746	0,000	valid
2	0,702	0,000	valid
3	0,640	0,000	valid
4	0,469	0,009	valid
5	0,755	0,000	valid
6	0,597	0,000	valid
7	0,766	0,000	valid
8	0,627	0,000	valid
9	0,488	0,006	valid
10	0,585	0,001	valid
11	0,594	0,001	valid
12	0,540	0,002	valid
13	0,552	0,002	valid
14	0,713	0,000	valid
15	0,529	0,003	valid
16	0,497	0,005	valid
17	0,561	0,001	valid

Sumber : data primer

Hasil uji validitas korelasi product moment dari harapan dapat dilihat pada lampiran *Correlation* harapan.

Pada tabel 3.1 menjelaskan validitas item-item pertanyaan yang mengukur harapan konsumen. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa item-item H1 s.d. H17 berkorelasi secara signifikan dengan H secara keseluruhan.

Variabel harapan berkorelasi signifikan pada $\alpha = 0,05$ (pada tingkat kesalahan kurang dari 0,05).

Sedangkan untuk menjelaskan validitas item-item pertanyaan yang mengukur kinerja dapat dilihat pada tabel 3.2 sebagai berikut:

Tabel 3.2
Uji Validitas Korelasi Product Moment dari Pearson (kinerja)

Harapan	Korelasi harapan	Signifikan	Status
1	0,471	0,009	valid
2	0,567	0,001	valid
3	0,629	0,000	valid
4	0,609	0,000	valid
5	0,638	0,000	valid
6	0,710	0,000	valid
7	0,574	0,001	valid
8	0,424	0,020	valid
9	0,548	0,002	valid
10	0,515	0,004	valid
11	0,593	0,001	valid
12	0,598	0,000	valid
13	0,529	0,003	valid
14	0,431	0,018	valid
15	0,585	0,001	valid
16	0,431	0,017	valid
17	0,455	0,011	valid

Sumber : data primer

Pada tabel 3.2 dapat diketahui bahwa item-item K1 s.d. K17 berkorelasi secara signifikan dengan K secara keseluruhan, karena variabel kinerja berkorelasi

signifikan pada 0,05 level atau $\alpha = 0,05$ (pada tingkat kesalahan kurang dari 0,05).

Hasil uji validitas korelasi product moment dari Pearson (kinerja) dapat dilihat pada lampiran *Correlation Kinerja*. Kedua tabel diatas membuktikan bahwa item-item diatas mengukur variabel dengan valid. Variabel harapan dan kinerja berkorelasi pada 0,05 level atau $\alpha = 0,05$ (pada tingkat kesalahan kurang dari 0,05)

3.4.2 Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila nilai α lebih besar dari 0,6 ((Nunnally, 1969) dalam Imam Ghazali 2002, hal 133). Berdasarkan hasil olahan data dari komputer dengan bantuan program SPSS 11.0 dapat diketahui bahwa semua item reliabel andal, dilihat dari hasil pada tabel 3.3 dibawah ini :

Tabel 3.3
Hasil Uji reliabilitas Variabel Harapan dan Kinerja

Variabel	Alpha	Status
Harapan	0,7522	Andal
Kinerja	0,7442	Andal

Sumber : data primer

Hasil uji reliabilitas variabel kepuasan dapat dilihat pada lampiran *Reliability*. Dari pengujian reliabilitas, data relatif cukup konsisten karena $\alpha > 0,6$. Variabel kepuasan yaitu harapan dan kinerja, koefisien reliabilitasnya masing-masing sebesar 0,7522 dan 0,7442 artinya bahwa 75,22% dan 74,42% alat pengukur pada variabel kepuasan dalam penelitian ini dapat dipercaya.

3.5. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah kumpulan seluruh unsur yang ditentukan sebelum tahap seleksi sampel dimulai (Thomas C. Kinnear dan James R. Taylor, Riset Pemasaran, 1992). Populasi yang akan diteliti adalah semua nasabah yang pernah menggunakan dan sedang menggunakan jasa Bank Mandiri Cabang Gombong. Saat ini populasi yang terdapat di Bank Mandiri Cabang Gombong adalah sebanyak 2542 nasabah, yang dibedakan menjadi nasabah laki-laki sebanyak 1304 orang dan nasabah perempuan sebanyak 1238 orang.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya diteliti. Sedangkan teknik pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus (Dajan, A, Pengantar Metode Statistik, 1984)

$$n = \frac{(Z_{1/2\alpha})^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{E^2(N-1) + (Z_{1/2\alpha})^2 \cdot p \cdot q}$$

Dimana diketahui :

$Z_{1/2\alpha}$ = Nilai Z (dari tabel Z)

α = Tingkat kesalahan data yang ditoleransi peneliti

n = Jumlah sampel

p = Nilai proporsi dari nasabah laki-laki

q = Nilai proporsi dari nasabah perempuan

E = Deviasi sampling yang diinginkan penelitian (keputusan subjektif)

N = Jumlah populasi penelitian

Peneliti menggunakan koefisien konfidensi atau derajat keyakinan 5% karena umum dipakai dan telah ditetapkan dalam bidang ekonomi (Nugroho Budi Yuwono, 1996), juga sama artinya dengan menggunakan nilai Z-skor 1,96. Nilai Z-skor 1,96 memiliki daerah probabilitas sebanyak 95%, jadi daerah penerimaan itu adalah seluas 95% dan kemungkinan terjadi kesalahan hanya 5%, karena apabila kesalahan semakin besar akan mempengaruhi kerepresentatifan sampel yang bersangkutan (Burhan Nurgiyanto, et.al, 2000). Sedangkan tingkat kesalahan penyebaran angket yang ditolerir (E), penulis menggunakan 0,1, berarti kesalahan penyebaran angket tidak boleh lebih dari 10%. Apabila kesalahan penyebaran angket lebih dari 10%, berarti penulis harus mengganti angket dengan angket baru.

$$Z_{1,2\alpha} = 1.96$$

$$N = 2542$$

$$E = 0.1$$

$$p = \frac{1304}{2542} = 0.5130$$

$$q = \frac{1238}{2542} = 0.4870$$

maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot (0.5130) \cdot (0.4870) \cdot 2542}{(0.1)^2 \cdot (2542 - 1) + (1.96)^2 \cdot (0.5130) \cdot (0.4870)}$$

$$n = \frac{2439.69}{26.37}$$

$$n = 92.52 \text{ (dibulatkan menjadi 93 nasabah)}$$

Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah Accidental sampling, yaitu teknik sampling yang dijadikan anggota sampel adalah nasabah yang sedang melakukan transaksi di Bank Mandiri.

3.6. Teknik Analisis

Dalam penelitian ini digunakan 2 macam teknik analisis, yaitu analisis deskriptif dan analisis statistika.

1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif adalah analisis dengan merinci dan menjelaskan secara panjang lebar keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat. Keterangan dan penjelasan ini berupa presentasi tentang hal-hal yang ada hubungannya dengan harapan konsumen dan kinerja yang diberikan oleh Bank Mandiri.

2. Analisis Statistika

Analisis Statistika adalah analisis yang dilakukan dengan menggunakan teknik statistika. Untuk menguji metode ini, maka perhitungan statistik yang dipergunakan adalah :

3.6.1 Analisis Nilai Rata-Rata Hitung (*Arithmetic Mean*)

- Rumus ini untuk mengukur tinggi rendahnya kepuasan nasabah Bank Mandiri dilihat dari kinerja dan harapan, yaitu dengan menjumlahkan seluruh nilai dan kemudian membaginya dengan banyaknya subyek (data).

Rumus rata-rata hitung adalah sebagai berikut (Sutrisno Hadi, 1993, hal. 247) :

$$\bar{X} = \frac{\sum fX}{N}$$

Dimana diketahui :

$\bar{X}$ = Rata-rata hitung

f = frekuensi jawaban pada setiap alternatif jawaban

X = Jumlah skor

N = Jumlah subyek

Dari rumus tersebut akan diperoleh hasil rata-rata hitung untuk masing-masing variabel yang diukur, yaitu variabel harapan dan kinerja.

- Kesenjangan antara kinerja dan harapan

Dari hasil rata-rata hitung kinerja dan harapan, langkah selanjutnya yaitu membandingkan diantara keduanya. Dari perbandingan tersebut akan diperoleh kesenjangan, dimana skor kesenjangan maksimalnya adalah 4 dan skor kesenjangan minimalnya adalah -4 Apabila skor kesenjangan bertanda positif, berarti konsumen merasa puas terhadap kinerja bank, sebaliknya, apabila skor kinerja bertanda negatif, berarti konsumen

merasa tidak puas terhadap kinerja bank. Untuk lebih jelasnya, skor kesenjangan tersebut dikelompokkan kedalam 5 interval. Untuk kasus ini intervalnya adalah : $8/5 = 1,6$

Dari hasil kelas interval yang didapat, seterusnya dapat dicari kriteria penelitian sebagai berikut :

$(-4) - (-2,4)$	=	Sangat Tidak Puas
$(-2,4) - (-0,8)$	=	Tidak Puas
$(-0,8) - (0,8)$	=	Cukup Puas
$(0,8) - (2,4)$	=	Puas
$(2,4) - (4)$	=	Sangat Puas

Sebagai contoh, diperoleh skor kinerja 5, dan skor harapan 1, ini berarti terdapat kesenjangan sebanyak 4. Dan kesimpulan yang dapat diambil yaitu konsumen merasa sangat puas terhadap kinerja Bank Mandiri.

3.6.2 Analisis Uji Jenjang Bertanda Wilcoxon

Menurut Djarwanto (2001 :215 dan 220-222) uji ini berlaku untuk 2 sampel berpasangan dengan skor yang berskala ordinal. Uji jenjang bertanda Wilcoxon merupakan penyempurnaan dari “uji tanda” yakni disamping memperhatikan tanda positif dan negatif, besarnya beda juga diperhatikan. Anggapan yang diperlukan dalam penggunaan uji jenjang bertanda wilcoxon adalah perbedaan antara pasangan skor (di) merupakan distribusi yang simetris. Untuk mengetahui ada tidaknya

perbedaan harapan nasabah dengan kinerja bank, maka digunakan uji jenjang bertanda wilcoxon.

- **Prosedur Pengujian Hipotesis**

Prosedur pengujian hipotesis tersebut adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan Hipotesis

H_0 = tidak ada perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank

H_a = ada perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank

2. Kriteria Pengujian

menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis dengan menggunakan probabilitas $\alpha = 0,05$

- H_0 diterima atau H_a ditolak, jika probabilitas $> \alpha$

- H_0 ditolak atau H_a diterima, jika probabilitas $< \alpha$

3. Perhitungan

Tahap perhitungan ini dilakukan dengan mendasarkan pada masing-masing hipotesis dan alat analisis yang dipergunakan, menghitungnya dengan menggunakan fasilitas komputer program Excel 2002 dan SPSS Ver 11.0

4. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dengan menggunakan prosedur 2 dan 3, dapat ditentukan diterima atau ditolaknya hipotesis.

3.6.3 Analisis Uji Beda Jenjang Kruskal-Wallis

Uji Kruskal Wallis (uji H) berlaku untuk sampel independent dengan skor berskala ordinal (Djarwanto, 2001:261 dan 265-267). Uji Kruskal Wallis dipergunakan sebagai alternative dari analisis variance satu arah (one way analysis of variance), bila uji ini tidak memerlukan anggapan bahwa populasi dimana sampel diambil mempunyai distribusi normal dan mempunyai variance sama. Anggapannya adalah bahwa variabel random dimana berbagai sampel diperbandingkan berdistribusi kontinue. Oleh karena skornya berskala ordinal, maka uji ini dinamakan Analisis Variance Ranging Satu arah Kruskal-Wallis.

Untuk menjelaskan ada atau tidaknya perbedaan tingkat kepuasan nasabah menurut karakteristik konsumen dapat menggunakan alat analisis tersebut.

- **Prosedur Pengujian Hipotesis**

Prosedur pengujian hipotesis tersebut adalah sebagai berikut :

1. *Merumuskan hipotesis formal*

Tahapan ini telah dilakukan seperti yang ada dalam hipotesis.

2. *Merumuskan hipotesis operasional (statistik)*

Dari hipotesis formal dapat dirumuskan hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) sebagai berikut :

- Hipotesis Nihil (H_0) =
Tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah bank.
Perbedaan ini berdasar pada gender, usia, pekerjaan, pendapatan, pendidikan.
- Hipotesis Alternatif (H_a) = Rumusan dari hipotesis ini merupakan kebalikan dari rumusan hipotesis nihil (H_0).

3. *Kriteria Pengujian*

Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis dengan menggunakan probabilitas $\alpha = 0,05$

- ✓ H_0 diterima atau H_a ditolak, jika probabilitas $> \alpha$
- ✓ H_0 ditolak atau H_a diterima, jika probabilitas $< \alpha$

4. *Menyatakan Hipotesis*

H_0 = tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan karakteristik nasabah.

H_a = terdapat perbedaan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan karakteristik nasabah

5. *Menghitung probabilitas (p)*

Tahap perhitungan ini dilakukan dengan mendasarkan pada masing-masing hipotesis dan alat analisis yang dipergunakan, menghitungnya dengan menggunakan fasilitas komputer program Excel 2002 dan SPSS Ver 11.0

6. *Pengambilan Keputusan*

Pengambilan keputusan merujuk pada hasil prosedur ke 3 tahap

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Data yang digunakan dalam analisis ini diperoleh peneliti dengan cara menyebarkan kuesioner kepada nasabah Bank Mandiri cabang Gombong.

Analisa statistik digunakan untuk menguji kebenaran hipotesis dengan menggunakan analisis Nilai Rata-Rata Hitung, analisis uji jenjang bertanda Wilcoxon dan pendekatan uji beda jenjang Kruskal Wallis.

Dengan demikian akan dibuktikan hipotesis tentang adanya perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja yang diberikan oleh Bank Mandiri cabang Gombong, serta adanya perbedaan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendapatan, dan pendidikan.

Dalam proses pengolahan data dalam penelitian menggunakan program bantu komputer program excel 2002 dan SPSS Ver.11.0

4.1. Analisis Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden digunakan untuk mengetahui gambaran umum nasabah Bank Mandiri Cabang Gombong. Analisis ini menggunakan data yang diperoleh dari kuisisioner untuk menerangkan gender nasabah, usia rata-rata, pekerjaan, pendapatan perbulan dan tingkat pendidikan. Dari data ini kemudian di deskripsikan untuk mengetahui klasifikasi secara umum dari keseluruhan nasabah Bank Mandiri cabang Gombong.

4.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil jawaban kuisisioner yang diajukan kepada responden, dapat diketahui :

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Pria	48	51,61%
Wanita	45	48,39%
jumlah	93	100%

Sumber : data primer

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa dari 93 orang responden, 48 orang (51,61%) adalah pria, dan 45 orang (48,39%) adalah wanita. Dari data tersebut nampak bahwa sebagian besar nasabah Bank Mandiri cabang Gombong adalah pria.

4.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Dari hasil jawaban kuesioner yang diajukan kepada nasabah dengan tiga tingkatan klasifikasi, diketahui :

Tabel 4.2
Usia Responden

Usia	Jumlah	Persentase
Kurang dari 20 tahun	12	12,91%
Antara 20 – 35 tahun	48	51,61%
Lebih dari 35 tahun	33	35,48%
Jumlah	93	100%

Sumber : data primer

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa dari 93 responden, 12 orang (12,90%) adalah berusia kurang dari 20 tahun, 48 orang (51,61%) adalah berusia antara 20-35 tahun, dan 33 orang (35,48%) adalah berusia lebih dari 35 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas nasabah Bank Mandiri cabang Gombong adalah berusia antara 20-35 tahun.

4.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Dari hasil perhitungan atas jawaban nasabah mengenai pekerjaan dengan empat klasifikasi dapat diketahui :

Tabel 4.3
Pekerjaan Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS/TNI/Polisi	23	24,73%
Pegawai Swasta/Wiraswasta	32	34,41%
Pelajar/Mahasiswa	18	19,35%
Pensiunan/Ibu Rumah tangga	20	21,51%
Jumlah	93	100%

Sumber : data primer

Karakteristik responden ditinjau dari jenis pekerjaannya menunjukkan bahwa 23 orang (24,73%) adalah bekerja sebagai PNS/TNI/Polisi, 32 orang (34,41%) bekerja sebagai Pegawai Swasta/Wiraswasta, 18 orang (19,35%) bekerja sebagai Pelajar/Mahasiswa, dan 20 orang (21,51) bekerja sebagai Pensiunan/Ibu Rumah Tangga. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden bekerja sebagai Pegawai Swasta/Wiraswasta.

4.1.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Dari hasil perhitungan atas jawaban nasabah mengenai karakteristik pendapatan perbulan dengan tiga klasifikasi dapat diketahui :

Tabel 4.4
Tingkat Pendapatan Responden

Pendapatan	Jumlah	Persentase
Kurang dari Rp 1.000.000	26	27,95%
Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	64,52%
Lebih dari Rp 5.000.000	7	7,53%
Jumlah	93	100%

Sumber : data primer

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa dari 93 responden, 26 orang (27,96%) adalah berpenghasilan kurang dari Rp.1.000.000 perbulan, 60 orang (64,52%) berpenghasilan Rp.1.000.000-Rp.5.000.000 perbulan, dan 7 orang (7,53%) adalah berpenghasilan lebih dari Rp.5.000.000 perbulan. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah Bank Mandiri cabang Gombong mayoritas berpenghasilan Rp.1.000.000-Rp.5.000.000 perbulan.

4.1.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Dari hasil jawaban kuesioner yang diajukan kepada nasabah dengan dua klasifikasi , diketahui :

Tabel 4.5
Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Persentase
Kurang dari/sama dengan SMU	42	45,16%
Lebih dari SMU	51	54,84%
jumlah	93	100%

Sumber : data primer

Berdasarkan tabel 4.5 dapat dilihat bahwa dari 93 responden, 42 orang (45,16%) responden adalah berpendidikan kurang dari/sama dengan SMU, dan 51 orang (54,84%) responden adalah berpendidikan lebih dari SMU. Jadi dapat dilihat bahwa sebagian besar responden adalah berpendidikan lebih dari SMU.

4.2. Analisis Statistika

Analisis statistika ini merupakan sebuah proses penghitungan data yang dimiliki, dengan metode statistik berupa rata-rata hitung, uji jenjang bertanda Wilcoxon, dan uji beda jenjang Kruskal-Wallis. Dalam pengolahan data dalam penelitian, penulis menggunakan program bantu komputer program Excel 2002 dan SPSS Ver 11.0.

4.2.1. Analisis Uji Jenjang Bertanda Wilcoxon

Dalam bagian sub bab ini, pembahasan didasarkan pada hasil perhitungan yang terjadi pada tabel statistik induk dilampiran rata-rata hitung dan analisis Wilcoxon dilampiran analisis Wilcoxon.

Analisis rata-rata hitung digunakan untuk mengukur tinggi rendahnya kepuasan nasabah Bank Mandiri dilihat dari kinerja bank dan harapan nasabah,

yaitu dengan menjumlahkan seluruh nilai yang diperoleh berdasarkan pemberian skor terhadap item-item dari pertanyaan yang disebarkan penulis kepada 93 nasabah dan kemudian membaginya dengan banyaknya subyek (data). Rumus rata-rata yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum fX}{N}$$

Sedangkan anlasis Wilcoxon digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank. Adapun prosedur hipotesis untuk analisis Wilcoxon adalah sebagai berikut :

1. Merumuskan Hipotesis

H_0 = tidak ada perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank

H_a = ada perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank

2. Kriteria Pengujian

menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis dengan menggunakan probabilitas $\alpha = 0,05$

- H_0 diterima atau H_a ditolak, jika probabilitas $> \alpha$

- H_0 ditolak atau H_a diterima, jika probabilitas $< \alpha$

3. Perhitungan

Tahap perhitungan ini dilakukan dengan mendasarkan pada masing-masing hipotesis dan alat analisis yang dipergunakan, menghitungnya dengan menggunakan fasilitas komputer program Excel 2002 dan SPSS Ver 11.0

4. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan dengan menggunakan prosedur 2 dan 3, dapat ditentukan diterima atau ditolaknya hipotesis.

Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel 4.6 sebagai berikut :

Tabel 4.6
Rekapitulasi Hasil Perbedaan Kinerja dan Harapan

Pertanyaan	K	H	Gap	Rang king	Keterangan Signifikansi	Keterangan Gap
Fasilitas tempat parkir yang tersedia sangat memadai	4.3	4.1	0.2	4	Ada Perbedaan	Cukup Puas
Lokasi Bank yang strategis	4.7	4.1	0.6	3	Ada Perbedaan	Cukup Puas
Mesin ATM yang selalu on-line	4.7	4.6	0.1	5	Tidak Ada Perbedaan	Cukup Puas
Layout kantor dan kenyamanan ruang tunggu yang dilengkapi dengan <i>Air Conditioner (AC)</i>	4.5	3.8	0.7	2	Ada Perbedaan	Cukup Puas
Kebersihan kantor bank	4.5	3.8	0.7	2	Ada Perbedaan	Cukup Puas
Kerapian dan penampilan petugas bank	4.6	3.8	0.8	1	Ada Perbedaan	Cukup Puas
Pelayanan dimulai ketika nasabah tiba	4.6	4.6	0	6	Tidak Ada Perbedaan	Cukup Puas
Petugas bank menyelesaikan transaksi dengan cepat dan teliti	4.8	4.8	0	6	Tidak Ada Perbedaan	Cukup Puas
Pengetahuan yang dimiliki para petugas bank	4.7	4.6	0.1	5	Tidak Ada Perbedaan	Cukup Puas
Ketrampilan para petugas dalam melayani nasabah	4.7	4.6	0.1	5	Tidak Ada Perbedaan	Cukup Puas
Kemampuan para petugas untuk cepat dan tanggap menyelesaikan keluhan nasabah	4.6	4.6	0	6	Tidak Ada Perbedaan	Cukup Puas
Keinginan para petugas bank untuk memberikan bantuan	4.8	4.1	0.7	2	Ada Perbedaan	Cukup Puas
Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	4.6	4.6	0	6	Tidak Ada Perbedaan	Cukup Puas

Jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan dibank	4.7	4.7	0	6	Tidak Ada Perbedaan	Cukup Puas
Reputasi bank yang baik dimata masyarakat	4.6	3.9	0.7	2	Ada Perbedaan	Cukup Puas
Keramahan para petugas kepada masyarakat	4.6	3.8	0.8	1	Ada Perbedaan	Cukup Puas
Memberikan perhatian secara khusus terhadap apa yang diinginkan nasabah	4.7	4.1	0.6	3	Ada Perbedaan	Cukup Puas
Total rata-rata	4.63	4.27	0.38	0.000	Ada Perbedaan	Cukup Puas

Sumber : data primer

Keterangan gap didasarkan pada interval 1.6 dibawah ini:

(2,4) - (4)	=	Sangat Puas
(0,8) - (2,4)	=	Puas
(-0,8) - (0,8)	=	Cukup Puas
(-2,4) - (-0,8)	=	Tidak Puas
(-4) - (-2,4)	=	Sangat Tidak Puas

Dari tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa item-item pertanyaan dari masing-masing variabel telah dirata-rata dan menghasilkan gap antara harapan nasabah dengan kinerja bank dan taraf signifikansi. Pada analisis uji jenjang bertanda Wilcoxon ini penulis menggunakan taraf signifikansi 0.05. Dikatakan signifikan apabila $\alpha < 0.05$. Dari hasil analisis ini, ada beberapa item pertanyaan yang signifikan, yaitu :

Pada item pertanyaan pertama, yaitu fasilitas tempat parkir yang tersedia sangat memadai diperoleh gap sebanyak 0.2 dan signifikansi sebanyak 0.001. Ini menandakan bahwa nasabah merasa cukup puas dan signifikan terhadap fasilitas

tempat parkir yang disediakan oleh bank, karena gap berada pada interval antara -0.8 – 0.8 dan ada perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Untuk item pertanyaan kedua, yaitu lokasi bank yang strategis diperoleh gap sebanyak 0.6 dan signifikansi sebanyak 0.000. Hal ini menandakan bahwa nasabah merasa cukup puas dan signifikan terhadap lokasi bank yang strategis, karena gap berada pada interval antara -0.8 – 0.8 dan ada perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Pada item pertanyaan ketiga, yaitu layout kantor dan kenyamanan ruang tunggu yang dilengkapi dengan *Air Conditioner (AC)* diperoleh gap sebanyak 0.7 dan signifikansi sebanyak 0.000. Hal ini menandakan bahwa nasabah merasa cukup puas dan signifikan terhadap layout kantor dan kenyamanan ruang tunggu yang dilengkapi dengan *Air Conditioner (AC)*, karena gap berada pada interval -0.8 – 0.8 dan ada perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Pada item pertanyaan kelima, yaitu kebersihan kantor bank diperoleh gap sebanyak 0.7 dan signifikansi sebanyak 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas dan signifikan terhadap kebersihan bank, karena gap berada pada interval antara -0.8 – 0.8 dan terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Adapun pertanyaan pada item keenam, yaitu kerapian dan penampilan petugas bank diperoleh gap sebanyak 0.8 dan signifikansi sebanyak 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas dan signifikan terhadap kerapian dan penampilan petugas bank, karena gap berada pada interval antara -0.8 – 0.8 dan terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Pada item pertanyaan keduabelas, yaitu keinginan para petugas untuk memberikan bantuan diperoleh gap sebanyak 0.7 dan signifikansi sebanyak 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas dan signifikan terhadap keinginan para petugas bank untuk memberikan bantuan, karena gap berada pada interval antara -0.8 – 0.8 dan terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Pada item pertanyaan kelimabelas, yaitu reputasi bank yang baik dimata masyarakat diperoleh gap sebanyak 0.7 dan signifikansi sebanyak 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas dan signifikan terhadap reputasi bank, karena gap berada pada interval antara -0.8 – 0.8 dan terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Pada item pertanyaan keenambelas, yaitu keramahan petugas kepada masyarakat diperoleh gap sebanyak 0.8 dan signifikansi sebanyak 0.000. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas dan signifikan terhadap keramahan para petugas bank, karena gap berada pada interval antara -0.8 – 0.8 dan terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Pada item pertanyaan ketujuhbelas, yaitu memberikan perhatian secara khusus terhadap apa yang diinginkan nasabah diperoleh gap sebanyak 0.6 dan signifikansi sebanyak 0.001. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas dan signifikan terhadap perhatian khusus yang diberikan petugas, karena gap berada pada interval antara -0.8 – 0.8 dan terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Selain itu ada beberapa item pertanyaan yang tidak signifikan, karena α lebih besar dari 0.05 ($\alpha > 0.05$), yaitu pada item pertanyaan keempat, Mesin ATM yang selalu online diperoleh gap sebanyak 0.1 dan signifikansi sebanyak 0.881. Hal ini menandakan bahwa nasabah merasa cukup puas dan tidak signifikan terhadap mesin ATM yang selalu on-line, karena gap berada pada interval antara -0.8 – 0.8 dan tidak terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Pada item pertanyaan ketujuh, yaitu pelayanan dimulai secepatnya ketika nasabah tiba diperoleh gap sebanyak 0 dan signifikansi sebanyak 0.058. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas dan tidak signifikan terhadap kecepatan dalam melayani nasabah, karena gap berada pada interval antara -0.8 – 0.8 dan tidak terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Pada item pertanyaan kedelapan, yaitu petugas bank menyelesaikan transaksi dengan cepat dan teliti diperoleh gap sebanyak 0 dan signifikansi sebanyak 0.723. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas dan tidak signifikan terhadap ketelitian dan ketepatan petugas dalam menyelesaikan transaksi, karena gap berada pada interval antara -0.8 – 0.8 dan tidak terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Pada item pertanyaan kesembilan, yaitu pengetahuan yang dimiliki para petugas bank diperoleh gap sebanyak 0.1 dan signifikansi sebanyak 0.537. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas dan tidak signifikan terhadap pengetahuan para petugas, karena gap berada pada interval antara -0.8 – 0.8 dan tidak terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Pada item pertanyaan kesepuluh, yaitu ketrampilan para petugas dalam melayani nasabah diperoleh gap sebanyak 0.1 dan signifikansi sebanyak 0.403. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas dan tidak signifikan terhadap ketrampilan petugas dalam melayani nasabah, karena gap berada pada interval antara -0.8 – 0.8 dan tidak terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Pada item pertanyaan kesebelas, yaitu kemampuan para petugas untuk cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan nasabah diperoleh gap sebanyak 0 dan signifikansi sebanyak 0.351. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas dan tidak signifikan terhadap kemampuan para petugas untuk cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan nasabah, karena gap berada pada interval antara -0.8 – 0.8 dan tidak terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Pada item pertanyaan ketigabelas, yaitu petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti diperoleh gap sebanyak 0 dan signifikansi sebanyak 0.080. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas dan tidak signifikan terhadap informasi yang jelas dan mudah dimengerti yang diberikan oleh petugas bank, karena gap berada pada interval antara -0.8 – 0.8 dan tidak terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Pada item pertanyaan keempatbelas, yaitu jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank diperoleh gap sebanyak 0 dan signifikansi sebanyak 0.052. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas dan tidak signifikan terhadap informasi yang jelas dan mudah dimengerti yang

diberikan oleh petugas bank, karena gap berada pada interval antara $-0.8 - 0.8$ dan tidak terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Dari tabel 4.7 tersebut dapat dilihat bahwa nasabah sudah **cukup puas** terhadap kinerja bank pada semua pertanyaan yang mencakup lima dimensi. Untuk **signifikansi**, pada beberapa item pertanyaan yang diteliti (sebanyak 9 pertanyaan) yaitu signifikan, karena α lebih kecil dari 0.05 dan ini berarti bahwa, hipotesis nol (H_0) ditolak dan berarti ada perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank. Dan terdapat 8 pertanyaan yang tidak signifikan, karena nilai α lebih besar dari 0.05, dan ini berarti tidak terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa karena sebagian besar nilai signifikansi semua indikator pertanyaan kepuasan, yaitu harapan dan kinerja lebih kecil dari 0.05, maka dalam penelitian ini dinyatakan bahwa **ada perbedaan** antara harapan nasabah dengan kinerja bank.

4.2.2. Analisis Uji Beda Jenjang Kruskal-Wallis

Analisis uji beda jenjang Kruskal-Wallis digunakan untuk menjelaskan ada atau tidaknya perbedaan tingkat kepuasan nasabah menurut karakteristik konsumen. Adapun prosedur hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. Merumuskan hipotesis formal

Tahapan ini telah dilakukan seperti yang ada dalam hipotesis.

2. Merumuskan hipotesis operasional (statistik)

Dari hipotesis formal dapat dirumuskan hipotesis nihil (H_0) dan hipotesis alternatif (H_a) sebagai berikut :

- Hipotesis Nihil (H_0) = Tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah bank. Perbedaan ini berdasar pada gender, usia, pekerjaan, pendapatan, pendidikan.
- Hipotesis Alternatif (H_a) = Rumusan dari hipotesis ini merupakan kebalikan dari rumusan hipotesis nihil (H_0).

3. Kriteria Pengujian

Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis dengan menggunakan probabilitas $\alpha = 0,05$

- ✓ H_0 diterima atau H_a ditolak, jika probabilitas $> \alpha$
- ✓ H_0 ditolak atau H_a diterima, jika probabilitas $< \alpha$

4. Menyatakan Hipotesis

H_0 = tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan karakteristik nasabah.

H_a = terdapat perbedaan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan karakteristik nasabah

5. Menghitung probabilitas (p)

Tahap perhitungan ini dilakukan dengan mendasarkan pada masing-masing hipotesis dan alat analisis yang dipergunakan, menghitungnya dengan menggunakan fasilitas komputer program Excel 2002 dan SPSS Ver 11.0

6. Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan merujuk pada hasil prosedur ke 3 tahap

4.2.2.1 Kepuasan Nasabah Menurut Gender

Dari analisis rata-rata dan analisis kruskal Wallis diperoleh hasil pengolahan pada tabel 4.7 sebagai berikut:

Tabel 4.7
Kepuasan Menurut Gender

No.	Indikator Konsumen	Rata-rata		Signifi kansi
		Pria	Wanita	
1.	Fasilitas tempat parkir yang tersedia sangat memadai	0.04	0.24	0.207
2.	Lokasi bank yang strategis	0.56	0.47	0.707
3.	Mesin ATM yang selalu on-line	0.10	0.11	0.813
4.	Layout kantor dan kenyamanan ruang tunggu yang dilengkapi dengan <i>Air Conditioner (AC)</i>	0.62	0.69	0.641
5.	Kebersihan kantor bank	0.77	0.67	0.450
6.	Kerapian dan penampilan petugas bank	0.79	0.76	0.810
7.	Pelayanan dimulai secepatnya ketika nasabah tiba	-0.06	0.04	0.623
8.	Petugas bank menyelesaikan transaksi dengan tepat dan teliti	0.02	0.11	0.401
9.	Pengetahuan yang dimiliki para petugas	0.08	0.13	0.672
10.	Ketrampilan para petugas dalam melayani nasabah	0.08	0.24	0.273
11.	Kemampuan para petugas untuk cepat dan tanggap menyelesaikan keluhan nasabah	-0.04	0.11	0.304
12.	Keinginan para petugas untuk memberikan bantuan	0.65	0.76	0.598
13.	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	0.02	0.04	0.794
14.	Jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank	-0.13	0.07	0.215
15.	Reputasi yang baik di mata masyarakat	0.67	0.64	0.967
16.	Keramahan para petugas kepada nasabah	0.90	0.84	0.694
17.	Memberikan perhatian khusus terhadap apa yang diinginkan nasabah	0.77	0.44	0.087
	Atribut Total	5.90	6.44	0.902

Sumber : data primer

Dari tabel 4.7 dapat diperoleh nilai rata-rata kepuasan nasabah tertinggi pada nasabah berdasarkan jenis kelamin pria adalah pada indikator keramahan petugas kepada nasabah sebesar 0.90 dan penilaian kepuasan nasabah terendah terdapat pada atribut jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank. Sedangkan untuk nasabah wanita diperoleh nilai rata-rata kepuasan tertinggi pada indikator keramahan para petugas kepada nasabah sebesar 0.84 dan penilaian terendah terdapat pada atribut pelayanan dimulai secepatnya ketika nasabah tiba dan petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti sebesar 0.04.

Dari tabel 4.7 dan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa, karena nilai signifikansi sebagian besar indikator kepuasan lebih besar dari 0.05 dan karena nilai indikator total nilai signifikansi lebih besar dari 0.05, maka dalam penelitian ini hipotesis nol (H_0) diterima dan berarti bahwa **tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan gender.**

4.2.2.2 Kepuasan Nasabah Menurut Usia

Dari analisis rata-rata dan analisis kruskal Wallis diperoleh hasil pengolahan pada tabel 4.8 sebagai berikut:

Tabel 4.8
Kepuasan Menurut Usia

No.	Indikator Konsumen	Rata-rata			Signifi kansi
		<20 Th	20-35 Th	>35 Th	
1.	Fasilitas tempat parkir yang tersedia sangat memadai.	-0.17	0.13	0.27	0.457
2.	Lokasi bank yang strategis	0.42	0.40	0.73	0.156
3.	Mesin ATM yang selalu on-line	0.17	0.13	0.06	0.847
4.	Layout kantor dan kenyamanan ruang tunggu yang dilengkapi dengan <i>Air Conditioner (AC)</i>	0.67	0.69	0.76	0.551
5.	Kebersihan kantor bank	0.25	0.71	0.94	0.058
6.	Kerapian dan penampilan petugas bank	0.75	-0.06	0.88	0.648
7.	Pelayanan dimulai secepatnya ketika nasabah tiba	0.17	0.04	0.00	0.777
8.	Petugas bank menyelesaikan transaksi dengan tepat dan teliti	0.25	0.15	0.03	0.438
9.	Pengetahuan yang dimiliki para petugas	-0.08	0.13	0.12	0.549
10.	Ketrampilan para petugas dalam melayani nasabah	0.00	0.00	0.27	0.459
11.	Kemampuan para petugas untuk cepat dan tanggap menyelesaikan keluhan nasabah	-0.08	0.65	0.12	0.674
12.	Keinginan para petugas untuk memberikan bantuan	0.67	0.00	0.79	0.750
13.	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	0.33	0.06	-0.03	0.261
14.	Jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank	0.08	0.69	-0.15	0.258
15.	Reputasi yang baik dimata masyarakat	0.25	0.81	0.76	0.226
16.	Keramahan para petugas kepada nasabah	0.67	0.52	1.03	0.265
17.	Memberikan perhatian khusus terhadap apa yang diinginkan nasabah	0.83	0.52	0.67	0.501
	Atribut total	5.00	5.71	7.24	0.383

Sumber : data primer

Dari tabel 4.8 tersebut dapat diperoleh nilai rata-rata kepuasan nasabah tertinggi pada nasabah berdasarkan usia <20 tahun adalah pada indikator memberikan perhatian khusus terhadap apa yang diinginkan nasabah sebesar 0.83 dan kepuasan terendah terdapat pada atribut fasilitas tempat parkir sebesar -0.17. Pada nasabah usia antara 20-35 tahun diperoleh nilai rata-rata kepuasan tertinggi pada indikator reputasi bank yang baik dimata masyarakat sebesar 0.81 dan

kepuasan terendah terdapat pada atribut kerapian dan penampilan petugas bank yaitu sebesar -0.06. Sedangkan pada nasabah usia diatas 35 tahun diperoleh nilai rata-rata tertinggi pada indikator keramahan para petugas kepada nasabah yaitu sebesar 1.03 dan nilai rata-rata terendah terdapat pada atribut jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank yaitu sebesar -0.15.

Dari tabel 4.8 dan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa, karena sebagian besar nilai signifikansi semua indikator kepuasan lebih besar dari 0.05, maka dalam penelitian ini hipotesis nol (H_0) diterima dan berarti bahwa **tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan usia.**

4.2.2.3 Kepuasan Nasabah Menurut Pekerjaan

Dari analisis rata-rata dan analisis kruskal Wallis diperoleh hasil pengolahan pada tabel 4.9 sebagai berikut:

Tabel 4.9
Kepuasan Menurut Pekerjaan

No.	Indikator Konsumen	Rata-rata				Signififikasi
		PNS/TNI/Polisi	P.Swasta/Wiraswta	Pelajar/Mhs	Pensiun/Ibu RT	
1.	Fasilitas tempat parkir yang tersedia sangat memadai.	0.22	0.00	-0.21	0.60	0.038
2.	Lokasi bank yang strategis	0.70	0.55	0.32	0.45	0.465
3.	Mesin ATM yang selalu on-line	-0.04	0.06	0.16	0.30	0.308
4.	Layout kantor dan kenyamanan ruang tunggu yang dilengkapi dengan <i>Air Conditioner (AC)</i>	0.74	0.39	0.74	0.90	0.075
5.	Kebersihan kantor bank	0.78	0.71	0.42	0.95	0.311
6.	Kerapian dan penampilan petugas bank	0.83	0.61	0.68	1.05	0.309
7.	Pelayanan dimulai secepatnya ketika nasabah tiba	-0.30	-0.03	0.21	0.15	0.160
8.	Petugas bank menyelesaikan transaksi dengan tepat dan teliti	-0.09	0.00	0.21	0.20	0.181
9.	Pengetahuan yang dimiliki para petugas	0.04	0.13	-0.05	0.30	0.370
10.	Ketrampilan para petugas dalam melayani nasabah	0.30	0.13	-0.11	0.30	0.202
11.	Kemampuan para petugas untuk cepat dan tanggap menyelesaikan keluhan nasabah	0.00	0.16	-0.11	0.00	0.658
12.	Keinginan para petugas untuk memberikan bantuan	0.65	0.71	0.47	0.95	0.248
13.	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	-0.26	0.16	0.21	0.00	0.108
14.	Jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank	-0.35	-0.03	0.00	0.30	0.023
15.	Reputasi yang baik dimata masyarakat	0.74	0.55	0.32	1.05	0.025
16.	Keramahan para petugas kepada nasabah	1.04	0.84	0.58	1.00	0.171
17.	Memberikan perhatian khusus terhadap apa yang diinginkan nasabah	0.70	0.48	0.68	0.65	0.760
	Atibut total	5.70	5.48	4.53	9.30	0.104

Sumber : data primer

Dari tabel 4.9 tersebut dapat diperoleh nilai rata-rata hitung kepuasan nasabah tertinggi pada konsumen berdasarkan jenis pekerjaan PNS/TNI/Polisi adalah pada indikator keramahan para petugas kepada nasabah sebesar 1.04 dan

penilaian terendah kepuasan nasabah terdapat pada atribut jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank sebesar -0.35. Pada pekerjaan Pegawai Swasta/Wiraswasta diperoleh nilai rata-rata kepuasan tertinggi pada indikator keramahan para petugas kepada nasabah sebesar 0.84 dan nilai rata-rata kepuasan terendah terdapat pada atribut pelayanan dimulai ketika nasabah tiba dan jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank yaitu masing-masing sebesar -0.03. Pada pekerjaan Pelajar/Mahasiswa diperoleh nilai rata-rata kepuasan tertinggi pada indikator layout dan kenyamanan ruang tunggu yang dilengkapi dengan *Air Conditioner (AC)* yaitu sebesar 0.74 dan nilai rata-rata kepuasan terendah terdapat pada atribut fasilitas tempat yang tersedia sangat memadai yaitu sebesar -0.21. Sedangkan pada pekerjaan Pensiunan/Ibu Rumah Tangga diperoleh nilai rata-rata kepuasan tertinggi pada indikator kerapian dan penampilan petugas bank dan reputasi yang baik di mata masyarakat masing-masing sebesar 1.05 dan nilai rata-rata terendah terdapat pada atribut kemampuan para petugas untuk cepat dan tanggap menyelesaikan keluhan nasabah dan petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti yaitu masing-masing sebesar 0.00.

Dari tabel diatas dan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa, karena sebagian besar nilai signifikansi semua indikator kepuasan lebih besar dari 0.05 dan karena nilai indikator total signifikansi juga lebih besar dari 0.05, maka dalam penelitian ini hipotesis nol (H_0) diterima dan berarti bahwa **tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan pekerjaan.**

4.2.2.4 Kepuasan Nasabah Menurut Pendapatan

Dari analisis rata-rata dan analisis kruskal Wallis diperoleh hasil pengolahan pada tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4.10
Kepuasan Menurut Pendapatan

No.	Indikator Konsumen	Rata-rata			Signifi kansi
		<1 juta	1-5 juta	>5 juta	
1.	Fasilitas tempat parkir yang tersedia sangat memadai	0.15	0.18	-0.29	0.409
2.	Lokasi bank yang strategis	0.62	0.48	0.43	0.283
3.	Mesin ATM yang selalu on-line	0.12	0.10	0.14	0.970
4.	Layout kantor dan kenyamanan ruang tunggu yang dilengkapi dengan <i>Air Conditioner (AC)</i>	0.65	0.68	0.43	0.677
5.	Kebersihan kantor bank	0.46	0.80	1.00	0.200
6.	Kerapian dan penampilan petugas bank	0.62	0.88	0.43	0.115
7.	Pelayanan dimulai secepatnya ketika nasabah tiba	0.12	0.00	-0.57	0.127
8.	Petugas bank menyelesaikan transaksi dengan tepat dan teliti	0.27	0.02	-0.29	0.031
9.	Pengetahuan yang dimiliki para petugas	0.08	0.15	-0.14	0.542
10.	Ketrampilan para petugas dalam melayani nasabah	0.04	0.25	-0.14	0.225
11.	Kemampuan para petugas untuk cepat dan tanggap menyelesaikan keluhan nasabah	-0.12	0.05	0.43	0.157
12.	Keinginan para petugas untuk memberikan bantuan	0.54	0.78	0.57	0.300
13.	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	0.19	-0.03	0.00	0.351
14.	Jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank	0.00	-0.03	-0.14	0.879
15.	Reputasi yang baik dimata masyarakat	0.38	0.80	0.43	0.058
16.	Keramahan para petugas kepada nasabah	0.65	1.00	0.57	0.078
17.	Memberikan perhatian khusus terhadap apa yang diinginkan nasabah	0.73	0.65	-0.14	0.031
	Atribut total	5.50	6.85	2.71	0.271

Sumber : Data Primer

Dari tabel 4.10 tersebut dapat diperoleh nilai rata-rata hitung kepuasan nasabah tertinggi pada konsumen berdasarkan pendapatan <1 juta adalah pada indikator memberikan perhatian khusus terhadap apa yang diinginkan nasabah sebesar 0.73 dan penilaian terendah kepuasan nasabah terdapat pada atribut

kemampuan para petugas untuk cepat dan tanggap menyelesaikan keluhan nasabah yaitu sebesar -0.12. Pada pendapatan antara 1 juta – 5 juta diperoleh nilai rata-rata kepuasan tertinggi pada indikator keramahan para petugas kepada nasabah sebesar 1.00 dan nilai rata-rata kepuasan terendah terdapat pada atribut petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti dan jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank yaitu masing-masing sebesar -0.03. Sedangkan pada pendapatan diatas 5 juta diperoleh nilai rata-rata kepuasan tertinggi pada indikator kebersihan kantor bank yaitu sebesar 1.00 dan nilai rata-rata kepuasan terendah terdapat pada atribut pelayanan dimulai ketika nasabah tiba yaitu sebesar -0.57.

Dari tabel diatas dan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa, karena sebagian besar nilai signifikansi semua indikator kepuasan lebih besar dari 0.05 dan karena nilai indikator total signifikansi juga lebih besar dari 0.05, maka dalam penelitian ini hipotesis nol (H_0) diterima dan berarti bahwa **tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan pendapatan.**

4.2.2.5 Kepuasan Nasabah Menurut Pendidikan

Dari analisis rata-rata dan analisis kruskal Wallis diperoleh hasil pengolahan pada tabel 4.11 sebagai berikut:

Tabel 4.11
Kepuasan Menurut Pendidikan

No.	Indikator Konsumen	Rata-rata		Signififikasi
		$\leq$ SMU	$>$ SMU	
1.	Fasilitas tempat parkir yang tersedia sangat memadai	0.37	-0.06	0.027
2.	Lokasi bank yang strategis	0.70	0.36	0.049
3.	Mesin ATM yang selalu on-line	0.19	0.04	0.220
4.	Layout kantor dan kenyamanan ruang tunggu yang dilengkapi dengan <i>Air Conditioner (AC)</i>	0.70	0.62	0.683
5.	Kebersihan kantor bank	0.74	0.70	0.652
6.	Kerapian dan penampilan petugas bank	0.93	0.64	0.065
7.	Pelayanan dimulai secepatnya ketika nasabah tiba	0.09	-0.10	0.304
8.	Petugas bank menyelesaikan transaksi dengan tepat dan teliti	0.14	0.00	0.197
9.	Pengetahuan yang dimiliki para petugas	0.16	0.06	0.446
10.	Ketrampilan para petugas dalam melayani nasabah	0.23	0.10	0.377
11.	Kemampuan para petugas untuk cepat dan tanggap menyelesaikan keluhan nasabah	0.02	0.04	0.739
12.	Keinginan para petugas untuk memberikan bantuan	0.84	0.58	0.169
13.	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	0.19	-0.10	0.062
14.	Jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank	0.07	-0.12	0.196
15.	Reputasi yang baik di mata masyarakat	0.60	0.70	0.697
16.	Keramahan para petugas kepada nasabah	0.95	0.80	0.292
17.	Memberikan perhatian khusus terhadap apa yang diinginkan nasabah	0.70	0.54	0.348
	Atribut total	7.70	4.84	0.045

Sumber : data primer

Dari tabel 4.11 tersebut dapat diperoleh nilai rata-rata hitung kepuasan nasabah tertinggi pada konsumen berdasarkan pendidikan $\leq$ SMU adalah pada indikator keramahan para petugas kepada nasabah yaitu sebesar 0.95 dan penilaian terendah kepuasan nasabah terdapat pada atribut kemampuan para petugas untuk cepat dan tanggap menyelesaikan keluhan nasabah yaitu sebesar 0.02. Sedangkan pada pendidikan lebih dari SMU diperoleh nilai rata-rata kepuasan tertinggi pada indikator keramahan para petugas kepada nasabah sebesar

0.80 dan nilai rata-rata kepuasan terendah terdapat pada atribut jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank yaitu sebesar -0.12.

Dari tabel diatas dan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa, karena sebagian besar nilai signifikansi semua indikator kepuasan lebih besar dari 0.05 dan karena nilai indikator total signifikansi lebih kecil dari 0.05, maka dalam penelitian ini hipotesis nol (H_0) ditolak dan berarti bahwa **ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan pendidikan.**

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan dan hasil pembahasan serta analisis yang telah diuraikan pada bab empat, maka dapat diambil kesimpulan dan saran sebagai berikut:

5.1 Kesimpulan

1. Dari analisis Wilcoxon dan Rata-Rata Hitung dapat disimpulkan sebagai berikut:

Berdasarkan total atributnya terdapat perbedaan antara harapan nasabah dengan kinerja bank, karena gap total antara harapan nasabah dengan kinerja bank sebanyak 0.38, dan berdasarkan interval 1.6 dapat disimpulkan bahwa nasabah merasa cukup puas terhadap kinerja yang diberikan oleh Bank Mandiri Cabang Gombong, tetapi ada beberapa indikator yang menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tersebut tidak signifikan.

- Indikator yang menunjukkan bahwa nasabah cukup puas dan signifikan karena $\alpha < 0.05$ adalah pada item pertanyaan fasilitas tempat parkir yang tersedia sangat memadai, lokasi bank yang strategis, layout kantor dan kenyamanan ruang tunggu yang dilengkapi dengan *Air Conditioner (AC)*, kebersihan kantor bank, kerapian dan penampilan petugas bank, keinginan para petugas

untuk memberikan bantuan, reputasi bank yang baik dimata masyarakat, keramahan petugas kepada masyarakat, memberikan perhatian secara khusus terhadap apa yang diinginkan nasabah.

- Sedangkan indikator yang menunjukkan bahwa nasabah merasa cukup puas dan tidak signifikan karena $\alpha > 0.05$ adalah pada item pertanyaan Mesin ATM yang selalu online, pelayanan dimulai secepatnya ketika nasabah tiba, petugas bank menyelesaikan transaksi dengan cepat dan teliti, pengetahuan yang dimiliki para petugas bank, ketrampilan para petugas dalam melayani nasabah, kemampuan para petugas untuk cepat dan tanggap dalam menyelesaikan keluhan nasabah, petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti, jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank.

2. Dari analisis Kruskal-Wallis dapat disimpulkan sebagai berikut:

Tidak ada perbedaan tingkat kepuasan, nasabah berdasarkan karakteristiknya, antara lain: gender, usia, pekerjaan, dan pendapatan, karena nilai indikator total signifikansinya lebih besar dari 0.05. Dan ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan karakteristik pendidikan, karena nilai indikator total signifikansi untuk pendidikan lebih kecil dari 0.05. Sehingga hipotesis kedua yang menyatakan **“terdapat perbedaan tingkat kepuasan berdasarkan karakteristik konsumen”**, **terbukti** untuk karakteristik pendidikan dan **tidak terbukti** untuk karakteristik gender, usia, pekerjaan dan pendapatan.

5.2 Saran

Dengan memperhatikan kesimpulan yang telah dibuat diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran kepada Bank Mandiri cabang Gombong sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis rata-rata hitung dan wilcoxon

- Hendaknya Bank Mandiri mempertahankan kinerja yang sudah baik, seperti fasilitas tempat parkir yang tersedia sangat memadai, kerapian dan penampilan petugas bank, keramahan petugas kepada masyarakat, keinginan para petugas untuk memberikan bantuan, reputasi bank yang baik dimata masyarakat, kebersihan kantor bank, layout kantor dan kenyamanan ruang tunggu yang dilengkapi dengan *Air Conditioner (AC)*, lokasi bank yang strategis, memberikan perhatian secara khusus terhadap apa yang diinginkan nasabah.
- Untuk meningkatkan kepuasan nasabah, Bank Mandiri harus melakukan perbaikan-perbaikan disegala bidang, terutama pada kinerja yang masih rendah, seperti menyediakan mesin ATM yang selalu online dibeberapa tempat, memberikan pelatihan kepada karyawan agar pengetahuan dan ketrampilannya meningkat, memberikan jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan dibank dengan adanya sertifikat dari Bank Indonesia, memberikan pelayanan secepatnya ketika nasabah tiba, menyelesaikan transaksi dengan cepat dan teliti, selalu

tanggap dalam menyelesaikan keluhan nasabah dan memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti.

- Hendaknya Bank Mandiri memperhatikan dan menyeimbangkan antara harapan nasabah dengan kinerja bank, sehingga kepuasan nasabah dapat terpenuhi.

2. Dari analisis Kruskal-Wallis dapat diketahui bahwa hanya karakteristik nasabah berdasarkan pendidikan saja yang terdapat perbedaan tingkat kepuasannya, oleh karena itu manajemen perlu membedakan pelayanan dan fasilitas yang dimiliki Bank Mandiri, dengan cara membedakan fasilitas tempat parkir dan lokasi bank untuk nasabah yang berpendidikan $\leq$ SMU dan $>$ SMU.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari (1992). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi II. Bandung : Alfabeta.
- Dajan, A. (1984). *Pengantar Metode Statistik*. Jilid 1. Jakarta : LP3ES
- Djarwanto, PS (2001). *Statistik Nonparametik*. Yogyakarta : BPFE
- Engel, J. F., R. D. Blackwell, dan P. W. Miniard (terj.) (1994). *Perilaku Konsumen*. Jilid I. Edisi keenam. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Hadi, Sutrisno (1993). *Metodologi Research*. Edisi XIV. Jilid 2. Yogyakarta : Andi Offset.
- Kotler Philip dan Gary Armstrong (1999). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi VIII. Jilid I. Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi I. Jakarta : Salemba Empat.
- Mustafa, Zaenal (1995). *Pengantar Statistik Terapan Untuk Ekonomi*. Edisi II. Yogyakarta : Lukman Offset.
- Retnoningrum, Yuyun (2001). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada RSUD Islam Harapan Anda, Kotamadya Tegal*. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta : FE UII
- Santoso, Singgih (2003). *Mengatasi Berbagai Masalah Statistik Dengan SPSS Versi 11.5*. Cetakan Pertama. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- S. Nasution (1995). *Metode Research*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Susanti, Ani (2002). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Jasa Rumah Makan Lestari di Magelang*. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta : FE UII
- Swastha Basu dan Hani Handoko (1987). *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi I. Yogyakarta : Liberty.
- Swastha Basu dan Irawan (1997). *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi II. Yogyakarta : Liberty.

- Swastha, Basu (2000). *Azas-Azas Marketing*. Edisi III. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandy (1996). *Manajemen Jasa*. Edisi II. Yogyakarta : Andi Offset.
- William J. Stanton (1985). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Airlangga.
- Yazid (1999). *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Cetakan I. Yogyakarta : Ekonisia FE UII.

LAMPIRAN

LAMPIRAN I

HASIL JAWABAN RESPONDEN

KARAKTERISTIK RESPONDEN					
nomor	gender	usia	pekerjaan	pendapatan	pendidikan
1	2	2	2	3	2
2	1	3	4	1	1
3	2	3	1	2	2
4	1	2	2	2	1
5	2	2	4	2	2
6	1	3	1	1	1
7	2	3	4	2	1
8	1	2	2	2	2
9	2	1	3	1	1
10	2	3	4	1	1
11	1	1	3	1	1
12	1	2	3	1	2
13	2	3	1	2	1
14	1	3	1	2	1
14	1	2	1	2	1
16	2	2	1	2	2
17	2	2	4	2	1
18	1	2	2	3	2
19	2	2	4	2	2
20	1	1	3	1	1
21	2	3	1	2	2
22	1	3	2	3	2
23	2	2	2	2	1
24	1	3	3	2	2
25	1	2	2	2	2
26	1	2	2	2	1
27	2	3	4	2	1
28	1	3	1	2	2
29	1	2	2	2	2
30	2	1	3	2	2
31	1	2	2	2	2
32	1	3	4	1	1
33	1	3	1	2	2
34	1	2	2	2	1
35	2	1	3	1	1
36	2	2	2	2	1
37	2	2	1	2	2
38	1	2	2	2	1
39	2	3	4	2	1
40	1	2	2	2	2
41	1	3	1	2	2
42	1	2	1	2	2
43	2	3	1	2	2
44	1	3	2	3	2
45	1	2	2	2	2
46	1	2	2	2	2
47	1	3	4	1	1
48	2	1	3	1	1
49	2	2	1	2	2
50	1	2	2	2	2
51	1	3	4	1	1
52	2	2	1	2	2

53	1	3	2	2	2
54	1	2	1	2	2
55	2	2	4	2	1
56	2	1	3	1	1
57	2	3	4	2	1
58	2	2	2	2	2
59	1	3	1	2	1
60	2	2	2	3	2
61	2	2	3	1	2
62	1	2	2	3	2
63	1	3	4	2	2
64	2	1	3	1	1
65	1	2	2	1	2
66	1	2	3	1	2
67	2	2	4	2	1
68	1	2	2	3	2
69	1	3	1	2	2
70	1	2	3	1	2
71	2	1	3	1	1
72	2	3	4	1	1
73	2	2	4	2	1
74	1	2	2	2	2
75	2	3	1	2	2
76	2	2	2	2	2
77	1	2	1	2	2
78	2	2	3	1	2
79	1	3	1	2	2
80	2	3	4	2	2
81	1	2	2	1	1
82	2	1	3	1	1
83	2	1	3	1	1
84	2	2	4	2	1
85	1	2	2	2	1
86	1	3	1	2	1
87	2	3	2	2	1
88	1	2	2	2	2
89	1	3	1	2	1
90	2	2	4	2	2
91	2	2	3	1	2
92	2	1	3	1	1
93	2	3	2	2	1
Total					
Means					

HARAPAN																		
H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H.tot	Means
5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	74	4.35
3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	70	4.12
3	4	5	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	68	4
3	3	5	5	3	3	4	5	5	5	3	3	3	5	4	4	4	67	3.94
3	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	5	3	3	4	68	4
3	3	5	3	3	3	3	3	5	5	5	3	4	4	2	3	3	60	3.53
3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	55	3.24
3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	59	3.47
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	79	4.65
4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	3	5	4	3	4	4	70	4.12
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	77	4.53
4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	68	4
4	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	75	4.41
5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	76	4.47
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	68	4
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	78	4.59
3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	61	3.59
5	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	70	4.12
3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	61	3.59
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	67	3.94
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	76	4.47
5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	76	4.47
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	74	4.35
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	79	4.65
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	80	4.71
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	77	4.53
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	75	4.41
5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	5	74	4.35
5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	77	4.53
5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	2	4	4	76	4.47
4	5	5	3	3	3	5	5	4	4	5	4	5	4	3	4	3	69	4.06
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	74	4.35
4	3	5	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	3	65	3.82
4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	3	67	3.94
3	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	3	67	3.94
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	77	4.53
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	73	4.29
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	75	4.41
3	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	3	61	3.59
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	61	3.59
4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	73	4.29
4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	3	70	4.12
3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	76	4.47
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	75	4.41
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	80	4.71
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	3	70	4.12
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	77	4.53
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	3	65	3.82

4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	3	67	3.94
4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	4	3	4	72	4.24
4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	3	74	4.35
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	75	4.41
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	78	4.59
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	79	4.65
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	79	4.65
3	3	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	63	3.71
4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	76	4.47
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	77	4.53
3	3	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	66	3.88
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85	5
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	74	4.35
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	78	4.59
5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3	73	4.29
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	4	4	76	4.47
5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	79	4.65
5	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	76	4.47
4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	3	5	71	4.18
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	77	4.53
5	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	70	4.12
5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	74	4.35
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	78	4.59
3	3	5	4	4	3	5	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	66	3.88
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	63	3.71
5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	4	74	4.35
3	3	4	3	3	3	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	5	67	3.94
4	4	5	4	3	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	72	4.24
4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	78	4.59
4	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	5	73	4.29
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	76	4.47
4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	76	4.47
4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	79	4.65
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	83	4.88
5	5	4	3	5	4	3	5	3	4	4	4	4	5	5	4	3	70	4.12
4	4	4	3	3	3	4	4	5	5	5	3	5	5	4	3	3	67	3.94
3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	3	74	4.35
4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	77	4.53
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	69	4.06
5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	77	4.53
5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	75	4.41
4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	75	4.41
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	78	4.59
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79	4.65
5	4	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	75	4.41
385	385	426	355	352	354	428	444	428	424	424	382	427	441	367	349	379	6750	397.07
4.1	4.1	4.6	3.8	3.8	3.8	4.6	4.8	4.6	4.6	4.6	4.1	4.6	4.7	3.9	3.8	4.1	72.58	4.2696

4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	76	4.4706
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	82	4.8235
5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	81	4.7647
5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	79	4.6471
3	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	4.7059
5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	78	4.5882
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	81	4.7647
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	83	4.8824
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	81	4.7647
4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	77	4.5294
3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	78	4.5882
4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	79	4.6471
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	77	4.5294
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85	5
5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	81	4.7647
4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	77	4.5294
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	81	4.7647
4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	80	4.7059
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	80	4.7059
4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	78	4.5882
4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	78	4.5882
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	81	4.7647
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	82	4.8235
4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	81	4.7647
4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	80	4.7059
4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	77	4.5294
5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	78	4.5882
4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	78	4.5882
3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	76	4.4706
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	76	4.4706
5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	82	4.8235
4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	75	4.4118
4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	82	4.8235
3	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	79	4.6471
5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	80	4.7059
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	85	5
5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	77	4.5294
4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	81	4.7647
4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	80	4.7059
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	4.7059
5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	78	4.5882
4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	82	4.8235
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	74	4.3529
4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	80	4.7059
4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	80	4.7059
398	433	436	416	419	426	427	450	438	439	427	447	430	438	428	430	436	7318	430.47
4.3	4.7	4.7	4.5	4.5	4.6	4.6	4.8	4.7	4.7	4.6	4.8	4.6	4.7	4.6	4.6	4.7	78.69	4.6287

KEPUASAN																	
P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	Ptot
0	0	0	1	1	0	-1	-1	1	1	1	1	0	0	0	2	-1	5
2	2	0	0	0	0	-1	0	1	1	-1	1	0	0	0	1	0	6
1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	1	-1	2	1	1	11
2	1	0	0	2	2	1	0	0	0	2	2	2	0	1	1	1	17
1	-1	0	1	0	0	-1	-1	1	0	1	2	0	-1	2	1	0	5
2	2	0	2	2	2	1	1	-1	0	-1	1	1	0	2	2	2	18
1	1	1	0	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	2	1	1	22
1	1	2	2	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	2	17
-1	0	0	-1	-1	0	0	1	0	0	-1	0	1	0	1	0	0	-1
1	0	0	-1	1	0	-1	1	1	0	2	1	-1	0	2	0	0	6
0	-1	-1	-1	-1	0	0	-1	0	0	-1	0	0	0	-1	-1	-1	-9
1	0	0	2	1	2	0	1	1	0	0	-1	-1	-1	1	1	1	8
0	2	-1	0	0	0	-1	-1	0	0	0	0	-1	-1	1	0	1	-1
-1	0	-1	0	0	1	0	0	-1	-1	0	1	0	0	1	2	1	2
1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	11
0	1	0	0	0	0	-1	0	-1	0	-1	-1	0	0	1	1	-1	-2
1	1	0	3	2	2	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	0	15
-1	1	0	1	2	1	-1	-1	-1	-1	0	0	0	0	2	1	0	3
1	1	1	1	1	2	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	12
0	1	1	2	2	2	0	0	0	1	0	0	0	-1	1	1	1	11
1	1	0	1	1	0	-1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	7
-1	1	0	0	1	1	-1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	3
1	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	9
-1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	5
1	0	0	0	0	1	-1	0	-1	-1	0	0	0	0	1	0	1	1
-1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	1	7
0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	-1	0	-1	1	1	0	0	5
-1	0	0	2	2	2	0	0	0	0	-1	1	-1	-1	1	1	0	5
0	1	0	-1	0	0	-1	0	0	0	0	1	-1	0	1	1	0	1
-1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	-1	0	0	-1	2	0	1	3
1	0	0	1	1	1	-1	0	1	0	-1	1	-1	1	2	1	2	9
0	1	1	1	1	0	1	0	-1	-1	-1	1	0	0	0	1	1	5
1	1	0	2	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	2	1	14
1	0	1	1	1	1	-1	0	0	0	0	2	1	0	0	2	1	10
1	1	-1	1	1	1	-1	0	0	0	-1	2	0	1	0	2	2	9
1	0	-1	1	0	1	0	-1	0	0	-1	0	0	-1	0	0	1	0
0	1	0	0	0	0	-1	0	1	1	0	1	0	-1	1	0	1	4
0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	1	0	1	1	1	1	5
2	1	1	2	2	2	1	-1	1	0	0	2	1	1	2	2	1	20
1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	2	1	1	2	2	1	17
0	0	-1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	0	-1	1	1	1	6
-1	0	0	1	1	1	-1	0	0	0	-1	1	-1	-1	0	1	2	2
1	0	1	0	0	0	-1	0	0	0	0	1	-1	-1	-1	1	0	0
1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	6
-1	0	0	0	0	0	-1	0	0	0	-1	0	0	0	0	1	1	-1
0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	2	9
0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	-1	0	-1	0	1	3
0	0	0	1	2	2	1	1	1	1	0	1	0	0	1	2	2	15

0	1	0	1	1	1	-1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	9
0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	2	0	10
1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	-1	2	1	2	7
1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	1	0	1	1	4
-2	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	2
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	-1	-1	0	1	0	1	-1
-1	-1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	-1	1	0	2
1	2	1	2	2	2	1	1	0	0	1	1	1	1	0	2	2	20
0	1	0	1	1	1	1	0	0	0	-1	0	-1	0	1	1	0	5
-1	-1	0	1	0	1	1	-1	0	1	0	0	-1	0	1	0	-1	0
0	2	0	2	2	2	-1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	0	12
-1	-1	0	0	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	-1	-1	-1	0	-6
0	0	-1	0	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	3
0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	7
0	-1	0	1	1	2	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	2	8
-1	0	-1	0	-1	-1	-1	1	-1	0	1	2	1	0	1	0	1	1
-1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	-1	1	-1	0	0	1	2
-1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	-1	0	0	0	0	0	2	4
1	0	1	2	2	2	1	0	0	0	-1	1	-1	0	1	1	-1	9
0	1	1	0	1	0	-1	0	0	-1	0	0	-1	0	0	1	0	1
-1	0	0	1	1	2	-1	0	0	0	0	2	0	-1	1	2	2	8
0	1	1	1	1	1	1	0	-1	-1	0	1	1	1	0	0	0	7
1	1	1	0	0	1	0	0	0	-1	0	0	0	0	0	1	0	4
1	2	-1	1	1	2	-1	0	0	1	0	2	1	1	2	2	1	15
0	0	1	1	2	2	0	1	1	1	0	1	1	1	2	2	1	17
-1	0	-1	0	1	1	1	1	-1	0	0	1	-1	-1	1	2	0	3
2	1	1	1	2	1	1	0	-1	1	0	1	-1	0	0	2	0	11
0	1	-1	0	2	1	0	0	0	-1	0	1	1	1	0	1	0	6
-1	0	0	0	0	0	-1	-1	0	0	0	1	-1	0	1	0	0	-2
0	0	0	1	1	0	0	0	0	-1	1	0	0	0	1	1	-1	3
0	0	-1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	6
0	-1	-1	1	0	0	0	0	-1	-1	0	1	-1	-1	1	1	1	-1
0	1	0	0	-1	0	1	1	1	1	-1	0	0	0	0	0	0	3
-2	0	-1	1	0	0	0	0	-1	-1	0	1	0	0	-1	0	0	-4
0	0	1	2	-1	1	2	0	1	0	1	1	1	-1	-1	1	2	10
1	1	1	2	2	2	1	1	0	0	0	2	0	0	1	2	2	18
2	0	0	0	1	0	-1	-1	0	-1	0	1	-1	0	0	1	2	3
0	1	0	1	1	1	0	-1	0	-1	0	0	0	0	0	1	1	4
0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	1	11
1	0	-1	0	0	1	0	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	5
0	0	0	0	0	1	-1	0	1	1	-1	1	0	-1	1	1	0	3
0	0	-1	1	1	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	7
-1	-1	0	0	0	0	0	0	-1	-1	-1	0	0	1	0	0	0	-4
0	1	1	0	0	1	-1	0	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
-1	1	0	1	2	0	0	0	1	1	1	1	0	-1	-1	1	-1	5
13	48	10	61	67	72	-1	6	10	15	3	65	3	-3	61	81	57	568

LAMPIRAN II

UJI VALIDITAS Dan RELIABILITAS

Correlations

	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	HTOT
H10 Pearson Correlation	1	.628**	.325	.382*	.373*	.098	-.020	.000	.585**
Sig. (2-tailed)		.000	.080	.037	.042	.606	.918	1.000	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
H11 Pearson Correlation	.628**	1	.511**	.399*	.410*	.154	.151	.180	.594**
Sig. (2-tailed)	.000		.004	.029	.025	.415	.426	.343	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
H12 Pearson Correlation	.325	.511**	1	.556**	.346	.201	.319	.194	.540**
Sig. (2-tailed)	.080	.004		.001	.061	.287	.086	.305	.002
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
H13 Pearson Correlation	.382*	.399*	.556**	1	.318	.210	.233	.211	.552**
Sig. (2-tailed)	.037	.029	.001		.087	.265	.216	.264	.002
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
H14 Pearson Correlation	.373*	.410*	.346	.318	1	.389*	.442*	.425*	.713**
Sig. (2-tailed)	.042	.025	.061	.087		.033	.014	.019	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
H15 Pearson Correlation	.098	.154	.201	.210	.389*	1	.444*	.495**	.529**
Sig. (2-tailed)	.606	.415	.287	.265	.033		.014	.005	.003
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
H16 Pearson Correlation	-.020	.151	.319	.233	.442*	.444*	1	.248	.497**
Sig. (2-tailed)	.918	.426	.086	.216	.014	.014		.187	.005
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
H17 Pearson Correlation	.000	.180	.194	.211	.425*	.495**	.248	1	.561**
Sig. (2-tailed)	1.000	.343	.305	.264	.019	.005	.187		.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
HTOT Pearson Correlation	.585**	.594**	.540**	.552**	.713**	.529**	.497**	.561**	1
Sig. (2-tailed)	.001	.001	.002	.002	.000	.003	.005	.001	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Reliability Variabel Harapan (H)

***** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	H1	4.0333	.8087	30.0
2.	H2	4.0000	.7878	30.0
3.	H3	4.6333	.6149	30.0
4.	H4	3.9333	.6915	30.0
5.	H5	3.7667	.6789	30.0
6.	H6	3.7667	.6789	30.0
7.	H7	4.5333	.6814	30.0
8.	H8	4.6000	.5632	30.0
9.	H9	4.5000	.5085	30.0
10.	H10	4.4000	.6215	30.0
11.	H11	4.4000	.7240	30.0
12.	H12	4.0333	.6149	30.0
13.	H13	4.3667	.6687	30.0
14.	H14	4.7000	.5350	30.0
15.	H15	3.5667	.6789	30.0
16.	H16	3.7667	.5683	30.0
17.	H17	4.1667	.5307	30.0
18.	HTOT	71.1667	6.7368	30.0

N of Cases = 30.0

Statistics for Scale	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables	
	142.3333	181.5402	13.4737	18	
Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
Variance	7.9074	3.5667	71.1667	67.6000	19.9533
249.3627					
Item Variances	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
Variance	2.9203	.2586	45.3851	45.1264	175.4889
112.3255					

Reliability Coefficients 18 items

Alpha = .7522 Standardized item alpha = .9116

Correlations

	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	KTOT
K1									
Pearson Correlation	.056	.249	.098	-.035	.171	.248	.293	.119	.471**
Sig. (2-tailed)	.768	.185	.608	.855	.366	.186	.117	.530	.009
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K2									
Pearson Correlation	.222	.180	.179	.238	.128	.261	.333	.137	.567**
Sig. (2-tailed)	.239	.342	.343	.205	.501	.164	.072	.469	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K3									
Pearson Correlation	.091	.168	.184	.118	.248	.304	.342	.000	.629**
Sig. (2-tailed)	.632	.375	.330	.536	.186	.102	.064	1.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K4									
Pearson Correlation	.152	.130	.175	.047	.153	.324	.175	.272	.609**
Sig. (2-tailed)	.424	.492	.355	.805	.418	.081	.355	.146	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K5									
Pearson Correlation	.237	.372*	.343	.024	.296	.182	.034	.271	.638**
Sig. (2-tailed)	.206	.043	.064	.898	.113	.335	.857	.148	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K6									
Pearson Correlation	.048	.337	.472**	.412*	.086	.392*	.389*	.243	.710*
Sig. (2-tailed)	.801	.069	.008	.024	.651	.032	.034	.195	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K7									
Pearson Correlation	.394*	.249	.195	.227	.302	.361	.390*	.395*	.574**
Sig. (2-tailed)	.031	.185	.302	.229	.104	.050	.033	.031	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K8									
Pearson Correlation	.331	.203	.414*	.398*	.172	.147	.032	.180	.424*
Sig. (2-tailed)	.074	.282	.023	.029	.365	.438	.867	.342	.020
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K9									
Pearson Correlation	.474**	.194	.182	.000	.061	.211	.182	-.043	.548**
Sig. (2-tailed)	.008	.305	.335	1.000	.747	.263	.335	.822	.002
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

Correlations

	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	K17	KTOT
K10 Pearson Correlation	1	.485**	.365*	.326	.307	.211	.182	.043	.515*
Sig. (2-tailed)		.007	.048	.079	.099	.263	.335	.822	.004
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K11 Pearson Correlation	.485**	1	.504**	.510**	.272	.447*	.084	.190	.593**
Sig. (2-tailed)	.007		.005	.004	.146	.013	.659	.316	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K12 Pearson Correlation	.365*	.504**	1	.588**	.390*	.244	-.026	.297	.598*
Sig. (2-tailed)	.048	.005		.001	.033	.195	.890	.111	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K13 Pearson Correlation	.326	.510**	.588**	1	.279	.305	.165	.305	.529*
Sig. (2-tailed)	.079	.004	.001		.135	.102	.385	.101	.003
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K14 Pearson Correlation	.307	.272	.390*	.279	1	.107	.177	.230	.431*
Sig. (2-tailed)	.099	.146	.033	.135		.575	.348	.221	.018
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K15 Pearson Correlation	.211	.447*	.244	.305	.107	1	.244	.361	.585*
Sig. (2-tailed)	.263	.013	.195	.102	.575		.195	.050	.001
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K16 Pearson Correlation	.182	.084	-.026	.165	.177	.244	1	.149	.431*
Sig. (2-tailed)	.335	.659	.890	.385	.348	.195		.433	.017
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
K17 Pearson Correlation	.043	.190	.297	.305	.230	.361	.149	1	.455*
Sig. (2-tailed)	.822	.316	.111	.101	.221	.050	.433		.011
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
KTOT Pearson Correlation	.515**	.593**	.598**	.529**	.431*	.585**	.431*	.455*	1
Sig. (2-tailed)	.004	.001	.000	.003	.018	.001	.017	.011	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

* : Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** : Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Kinerja (K)

***** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	K1	4.3000	.5350	30.0
2.	K2	4.5667	.6789	30.0
3.	K3	4.6667	.6609	30.0
4.	K4	4.3000	.5960	30.0
5.	K5	4.4667	.5074	30.0
6.	K6	4.4333	.6261	30.0
7.	K7	4.3000	.5350	30.0
8.	K8	4.6667	.5467	30.0
9.	K9	4.5000	.5724	30.0
10.	K10	4.5000	.5724	30.0
11.	K11	4.4000	.6215	30.0
12.	K12	4.3333	.6609	30.0
13.	K13	4.2667	.7397	30.0
14.	K14	4.6333	.4901	30.0
15.	K15	4.5333	.5713	30.0
16.	K16	4.3333	.6609	30.0
17.	K17	4.3000	.7022	30.0
18.	KTOT	75.6667	5.6099	30.0

N of Cases = 30.0

Statistics for Scale	Mean 151.1667	Variance 127.1092	Std Dev 11.2743	N of Variables 18	
Item Means	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
Variance	8.3981	4.2667	75.6667	71.4000	17.7344
281.8552					
Item Variances	Mean	Minimum	Maximum	Range	Max/Min
Variance	2.0981	.2402	31.4713	31.2310	131.0048
53.7444					

Reliability Coefficients 18 items

Alpha = .7442 Standardized item alpha = .8821

LAMPIRAN III

RATA-RATA HITUNG

Case Summaries

	gender sampel					
	pria		wanita		Total	
	Mean	N	Mean	N	Mean	N
P1	.04	48	.24	45	.14	93
P2	.56	48	.47	45	.52	93
P3	.10	48	.11	45	.11	93
P4	.62	48	.69	45	.66	93
P5	.77	48	.67	45	.72	93
P6	.79	48	.76	45	.77	93
P7	-.06	48	.04	45	-.01	93
P8	.02	48	.11	45	.06	93
P9	.08	48	.13	45	.11	93
P10	.08	48	.24	45	.16	93
P11	-.04	48	.11	45	.03	93
P12	.65	48	.76	45	.70	93
P13	.02	48	.04	45	.03	93
P14	-.13	48	.07	45	-.03	93
P15	.67	48	.64	45	.66	93
P16	.90	48	.84	45	.87	93
P17	.77	48	.44	45	.61	93
PTOT	5.90	48	6.44	45	6.16	93

Case Summaries

	usia sampel							
	kurang dari 20 tahun		antara 20-35 tahun		35 tahun keatas		Total	
	Mean	N	Mean	N	Mean	N	Mean	N
P1	-.17	12	.13	48	.27	33	.14	93
P2	.42	12	.40	48	.73	33	.52	93
P3	.17	12	.13	48	.06	33	.11	93
P4	.67	12	.58	48	.76	33	.66	93
P5	.25	12	.69	48	.94	33	.72	93
P6	.75	12	.71	48	.88	33	.77	93
P7	.17	12	-.06	48	.00	33	-.01	93
P8	.25	12	.04	48	.03	33	.06	93
P9	-.08	12	.15	48	.12	33	.11	93
P10	.00	12	.13	48	.27	33	.16	93
P11	-.08	12	.00	48	.12	33	.03	93
P12	.67	12	.65	48	.79	33	.70	93
P13	.33	12	.00	48	-.03	33	.03	93
P14	-.08	12	.06	48	-.15	33	-.03	93
P15	.25	12	.69	48	.76	33	.66	93
P16	.67	12	.81	48	1.03	33	.87	93
P17	.83	12	.52	48	.67	33	.61	93
PTOT	5.00	12	5.71	48	7.24	33	6.16	93

Case Summaries

	pekerjaan sampel									
	pegawai negeri sipil/TNI/polisi		pegawai swasta/wiras wasta		pelajar/maha siswa		pensiunan/ibu rumah tangga		Total	
	Mean	N	Mean	N	Mean	N	Mean	N	Mean	N
P1	.22	23	.00	31	-.21	19	.60	20	.14	93
P2	.70	23	.55	31	.32	19	.45	20	.52	93
P3	-.04	23	.06	31	.16	19	.30	20	.11	93
P4	.74	23	.39	31	.74	19	.90	20	.66	93
P5	.78	23	.71	31	.42	19	.95	20	.72	93
P6	.83	23	.61	31	.68	19	1.05	20	.77	93
P7	-.30	23	-.03	31	.21	19	.15	20	-.01	93
P8	-.09	23	.00	31	.21	19	.20	20	.06	93
P9	.04	23	.13	31	-.05	19	.30	20	.11	93
P10	.30	23	.13	31	-.11	19	.30	20	.16	93
P11	.00	23	.16	31	-.11	19	.00	20	.03	93
P12	.65	23	.71	31	.47	19	.95	20	.70	93
P13	-.26	23	.16	31	.21	19	.00	20	.03	93
P14	-.35	23	-.03	31	.00	19	.30	20	-.03	93
P15	.74	23	.55	31	.32	19	1.05	20	.66	93
P16	1.04	23	.84	31	.58	19	1.00	20	.87	93
P17	.70	23	.48	31	.68	19	.65	20	.61	93
PTOT	5.70	23	5.48	31	4.53	19	9.30	20	6.16	93

Case Summaries

	pendapatan sampel							
	kurang dari Rp 1.000.000		antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000		diaatas Rp 5.000.000		Total	
	Mean	N	Mean	N	Mean	N	Mean	N
P1	.15	26	.18	60	-.29	7	.14	93
P2	.62	26	.48	60	.43	7	.52	93
P3	.12	26	.10	60	.14	7	.11	93
P4	.65	26	.68	60	.43	7	.66	93
P5	.46	26	.80	60	1.00	7	.72	93
P6	.62	26	.88	60	.43	7	.77	93
P7	.12	26	.00	60	-.57	7	-.01	93
P8	.27	26	.02	60	-.29	7	.06	93
P9	.08	26	.15	60	-.14	7	.11	93
P10	.04	26	.25	60	-.14	7	.16	93
P11	-.12	26	.05	60	.43	7	.03	93
P12	.54	26	.78	60	.57	7	.70	93
P13	.19	26	-.03	60	.00	7	.03	93
P14	.00	26	-.03	60	-.14	7	-.03	93
P15	.38	26	.80	60	.43	7	.66	93
P16	.65	26	1.00	60	.57	7	.87	93
P17	.73	26	.65	60	-.14	7	.61	93
PTOT	5.50	26	6.85	60	2.71	7	6.16	93

Case Summaries

	pendidikan sampel					
	kurang dari/sama dengan smu		lebih dari smu		Total	
	Mean	N	Mean	N	Mean	N
P1	.37	43	-.06	50	.14	93
P2	.70	43	.36	50	.52	93
P3	.19	43	.04	50	.11	93
P4	.70	43	.62	50	.66	93
P5	.74	43	.70	50	.72	93
P6	.93	43	.64	50	.77	93
P7	.09	43	-.10	50	-.01	93
P8	.14	43	.00	50	.06	93
P9	.16	43	.06	50	.11	93
P10	.23	43	.10	50	.16	93
P11	.02	43	.04	50	.03	93
P12	.84	43	.58	50	.70	93
P13	.19	43	-.10	50	.03	93
P14	.07	43	-.12	50	-.03	93
P15	.60	43	.70	50	.66	93
P16	.95	43	.80	50	.87	93
P17	.70	43	.54	50	.61	93
PTOT	7.70	43	4.84	50	6.16	93

LAMPIRAN IV

WILCOXON

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja Bank - Harapan Nasabah			
Negative Ranks	21 ^a	35,00	735,00
Positive Ranks	67 ^b	47,48	3181,00
Ties	5 ^c		
Total	93		

a. Kinerja Bank < Harapan Nasabah

b. Kinerja Bank > Harapan Nasabah

c. Kinerja Bank = Harapan Nasabah

Test Statistics^b

	Kinerja Bank - Harapan Nasabah
Z	-5,092 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja1 - Harapan1			
Negative Ranks	51 ^a	36,88	1881,00
Positive Ranks	21 ^b	35,57	747,00
Ties	21 ^c		
Total	93		

a. Kinerja1 < Harapan1

b. Kinerja1 > Harapan1

c. Kinerja1 = Harapan1

Test Statistics^b

	Kinerja1 - Harapan1
Z	-3,436 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,001

a. Based on positive ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja2 - Harapan2	Negative Ranks	7 ^a	24,43	171,00
	Positive Ranks	41 ^b	24,51	1005,00
	Ties	45 ^c		
	Total	93		

a. Kinerja2 < Harapan2

b. Kinerja2 > Harapan2

c. Kinerja2 = Harapan2

Test Statistics^b

	Kinerja2 - Harapan2
Z	-4,644 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja3 - Harapan3	Negative Ranks	22 ^a	22,00	484,00
	Positive Ranks	21 ^b	22,00	462,00
	Ties	50 ^c		
	Total	93		

a. Kinerja3 < Harapan3

b. Kinerja3 > Harapan3

c. Kinerja3 = Harapan3

Test Statistics^b

	Kinerja3 - Harapan3
Z	-,149 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,881

a. Based on positive ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja4 - Harapan4 Negative Ranks	7 ^a	23,50	164,50
Positive Ranks	46 ^b	27,53	1266,50
Ties	40 ^c		
Total	93		

a. Kinerja4 < Harapan4

b. Kinerja4 > Harapan4

c. Kinerja4 = Harapan4

Test Statistics^b

	Kinerja4 - Harapan4
Z	-5,320 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja5 - Harapan5 Negative Ranks	6 ^a	25,50	153,00
Positive Ranks	52 ^b	29,96	1558,00
Ties	35 ^c		
Total	93		

a. Kinerja5 < Harapan5

b. Kinerja5 > Harapan5

c. Kinerja5 = Harapan5

Test Statistics^b

	Kinerja5 - Harapan5
Z	-5,923 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja6 - Harapan6	Negative Ranks	3 ^a	22,00	66,00
	Positive Ranks	51 ^b	27,82	1419,00
	Ties	39 ^c		
	Total	93		

a. Kinerja6 < Harapan6

b. Kinerja6 > Harapan6

c. Kinerja6 = Harapan6

Test Statistics^b

	Kinerja6 - Harapan6
Z	-6,226 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja7 - Harapan7	Negative Ranks	27 ^a	20,78	561,00
	Positive Ranks	14 ^b	21,43	300,00
	Ties	52 ^c		
	Total	93		

a. Kinerja7 < Harapan7

b. Kinerja7 > Harapan7

c. Kinerja7 = Harapan7

Test Statistics^b

	Kinerja7 - Harapan7
Z	-1,899 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,058

a. Based on positive ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja8 - Harapan8	Negative Ranks	14 ^a	15,50	217,00
	Positive Ranks	14 ^b	13,50	189,00
	Ties	65 ^c		
	Total	93		

a. Kinerja8 < Harapan8

b. Kinerja8 > Harapan8

c. Kinerja8 = Harapan8

Test Statistics^b

	Kinerja8 - Harapan8
Z	-,354 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,723

a. Based on positive ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja9 - Harapan9	Negative Ranks	21 ^a	20,43	429,00
	Positive Ranks	18 ^b	19,50	351,00
	Ties	54 ^c		
	Total	93		

a. Kinerja9 < Harapan9

b. Kinerja9 > Harapan9

c. Kinerja9 = Harapan9

Test Statistics^b

	Kinerja9 - Harapan9
Z	-,617 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,537

a. Based on positive ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja10 - Harapan10	Negative Ranks	17 ^a	21,91	372,50
	Positive Ranks	24 ^b	20,35	488,50
	Ties	52 ^c		
	Total	93		

a. Kinerja10 < Harapan10

b. Kinerja10 > Harapan10

c. Kinerja10 = Harapan10

Test Statistics^b

	Kinerja10 - Harapan10
Z	-,836 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,403

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja11 - Harapan11	Negative Ranks	25 ^a	21,72	543,00
	Positive Ranks	18 ^b	22,39	403,00
	Ties	50 ^c		
	Total	93		

a. Kinerja11 < Harapan11

b. Kinerja11 > Harapan11

c. Kinerja11 = Harapan11

Test Statistics^b

	Kinerja11 - Harapan11
Z	-,934 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,351

a. Based on positive ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja12 - Harapan12	Negative Ranks	12 ^a	30,58	367,00
	Positive Ranks	50 ^b	31,72	1586,00
	Ties	31 ^c		
	Total	93		

- a. Kinerja12 < Harapan12
 b. Kinerja12 > Harapan12
 c. Kinerja12 = Harapan12

Test Statistics^b

	Kinerja12 - Harapan12
Z	-4,692 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

- a. Based on negative ranks.
 b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja13 - Harapan13	Negative Ranks	20 ^a	15,50	310,00
	Positive Ranks	10 ^b	15,50	155,00
	Ties	63 ^c		
	Total	93		

- a. Kinerja13 < Harapan13
 b. Kinerja13 > Harapan13
 c. Kinerja13 = Harapan13

Test Statistics^b

	Kinerja13 - Harapan13
Z	-1,753 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,080

- a. Based on positive ranks.
 b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja14 - Harapan14	Negative Ranks	22 ^a	16,23	357,00
	Positive Ranks	10 ^b	17,10	171,00
	Ties	61 ^c		
	Total	93		

a. Kinerja14 < Harapan14

b. Kinerja14 > Harapan14

c. Kinerja14 = Harapan14

Test Statistics^b

	Kinerja14 - Harapan14
Z	-1,940 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,052

a. Based on positive ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja15 - Harapan15	Negative Ranks	12 ^a	31,21	374,50
	Positive Ranks	53 ^b	33,41	1770,50
	Ties	28 ^c		
	Total	93		

a. Kinerja15 < Harapan15

b. Kinerja15 > Harapan15

c. Kinerja15 = Harapan15

Test Statistics^b

	Kinerja15 - Harapan15
Z	-4,968 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja16 - Harapan16	Negative Ranks	7 ^a	30,21	211,50
	Positive Ranks	59 ^b	33,89	1999,50
	Ties	27 ^c		
	Total	93		

a. Kinerja16 < Harapan16

b. Kinerja16 > Harapan16

c. Kinerja16 = Harapan16

Test Statistics^b

	Kinerja16 - Harapan16
Z	-6,053 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,000

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

NPar Tests

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Kinerja17 - Harapan17	Negative Ranks	14 ^a	22,00	308,00
	Positive Ranks	35 ^b	26,20	917,00
	Ties	44 ^c		
	Total	93		

a. Kinerja17 < Harapan17

b. Kinerja17 > Harapan17

c. Kinerja17 = Harapan17

Test Statistics^b

	Kinerja17 - Harapan17
Z	-3,313 ^a
Asymp. Sig. (2-tailed)	,001

a. Based on negative ranks.

b. Wilcoxon Signed Ranks Test

LAMPIRAN V

KRUSKAL WALLIS

NPar Tests Kruskal-Wallis Test

Ranks

	gender sampel	N	Mean Rank
P1	pria	48	43.75
	wanita	45	50.47
	Total	93	
P2	pria	48	47.94
	wanita	45	46.00
	Total	93	
P3	pria	48	46.43
	wanita	45	47.61
	Total	93	
P4	pria	48	45.83
	wanita	45	48.24
	Total	93	
P5	pria	48	48.91
	wanita	45	44.97
	Total	93	
P6	pria	48	47.60
	wanita	45	46.36
	Total	93	
P7	pria	48	45.75
	wanita	45	48.33
	Total	93	
P8	pria	48	45.17
	wanita	45	48.96
	Total	93	
P9	pria	48	45.98
	wanita	45	48.09
	Total	93	
P10	pria	48	44.33
	wanita	45	49.84
	Total	93	
P11	pria	48	44.45
	wanita	45	49.72
	Total	93	
P12	pria	48	45.70
	wanita	45	48.39
	Total	93	
P13	pria	48	46.35
	wanita	45	47.69
	Total	93	
P14	pria	48	44.04
	wanita	45	50.16
	Total	93	
P15	pria	48	46.90
	wanita	45	47.11
	Total	93	
P16	pria	48	47.97
	wanita	45	45.97
	Total	93	
P17	pria	48	51.35
	wanita	45	42.36
	Total	93	
PTOT	pria	48	46.67
	wanita	45	47.36
	Total	93	

Test Statistics^{a, b}

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
P1	1.591	1	.207
P2	.141	1	.707
P3	.056	1	.813
P4	.217	1	.641
P5	.571	1	.450
P6	.058	1	.810
P7	.242	1	.623
P8	.703	1	.402
P9	.179	1	.672
P10	1.199	1	.273
P11	1.059	1	.304
P12	.277	1	.598
P13	.069	1	.794
P14	1.534	1	.215
P15	.002	1	.967
P16	.154	1	.694
P17	2.922	1	.087
PTOT	.015	1	.902

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: gender sampel

NPar Tests Kruskal-Wallis Test

Ranks

	usia sampel	N	Mean Rank
P1	kurang dari 20 tahun	12	39.71
	antara 20-35 tahun	48	46.49
	35 tahun keatas	33	50.39
	Total	93	
P2	kurang dari 20 tahun	12	42.96
	antara 20-35 tahun	48	43.41
	35 tahun keatas	33	53.70
	Total	93	
P3	kurang dari 20 tahun	12	50.17
	antara 20-35 tahun	48	47.22
	35 tahun keatas	33	45.53
	Total	93	
P4	kurang dari 20 tahun	12	48.25
	antara 20-35 tahun	48	44.34
	35 tahun keatas	33	50.41
	Total	93	
P5	kurang dari 20 tahun	12	34.29
	antara 20-35 tahun	48	45.48
	35 tahun keatas	33	53.83
	Total	93	
P6	kurang dari 20 tahun	12	46.83
	antara 20-35 tahun	48	44.88
	35 tahun keatas	33	50.15
	Total	93	
P7	kurang dari 20 tahun	12	51.54
	antara 20-35 tahun	48	45.75
	35 tahun keatas	33	47.17
	Total	93	
P8	kurang dari 20 tahun	12	54.50
	antara 20-35 tahun	48	46.15
	35 tahun keatas	33	45.52
	Total	93	
P9	kurang dari 20 tahun	12	40.00
	antara 20-35 tahun	48	48.42
	35 tahun keatas	33	47.48
	Total	93	
P10	kurang dari 20 tahun	12	41.08
	antara 20-35 tahun	48	45.96
	35 tahun keatas	33	50.67
	Total	93	
P11	kurang dari 20 tahun	12	43.46
	antara 20-35 tahun	48	45.91
	35 tahun keatas	33	49.88
	Total	93	
P12	kurang dari 20 tahun	12	44.33
	antara 20-35 tahun	48	45.94
	35 tahun keatas	33	49.52
	Total	93	
P13	kurang dari 20 tahun	12	57.83
	antara 20-35 tahun	48	45.63
	35 tahun keatas	33	45.06
	Total	93	
P14	kurang dari 20 tahun	12	45.42
	antara 20-35 tahun	48	50.80
	35 tahun keatas	33	42.05
	Total	93	
P15	kurang dari 20 tahun	12	35.71
	antara 20-35 tahun	48	47.65
	35 tahun keatas	33	50.17
	Total	93	
P16	kurang dari 20 tahun	12	40.63
	antara 20-35 tahun	48	44.97
	35 tahun keatas	33	52.27
	Total	93	
P17	kurang dari 20 tahun	12	53.04
	antara 20-35 tahun	48	44.29
	35 tahun keatas	33	48.74
	Total	93	
PTOT	kurang dari 20 tahun	12	42.00
	antara 20-35 tahun	48	44.76
	35 tahun keatas	33	52.08
	Total	93	

Test Statistics^{a,b}

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
P1	1.565	2	.457
P2	3.713	2	.156
P3	.331	2	.847
P4	1.191	2	.551
P5	5.686	2	.058
P6	.867	2	.648
P7	.506	2	.777
P8	1.651	2	.438
P9	1.200	2	.549
P10	1.557	2	.459
P11	.789	2	.674
P12	.574	2	.750
P13	2.687	2	.261
P14	2.711	2	.258
P15	2.976	2	.226
P16	2.657	2	.265
P17	1.383	2	.501
PTOT	1.917	2	.383

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: usia sampel

NPar Tests Kruskal-Wallis Test

Ranks		
petarajan sampel	N	Mean Rank
p1 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	48,59
pegawai swasta/wiraswasta	31	43,05
pelajar/mahasiswa	19	37,82
pensiunan/ibu rumah tangga	20	60,03
Total	93	
p2 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	51,74
pegawai swasta/wiraswasta	31	48,52
pelajar/mahasiswa	19	39,84
pensiunan/ibu rumah tangga	20	46,00
Total	93	
p3 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	41,54
pegawai swasta/wiraswasta	31	44,65
pelajar/mahasiswa	19	49,55
pensiunan/ibu rumah tangga	20	54,50
Total	93	
p4 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	48,87
pegawai swasta/wiraswasta	31	38,00
pelajar/mahasiswa	19	50,29
pensiunan/ibu rumah tangga	20	55,68
Total	93	
p5 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	48,17
pegawai swasta/wiraswasta	31	48,47
pelajar/mahasiswa	19	38,00
pensiunan/ibu rumah tangga	20	54,08
Total	93	
p6 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	48,83
pegawai swasta/wiraswasta	31	42,18
pelajar/mahasiswa	19	44,18
pensiunan/ibu rumah tangga	20	55,08
Total	93	
p7 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	37,72
pegawai swasta/wiraswasta	31	48,68
pelajar/mahasiswa	19	53,74
pensiunan/ibu rumah tangga	20	51,78
Total	93	
p8 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	40,83
pegawai swasta/wiraswasta	31	44,48
pelajar/mahasiswa	19	52,79
pensiunan/ibu rumah tangga	20	52,50
Total	93	
p9 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	44,57
pegawai swasta/wiraswasta	31	47,68
pelajar/mahasiswa	19	41,26
pensiunan/ibu rumah tangga	20	54,20
Total	93	
p10 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	52,43
pegawai swasta/wiraswasta	31	48,08
pelajar/mahasiswa	19	37,81
pensiunan/ibu rumah tangga	20	51,10
Total	93	
p11 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	46,37
pegawai swasta/wiraswasta	31	51,24
pelajar/mahasiswa	19	42,71
pensiunan/ibu rumah tangga	20	45,23
Total	93	
p12 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	48,87
pegawai swasta/wiraswasta	31	47,40
pelajar/mahasiswa	19	38,55
pensiunan/ibu rumah tangga	20	54,55
Total	93	
p13 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	36,91
pegawai swasta/wiraswasta	31	51,05
pelajar/mahasiswa	19	53,90
pensiunan/ibu rumah tangga	20	46,15
Total	93	
p14 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	35,87
pegawai swasta/wiraswasta	31	47,45
pelajar/mahasiswa	19	48,47
pensiunan/ibu rumah tangga	20	57,53
Total	93	
p15 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	49,87
pegawai swasta/wiraswasta	31	43,10
pelajar/mahasiswa	19	36,71
pensiunan/ibu rumah tangga	20	50,75
Total	93	
p16 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	52,74
pegawai swasta/wiraswasta	31	48,15
pelajar/mahasiswa	19	37,03
pensiunan/ibu rumah tangga	20	51,20
Total	93	
p17 pegawai negen sipu/TNI/polisi	23	49,85
pegawai swasta/wiraswasta	31	43,08
pelajar/mahasiswa	19	44,82
pensiunan/ibu rumah tangga	20	48,10
Total	93	

Test Statistics^{a,b}

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
P1	8.408	3	.038
P2	2.557	3	.465
P3	3.599	3	.308
P4	6.914	3	.075
P5	3.576	3	.311
P6	3.590	3	.309
P7	5.164	3	.160
P8	4.882	3	.181
P9	3.144	3	.370
P10	4.623	3	.202
P11	1.605	3	.658
P12	4.126	3	.248
P13	6.069	3	.108
P14	9.518	3	.023
P15	9.334	3	.025
P16	5.010	3	.171
P17	1.171	3	.760
PTOT	6.151	3	.104

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pekerjaan sampel

NPar Tests Kruskal-Wallis Test

Ranks		
pendapatan sampel	N	Mean Rank
P1 kurang dari Rp 1.000.000	26	47.52
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	48.22
diatas Rp 5.000.000	7	34.57
Total	93	
P2 kurang dari Rp 1.000.000	26	49.58
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	46.04
diatas Rp 5.000.000	7	45.64
Total	93	
P3 kurang dari Rp 1.000.000	26	47.81
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	46.54
diatas Rp 5.000.000	7	47.93
Total	93	
P4 kurang dari Rp 1.000.000	26	47.50
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	47.72
diatas Rp 5.000.000	7	39.00
Total	93	
P5 kurang dari Rp 1.000.000	26	40.17
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	48.87
diatas Rp 5.000.000	7	56.36
Total	93	
P6 kurang dari Rp 1.000.000	26	41.12
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	50.88
diatas Rp 5.000.000	7	35.57
Total	93	
P7 kurang dari Rp 1.000.000	26	50.83
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	47.43
diatas Rp 5.000.000	7	29.07
Total	93	
P8 kurang dari Rp 1.000.000	26	55.15
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	45.08
diatas Rp 5.000.000	7	33.14
Total	93	
P9 kurang dari Rp 1.000.000	26	46.35
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	48.35
diatas Rp 5.000.000	7	37.86
Total	93	
P10 kurang dari Rp 1.000.000	26	43.00
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	49.98
diatas Rp 5.000.000	7	36.29
Total	93	
P11 kurang dari Rp 1.000.000	26	41.46
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	47.73
diatas Rp 5.000.000	7	61.29
Total	93	
P12 kurang dari Rp 1.000.000	26	41.50
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	49.93
diatas Rp 5.000.000	7	42.29
Total	93	
P13 kurang dari Rp 1.000.000	26	52.88
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	44.56
diatas Rp 5.000.000	7	46.07
Total	93	
P14 kurang dari Rp 1.000.000	26	48.52
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	46.74
diatas Rp 5.000.000	7	43.57
Total	93	
P15 kurang dari Rp 1.000.000	26	38.31
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	51.61
diatas Rp 5.000.000	7	39.79
Total	93	
P16 kurang dari Rp 1.000.000	26	39.33
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	51.27
diatas Rp 5.000.000	7	38.93
Total	93	
P17 kurang dari Rp 1.000.000	26	50.02
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	48.51
diatas Rp 5.000.000	7	22.86
Total	93	
PTOT kurang dari Rp 1.000.000	26	44.50
antara Rp 1.000.000-Rp 5.000.000	60	49.67
diatas Rp 5.000.000	7	33.36
Total	93	

Test Statistics^{a,b}

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
P1	1.789	2	.409
P2	.389	2	.823
P3	.061	2	.970
P4	.780	2	.677
P5	3.221	2	.200
P6	4.329	2	.115
P7	4.130	2	.127
P8	6.945	2	.031
P9	1.224	2	.542
P10	2.982	2	.225
P11	3.700	2	.157
P12	2.405	2	.300
P13	2.093	2	.351
P14	.259	2	.879
P15	5.701	2	.058
P16	5.103	2	.078
P17	6.918	2	.031
PTOT	2.612	2	.271

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pendapatan sampel

NPar Tests Kruskal-Wallis Test

Ranks

	pendidikan sampel	N	Mean Rank
P1	kurang dari/sama dengan smu	43	53.34
	lebih dari smu	50	41.55
	Total	93	
P2	kurang dari/sama dengan smu	43	52.48
	lebih dari smu	50	42.29
	Total	93	
P3	kurang dari/sama dengan smu	43	50.31
	lebih dari smu	50	44.15
	Total	93	
P4	kurang dari/sama dengan smu	43	48.14
	lebih dari smu	50	46.02
	Total	93	
P5	kurang dari/sama dengan smu	43	48.27
	lebih dari smu	50	45.91
	Total	93	
P6	kurang dari/sama dengan smu	43	52.17
	lebih dari smu	50	42.55
	Total	93	
P7	kurang dari/sama dengan smu	43	49.91
	lebih dari smu	50	44.50
	Total	93	
P8	kurang dari/sama dengan smu	43	50.14
	lebih dari smu	50	44.30
	Total	93	
P9	kurang dari/sama dengan smu	43	49.05
	lebih dari smu	50	45.24
	Total	93	
P10	kurang dari/sama dengan smu	43	49.40
	lebih dari smu	50	44.94
	Total	93	
P11	kurang dari/sama dengan smu	43	46.08
	lebih dari smu	50	47.79
	Total	93	
P12	kurang dari/sama dengan smu	43	50.79
	lebih dari smu	50	43.74
	Total	93	
P13	kurang dari/sama dengan smu	43	52.13
	lebih dari smu	50	42.59
	Total	93	
P14	kurang dari/sama dengan smu	43	50.44
	lebih dari smu	50	44.04
	Total	93	
P15	kurang dari/sama dengan smu	43	45.91
	lebih dari smu	50	47.94
	Total	93	
P16	kurang dari/sama dengan smu	43	49.90
	lebih dari smu	50	44.51
	Total	93	
P17	kurang dari/sama dengan smu	43	49.66
	lebih dari smu	50	44.71
	Total	93	
PTOT	kurang dari/sama dengan smu	43	53.05
	lebih dari smu	50	41.80
	Total	93	

Test Statistics^{a,b}

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
P1	4.877	1	.027
P2	3.879	1	.049
P3	1.502	1	.220
P4	.167	1	.683
P5	.204	1	.652
P6	3.409	1	.065
P7	1.057	1	.304
P8	1.663	1	.197
P9	.581	1	.446
P10	.780	1	.377
P11	.111	1	.739
P12	1.896	1	.169
P13	3.482	1	.062
P14	1.675	1	.196
P15	.151	1	.697
P16	1.111	1	.292
P17	.881	1	.348
PTOT	4.031	1	.045

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pendidikan sampel

LAMPIRAN VI

KUISIONER

Yth. Bapak/Ibu/Saudara
Nasabah Bank Mandiri Cabang Gombong
Di tempat

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **Farida Nurhayati**
No mhs : **01311281**
Fakultas/jurusan : **Ekonomi / Manajemen**
Universitas Islam Indonesia
Dosen Pembimbing : **Drs. Albari, M.Si.**

Dengan segala kerendahan hati, saya sebagai peneliti memohon kesediaan bapak/ibu/saudara untuk mengisi daftar pertanyaan yang telah disediakan dengan jawaban yang benar-benar sesuai dengan sikap bapak/ibu/saudara sebagai nasabah Bank Mandiri Cabang Gombong, **dengan memilih jawaban yang benar-benar objektif.**

Adapun permasalahan yang saya teliti pada kasus Bank Mandiri Cabang Gombong ini adalah mengenai **Kepuasan nasabah.**

Semua data yang anda berikan dalam kuesioner ini akan terjamin kerahasiaannya dan hanya digunakan sepenuhnya untuk bahan penyusunan Skripsi.

Atas kesediaan bapak/ibu/saudara untuk mengisi daftar pertanyaan berikut, saya mengucapkan terima kasih.

Yogyakarta, November 2004

Hormat saya

Farida Nurhayati

PERTANYAAN TENTANG KARAKTERISTIK NASABAH

PETUNJUK PENGISIAN :

1. Kami mohon kesediaan bapak/ibu/saudara untuk membaca dan menjawab semua item pertanyaan tanpa terlewat.
2. Berikan tanda silang (X) untuk setiap jawaban pada pertanyaan dibawah ini, yang paling sesuai menurut kondisi bapak/ibu/saudara.

PERTANYAAN :

1. Apa jenis kelamin anda ?
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Berapa usia anda ?
 - a. Kurang dari 20 tahun
 - b. Antara 20 – 35 tahun
 - c. 35 tahun keatas
3. Apa pekerjaan anda ?
 - a. Pegawai Negeri Sipil / TNI / Polisi
 - b. Pegawai Swasta / Wiraswasta
 - c. Pelajar / Mahasiswa
 - d. Pensiunan / Ibu Rumah Tangga
4. Berapa pendapatan anda perbulan ?
 - a. Kurang dari Rp 1.000.000
 - b. Antara Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000
 - c. Diatas Rp 5.000.000
5. Apa pendidikan terakhir anda ?
 - a. Kurang dari / sama dengan SMU
 - b. Lebih dari SMU

PERTANYAAN TENTANG HARAPAN

PETUNJUK PENGISIAN :

Berikan tanda (√) pada setiap kolom yang tersedia, sesuai dengan **harapan** bapak/ibu/saudara sebelum menjadi nasabah Bank Mandiri Cabang Gombong, mulai dari sangat penting sampai sangat tidak penting.

KETERANGAN : **SP** : Sangat Penting
P : Penting
CP : Cukup Penting
TP : Tidak Penting
STP : Sangat Tidak Penting

No	Pertanyaan	Harapan				
		SP	P	CP	TP	STP
1	Fasilitas tempat parkir yang tersedia sangat memadai					
2	Lokasi bank yang strategis					
3	Mandiri menyediakan mesin ATM yang selalu on-line					
4	Layout kantor dan kenyamanan ruang tunggu yang dilengkapi dengan <i>air conditioner</i> (AC)					
5	Kebersihan kantor Bank Mandiri					
6	Kerapian dan penampilan petugas bank					
7	Pelayanan dimulai secepatnya ketika nasabah tiba					
8	Petugas bank menyelesaikan transaksi dengan tepat dan teliti					
9	Pengetahuan yang dimiliki para petugas bank					
10	Ketrampilan para petugas dalam melayani nasabah					
11	Kemampuan para petugas untuk cepat dan tanggap menyelesaikan keluhan nasabah					
12	Keinginan para petugas bank untuk memberikan bantuan					
13	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti					
14	Jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank					
15	Reputasi bank yang baik dimata masyarakat					
16	Keramahan para petugas kepada nasabah					
17	Memberikan perhatian secara khusus terhadap apa yang diinginkan nasabah					

PERTANYAAN TENTANG KINERJA

PETUNJUK PENGISIAN :

Berikan tanda (√) pada setiap kolom yang tersedia, sesuai dengan *kinerja* yang telah diberikan oleh Bank Mandiri Cabang Gombong kepada nasabah, mulai dari sangat baik sampai sangat tidak baik.

KETERANGAN : **SB** : Sangat Baik
B : Baik
CB : Cukup Baik
TB : Tidak Baik
STB : Sangat Tidak Baik

No	Pertanyaan	Kinerja				
		SB	B	CB	TB	STB
1	Fasilitas tempat parkir yang tersedia sangat memadai					
2	Lokasi bank yang strategis					
3	Mandiri menyediakan mesin ATM yang selalu on-line					
4	Layout kantor dan kenyamanan ruang tunggu yang dilengkapi dengan <i>air conditioner</i> (AC)					
5	Kebersihan kantor Bank Mandiri					
6	Kerapian dan penampilan petugas bank					
7	Pelayanan dimulai secepatnya ketika nasabah tiba					
8	Petugas bank menyelesaikan transaksi dengan tepat dan teliti					
9	Pengetahuan yang dimiliki para petugas bank					
10	Ketrampilan para petugas dalam melayani nasabah					
11	Kemampuan para petugas untuk cepat dan tanggap menyelesaikan keluhan nasabah					
12	Keinginan para petugas bank untuk memberikan bantuan					
13	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti					
14	Jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank					
15	Reputasi bank yang baik dimata masyarakat					
16	Keramahan para petugas kepada nasabah					
17	Memberikan perhatian secara khusus terhadap apa yang diinginkan nasabah					