# MENGUKUR TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA DENGAN ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN

## SKRIPSI


**Oleh:**

**Nama : Dwi Yulianti**

**Nomor Mahaiswa : 01313151**

**Program Studi : Ekonomi Pembangunan**



**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**YOGYAKARTA**

**2006**

# MENGUKUR TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA DENGAN ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN

# SKRIPSI

Disusun dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana jenjang strata 1
Program Studi Ekonomi Pembangunan,
pada Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

**Oleh:**


**Nama : Dwi Yulianti**
**Nomor Mahaiswa : 01 313 151**
**Program Studi : Ekonomi Pembangunan**

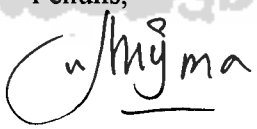

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**
**FAKULTAS EKONOMI**
**YOGYAKARTA**
**2006**

# PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain seperti dimaksudkan dalam buku pedoman penyusunan skripsi Program Studi Ekonomi Pembangunan FE UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukum/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, Maret 2006

Penulis,



Dwi Yulianti

# PENGESAHAN

**MENGUKUR TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA DENGAN ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN**

**Nama** : **Dwi Yulianti**
**Nomor Mahaiswa** : **01 313 151**
**Program Studi** : **Ekonomi Pembangunan**

Yogyakarta, Maret 2006

telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

Drs. Suharto, M.Si

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**MENGUKUR TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA DENGAN ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA/KEPUASAN PELANGGAN**

**Disusun Oleh: DWI YULIANTI**
**Nomor mahasiswa: 01313151**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan ***LULUS***
Pada tanggal : 12 April 2006

Penguji/Pembimbing Skripsi : Drs. Suharto, M.Si .....

Penguji I : Drs. Munrokhim M.MA,Ec, Ph.D .....

Penguji II : Dra. Ari Rudatin, M.Si .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Suwarsono, MA

**DAFTAR ISI**

Hal

HALAMAN SAMPUL ..... i

HALAMAN JUDUL ..... ii

HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME ..... iii

HALAMAN PENGESAHAN ..... iv

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN ..... v

HALAMAN MOTTO ..... vi

HALAMAN PERSEMBAHAN ..... vii

KATA PENGANTAR ..... vi

DAFTAR ISI ..... x

DAFTAR GAMBAR ..... xiii

DAFTAR TABEL ..... xiv

ABSTRAKSI ..... xi

BAB I PENDAHULUAN ..... 1

1.1. Latar Belakang ..... 1

1.2. Rumusan Masalah ..... 6

1.3. Batasan Masalah ..... 7

1.4. Tujuan Penelitian ..... 7

1.5. Manfaat Penelitian ..... 7

1.6. Sistematika Penulisan ..... 8

BAB II TINJAUAN UMUM SUBJEK PENELITIAN ..... 10

2.1. Sejarah Umum Bank BRI ..... 10

2.2. Visi dan Misi Bank BRI ..... 10
2.2.1. Visi Bank BRI ..... 10
2.2.2. Misi Bank BRI ..... 10
2.2. Tujuan BRI ..... 10
2.3. Jenis-jenis Layanan dan Jasa Keuangan Bank BRI ..... 11
2.4. Keunggulan Bank BRI ..... 20
BAB III KAJIAN PUSTAKA ..... 21
BAB IV LANDASAN TEORI ..... 25
4.1. Pengertian Kepuasan ..... 25
4.2. Sistem Untuk Memenuhi Kepuasan Pelanggan ..... 31
4.3 Mempertinggi Tingkat Kepuasan Melalui Mass Customization ..... 27
4.3.1. Nilai Produk Bagi Pelanggan ..... 27
4.3.2. Harapan Pelanggan Terhadap Produk ..... 28
4.3.3. Tingkat kepuasan Pelanggan ..... 29
4.4. Definisi Jasa ..... 29
4.5. Karakteristik Jasa ..... 29
4.6. Mengelola Kualitas Jasa ..... 30
4.7. Pengertian Bank ..... 35
4.8. Fungsi Bank ..... 35
4.9. Konsep Pemasaran Perbankan ..... 37
BAB V METODE PENELITIAN ..... 40
5.1. Jenis Data dan Analisis ..... 40
5.3.1. Jenis Skala Pengukuran ..... 42
5.2. Cara Pengambilan Data ..... 43

5.2.1. Pra Survey ..... 43

5.3.2. Teori Sampling ..... 48

5.3. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan ..... 52

5.4. Analisis Menggunakan Diagram Pareto ..... 57

5.4.1. Fungsi Diagram Pareto ..... 58

5.4.2. Cara Pembuatan Diagram Pareto ..... 59

5.5. Validitas dan Reliabilitas ..... 60

5.6. Langkah-langkah Membuat Kuisioner ..... 63

5.7. Pengujian Validitas ..... 65

5.8. Pengujian Reliabilitas ..... 66

BAB VI ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN ..... 68

6.1. Data ..... 68

6.2. Analisis Data Dan Pembahasan ..... 68

6.3. Menguji Validitas Dan Reliabilitas ..... 71

6.4. Diagram Kartesius ..... 82

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN ..... 88

7.1. Kesimpulan ..... 88

7.2. Saran-saran ..... 88

# DAFTAR GAMBAR

hal

Gambar 4.1 Dual Task Pemasaran Perbankan.....37

Gambar 5.1 Diagram Kartesius dalam bentuk kuadran-kuadran.....56

Gambar 5.2 Langkah-langkah Menyusun Angket.....64

Gambar 6.1 Diagram Pareto dari butir ketidakpuasan Nasabah.....69

Gambar 6.2 Diagram Kartesius Dari Faktor-faktor Yang Kempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank BRI.....84

## DAFTAR TABEL


Tabel 6.1 Hasil Analisis Kevalidan Dari Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank BRI.....71

Tabel 6.2 Hasil Analisis Kevalidan Dari Aspek Keberadaan Pelayanan.....76

Tabel 6.3 Hasil Analisis Kevalidan Dari Aspek Fasilitas Yang Diberikan Oleh Bank.....80

Tabel 6.4 Perhitungan Rata-rata Dari Penilaian Pelaksanaan Dan Penilaian Kepentingan Pada Faktor-faktor Yang Memepengaruhi Kepuasan Nasabah.....83

Tabel 6.5 Hasil Analisis Dari Tingkat Kepentingan Dan Tingkat Kinerja/Pelaksanaan.....85

# ABSTRAKSI

## MENGUKUR TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK RAKYAT INDONESIA DENGAN ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KEPUASAN PELANGGAN

Penelitian ini dilakukan di Bank Rakyat Indonesia (BRI) di Jalan Cik Ditiro No.29 Yogyakarta. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis kepuasan dari nasabah Bank BRI terhadap pelayanan yang telah diberikan sehingga membantu kinerja Bank BRI agar tercapai peningkatan kualitas yang baik melalui penentuan proritas yang utama. Sampel yang diambil adalah nasabah Bank BRI sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik sampling *accidental sampling*, analisis yang digunakan adalah analisis tingkat kepentingan dan kinerja/kepuasan pelanggan/*Important and Performance Analysis*. Analisis ini menggunakan diagram kartesius dengan membagi empat kuadran. Yang menjadi perhatian utama dalam analisis ini adalah pada kuadran VI. Hasil dari penelitian ini dan yang menjadi perhatian utama Bank BRI yaitu: perhatian teller kepada para nasabah, kesungguhan para karyawan dalam melayani nasabah, waktu menunggu ketika di antrian, keberadaan mesin ATM BRI, dan tingkat suku bunga yang diberikan oleh bank.

**Kata-kata kunci:** *Bank BRI, accidental sampling, kinerja, diagram kartesius, kuadran, teller, ATM*

# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Persaingan dalam dunia bisnis di masa sekarang semakin ketat baik di pasar dalam negeri/domestik maupun dipasar luar negeri. Apalagi negara Indonesia yang telah melakukan adanya *Asean Free Trade Area* (AFTA) pada tahun 2002. Hal ini berati pelaku bisnis yang ada di dalam negeri selain mereka harus bersaing dengan pelaku bisnis lokal mereka juga bersaing dengan para pelaku bisnis dari luar negeri, karena mereka telah dibebaskan bea masuk produk yang mereka tawarkan dipasar dalam negeri. Untuk mengenakan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya murah, pelayaanan yang lebih baik dari pada para pesaingnya.

Kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan/nasabah menjadi topik yang hangat dibicarakan pada tingkat nasional, internasional, industri dan perusahaan jasa. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang/jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi proritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Di Indonesia sendiri telah diadakan sebuah *award* pemberian penghargaan kepada perusahaan yang memproduksi produknya berupa barang yang disukai dan paling

banyak oleh konsumen. Pemberian penghargaan disebut ICSA (*Indonesian Customer Satiafaction Award*) yang diadakan oleh lembaga riset, yaitu *FRONTIER*_untuk menstimulasi para pengusaha untuk bersaing dengan pengusaha lainnya dalam hal kualitas produksi. Demikian juga, dengan pemberian penghargaan kepada perusahan dibidang jasa, contohnya yang diadakan oleh Lembaga Riset *MARS* yang meneliti kepada masyarakat tentang pemikiran pertama kali ketika mereka menyebutkan nama bank. Dan hasil yang diperoleh empat dari sepuluh orang Indonesia mengatakan bank BCA ketika ditanya tentang bank, disusul BNI, BRI, Bali, Lippo, Danamon, BII, dan BTN (BBP ; Bank Brand Performance,1999).

Tidak sedikit orang yang bingung memilih bank yang tepat. Maraknya iklan perbankan yang juga menspnsori beberapa acara televisi membuat masyarakat awam bingung menabung dibank mana. Banyak masyarakat terjebak pada tingkat bunga menggiurkan, fasilitas *phone banking* (layanan informasi perbankan melalui telepon genggam), kerja sama dengan beberapa bank lain, layanan satu atap, serta layanan lain-lain yang diiming-imingi iklan televisi dan media cetak. Setelah terpikat oleh janji-janji tersebut, akhirnya mereka harus menyesal menjadi nasabah sebuah bank tertentu. Pada sebuah bank pemerintah beraset terbesar, misalnya, nasabah harus menunggu lebih dari setengah jam untuk menarik dana di kantor cabang yang berbeda dengan tempat nasabah tersebut membuka rekening. Meskipun mengaku sudah memberlakukan sistem perbankan *on line*, teller bank tersebut tetap harus melakukan konfirmasi yang birokratis ke cabang di tempat nasabah membuka rekening. Nasabah bank lain, yang memiliki

jumlah ATM (*Autometic Teller Machine*/anjungan tunai mandiri) terbanyak diseluruh Indonesia, harus kecewa dengan layanan ATM dibeberapa tempat.

Kualitas pelayanan sebuah bank adalah indikator subjektif yang sulit diukur. Karena standar yang berbeda, pelayanan bank-bank asing tertentu berbeda jauh dengan pelayanan di bank-bank pemerintah. Umumnya, masalah pelayanan sebuah bank terkait dengan kualitas sumber daya manusia (SDM) pada bank tersebut. Lebih lanjut, kualitas SDM ini terkait dengan profesionalitas. Kembali, profesionalitas merupakan faktor subjektif yang sulit diukur dan dimiliki banyak standar. Oleh karena itu, untuk menilai dan memperbandingkan bank-bank yang ada disekitar kita, kita bisa menggunakan indikator-indikator perbankan yang memiliki satu standar.

Dengan indikator-indikator perbankan itu, masyarakat dapat menakar sendiri plus-minus dan kesehatan bank yang diminatinya. Indikator-indikator perbankan yang sederhana yang tidak terlalu sulit untuk dipahami, antara lain indikator pertama adalah total asset, secara sederhana dapat diibaratkan sebagai postur tubuh. Namun, besarnya aset tidak berati apa-apa jika seluruh aset yang dimiliki bank adalah aset beresiko. Hal itu ibarat orang tumbuh tinggi besar tetapi mengidap banyak penyakit. Oleh karena itu, untuk mengukur kesehatan suatu bank, indikator total aset harus dipadukan dengan indikator lainnya. Selanjutnya yaitu resiko kecakupan modal (*Capital Adeququacy Ratio/CAR*) merupakan presentase perbandingan antara modal dengan aset tertimbang menurut resiko. Aset yang menjadi pembandingnya adalah aset yang dianggap berisiko, misalnya kredit kepada nasabah. *The Bank for International Settlement (BIS)* menganjurkan perbankan

internasional memiliki *CAR* minimal 8%. *CAR* dapat diibaratkan sebagai daya tahan tubuh. makin besar *CAR* suatu bank, berarti kesiapan mengadapi kredit macet besar pula. Jika *CAR* memiliki nilai negatif sebagaimana *CAR* bank-bank yang dilikuidasi beberapa waktu lalu berarti sekalipun modal bank dipakai untuk membayar kredit, kredit bank tersebut tetap belum terlunasi. Namun secara ekstem, bank yang sedikit saja mengucurkan kredit kepada nasabah (sehigga hampir tidak memiliki asset berisiko) memiliki persentase *CAR* yang amat besar. Indikator berikutnya yaitu kredit bermasalah (*Non Performing Loans/NPL*) adalah kredit yang tidak lancar. Besarnya NPL ditunjukan dengan persentase perbandingan kredit bermasalah dengan kredit yang dikucurkan bank. Kredit yang diberikan kepada bank kepada nasabah dapat dibedakan menjadi lima kelompok yakni lancar dalam perhatikan khusus, kurang lancar, diragukan, dan macet. Empat kelompok koletibilitas yang terakhir merupakan kredit bermasalah atau *NPL*. Namun demikian, sebuah bank yang memiliki *NPL* sangat kecil tidak serta merta berarti hampir seluruh kredit bank tersebut adalah kredit lancar, yang menunjukan betapa sehatnya bank tersebut dan indikator *LDR* (*Loan to Deposit Ratio*) yang merupakan perbandingan antara kredit yang disalurkan dengan dana masyarakat yang dikumpulkan bank (dana pihak ketiga, baik berupa tabungan maupun deposito). Kenaikan *LDR* berarti meningkatnya ekspansi kredit bank tidak diimbangi dengan pengumpulan dana pihak ketiga, atau dari sisi lain berarti dana pihak ketiga yang dikumpulkan bank menurun. Sementara, bank yang memiliki *LDR* sangat kecil berarti bank tersebut tidak menjalankan fungsi intermediasi dengan baik. Bank-bank seperti ini

umumnya hanya menampung dana pihak ketiga, kemudian melakukan *plancing* di pasar uang untuk mencari profit tanpa menyalurkan kredit kepada masyarakat. Selain indikator-indikator tersebut yang penting diperhatikan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan apakah sudah dilakukan sesuai dengan harapan pelanggannya dalam hal ini adalah nasabah.

Alasan debitor memilih bank tidak terlalu jauh berbeda dengan alasan ketika akan menyimpan dana. Disamping suku bunga dan fasilitas, yang tidak kalah penting adalah masalah pelayanan (servise). Faktor ini menjadi sangat penting mengingat kegiatan usaha antara satu bank dengan bank yang lainnya bisa dikatakan hampir sama. Yang membedakan adalah pada segi pelayanannya.(Muhamad Novel AM, 2005)

Sebagian besar bank dalam misinya menyertakan pelayanan nasabah. Misi BRI salah satunya menjadi bank terkemuka yang mengutamakan kepuasan nasabah. Jelas sekali di sini bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang utama. Pemasar bank pada umumnya menginginkan pelanggan/nasabah yang diciptakannya dapat dipertahankan selamanya. Namun, hal ini cukup sulit mengingat adanya perubahan pada diri pelanggan mengenai selera, aspek psikologis, kondisi lingkungan sosial dan budaya yang berdampak pada proses keputusan pembelian pelanggan. Dalam hal ini, meskipun pemasar sudah memiliki segmen pelanggan yang dianggap loyal, pemasar bank tetap perlu memberi perhatian agar tidak terjadi perpindahan produk atau merek,singkatnya bank perlu mengantisipasi perubahan nasabah loyal menjadi nasabah kutu loncat. Kita tidak bisa hanya mengandalkan pelayanan standar, tetapi lebih dari itu. Nasabah bank saat ini akan menuntut

lebih. Walaupun merasa sudah puas akan pelayanan yang sesuai dengan keinginannya, mereka tak segan-segan pindah. Kepuasan merupakan bentuk evaluasi kinerja keseluruhan berdasarkan semua pengalaman masa lalu dalam mengkonsumsi produk (jasa) yang berkaitan dengan perusahaan.

Menurut survei McKinsey tentang *personal financial service*, nasabah di Indonesia, terutama nasabah kelas atas adalah nasabah yang tidak loyal alias nasabah kutu loncat. Karena itu, sangat dimungkinkan pula jika suatu saat nasabah-nasabah menengah dan kecil yang merupakan pangsa pasar Bank Rakyat Indonesia (BRI) akan menjadi nasabah kutu loncat, mengingat persaingan dalam memperebutkan pasar ini mulai ramai dengan hadirnya bank-bank pesaing. Alasan debitor memilih bank tidak terlalu jauh berbeda dengan alas an ketika akan menyimpan dana. Di samping suku bunga dan fasilitas, yang tidak kalah penting adalah masalah pelayanan (*service*). Faktor ini akan menjadi lebih penting mengingat kegiatan usaha antara satu bank dengan bank yang lainnya bisa dikatakan hampir sama. Yang membedakannya adalah dari segi pelayanannya.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis hendak meneliti tentang kepuasan pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank BRI kepada para nasabahnya.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka timbul permasalahan:

1. Sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan/nasabah terhadap kinerja di Bank BRI ditinjau dari kesenjangan antara jasa pelayanan (ketanggapan,

kecepatan, keberadaan, profesionalisme, dan fasilitas pelayanan) yang dialami dengan jasa pelayanan yang diberikan?

2. Apa yang menjadi prioritas utama untuk dimensi kualitas jasa agar dapat dilakukan peningkatan secara terus-menerus (*Continual Improvement*)?

## 1.3. Batasan Masalah

Agar pembahasan dalam laporan ini tidak terlalu meluas, maka penulis memberikan batasan masalah sebagai berikut:

1. Ruang lingkup penelitian ini adalah kantor cabang Bank BRI Cik Ditiro
2. Pelanggan adalah nasabah Bank BRI.

## 1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam Penulisan ini adalah:

1. Untuk menganalisa kesesuaian antara tingkat kepentingan unsur-unsur pelayanan menurut pelanggan/nasabah dengan kinerja yang telah dilakukan oleh Bank BRI.
2. Untuk menganalisa kepuasan dari nasabah terhadap pelayanan yang telah diberikan sehingga membantu kinerja Bank BRI agar tercapai peningkatan kualitas yang baik melalui penentuan proritas yang utama.

## 1.5. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari Penulisan ini antara lain:

1. Secara teoritik diharapkan dapat mengetahui sejauh mana teori-teori yang ada dapat diterapkan di lapangan atau dunia sesungguhnya.
2. Secara praktis Penulisan ini dapat dijadikan referensi bagi Bank BRI guna perbaikan dan peningkatan kinerja terhadap pelayanan yang akan dilakukan di masa datang.

## 1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dibagi menjadi 7 bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang: latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan Penulisan, manfaat Penulisan dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN UMUM SUBJEK PENELITIAN

Bab ini berisi gambaran umum objek penelitian

BAB III KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang hasil-hasil Penulisan yang pernah dilakukan sebelumnya dan menjadi acuhan dalam penulisan skripsi ini.

BAB IV LANDASAN TEORI

Bab ini berisi tentang teori-teori yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

BAB V METODE PENULISAN

Bab ini berisi tentang sumber data yang digunakan dalam Penulisan ini dan metode analisis untuk menjawab

pertanyaan dengan menggunakan rumus-rumus yang sesuai dengan masalah.

BAB VI ANALISIS DATA

Berisi tentang perhitungan data yang diperoleh dalam Penulisan sehingga akan diketahui hasilnya, dan Penulis harus memberikan penjelasan kenapa hal itu bisa terjadi kemudian akan didapatkan kesimpulan.

BAB VII KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil-hasil perhitungan analisis dan saran yang sesuai dengan permasalahan.

DAFTAR PUSTAKA

# BAB II

# TINJAUAN UMUM SUBJEK PENELITIAN

## 2.1. Visi dan Misi Bank BRI

### 2.1.1. Visi Bank BRI

Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

### 2.1.2. Misi Bank BRI

1. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
2. Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dengan melaksanakan praktek *good corporate governance*.
3. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

## 2.2. Tujuan BRI

Dalam upaya mencapai misi tersebut dan dengan menjunjung tinggi serta berpegang teguh pada kejujuran, integeritas, dan kepercayaan, BRI menetapkan beberapa tujuan, antara lain:

1. Memberikan pelayanan dan kualitas terbaik dengan nilai tambah yang wajar (maksimal) demi terpeliharanya hubungan kemitraan dengan nasabah secara berkesinambungan.
2. Menjadi persero yang sehat dengan mematuhi segala peraturan dan perundang-undangan yang berlaku, berperan serta dalam meningkatkan mutu industri perbankan di Indonesia.
3. Memberikan kontribusi kepada masyarakat (setempat) untuk pembangunan ekonomi maupun social, dengan menyisihkan sebagian dari hasil usaha yang diperoleh.

## 2.3. Jenis-jenis Layanan dan Jasa Keuangan Bank BRI

### 2.3.1. Jenis-jenis Layanan Nasabah BRI

#### 2.3.1.1. Simpanan

**1. Depobri Rupiah**

Depobri adalah simpanan berjangka dalam mata uang rupiah yang dikeluarkan oleh Bank Rakyat Indonesia, dimana penarikannya hanya dapat dilakukan dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan yang diperjanjikan.

**2. Depobri Valas**

Depobri Valas adalah simpanan pihak ketiga berupa deposito dalam mata uang asing yang hanya dapat diambil setelah jangka waktu sebagaimana telah diperjanjikan antara deposan dengan Bank Rakyat Indonesia.

**3. *Deposito On Call (DOC)***

*Deposito On Call (DOC)* adalah simpanan (deposito) atas nama pihak ketiga (perorangan, perusahaan, yayasan/dana pensiun, dan lain-lain) atau bank yang penarikannya dapat dilakukan dengan syarat pemberitahuan sebelumnya. Pemberitahuan tersebut dapat dilakukan nasabah secara lesan (per telepon) atau secara tertulis (*via facsimile*) kepada Kantor Cabang BRI yang bersangkutan.

**4. Sertibri**

Sertibri adalah Sertifikat Deposito Bank Rakyat Indonesia dengan jangka waktu tetap *(fixed time)*, atas pembawa (atas unjuk) yang dapat diperjual belikan atau dipindah tangankan kepada pihak ketiga.

**2.3.1.2. Giro**

**1. Girobri Rupiah**

Girobri adalah jenis simpanan BRI yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan mempergunakan Cek, Bilyet Giro, atau surat perintah pembayaran lain.

**2. Girobri Valas**

Girobri Valas adalah simpanan dalam valuta asing pihak ketiga pada Bank Rakyat Indonesia yang setiap saat dapat diambil alih oleh pemegang rekening yang bersangkutan.

### 2.3.1.3. Tabungan

**1. BritAma**

BritAma adalah jasa produk tabungan yang paling baru diluncurkan BRI yang dilengkapi dengan fasilitas ATM *(Autometic Teller Machine)* yang terbesar diseluruh Indonesia.

**2. Simaskot**

Simaskot adalah Simpanan Masyarakat Perkotaan di BRI Unit Pelaksanaan Simaskot, yang Penyetorannya dapat dilakukan setiap saat, dan frekuensi pengambilan tidak dibatasi sepanjang saldo rekening mencukupi.

**3. Simpedes**

Simpedes adalah Simpanan Pedesaan yang dilayani BRI Unit, yang penyetorannya dapat dilakukan setiap saat, dan frekuensi pengambilan tidak dibatasi sepanjang saldo rekening mencukupi.

**4. Tabungan Haji**

Tabungan Haji adalah sarana untuk melunasi ongkos naik haji dalam jangka waktu yang tidak terbatas, dengan melalui sarana tabungan ONH BRI diberikan bagi hasil dan dimana besarnya bagi hasil tersebut ditetapkan setiap bulan di Kantor Pusat, dan akan dihitung berdasarkan saldo terendah minimal.

### 2.4.1.4. KREDIT

#### 2.4.1.4.1. MIKRO

**1. Kupedes**

Kupedes adalah suatu fasilitas kredit yang disediakan oleh BRI Unit (bukan oleh Kantor Cabang BRI atau Bank lain), untuk mengembangkan atau meningkatkan usaha kecil yang layak.

#### 2.4.1.4.2. RETAIL

**1. Kredit Modal Kerja (KMK)**

Fasilitas kredit yang dipergunakan untuk membiayai oprasional perusahaan yang berhubungan dengan pengadaan maupun proses produksi sampai pada barang tersebut dijual atau sejumlah dana yang tertanam dalam aktiva lancar yang diperlukan untuk menjalankan aktivitas perusahaan.

2. **Kretap (Kredit Kepada Golongan Berpenghasilan Tetap)**

Kretap adalah kredit yang diberikan kepada pekerja berpenghasilan tetap, instansi/BUMN/BUMD/Swasta/Perusahaan Asing/Yayasan. Kretap juga diberikan kepada Anggota TNI dan POLRI.

3. **Kresun**

Kresun adalah kredit yang diberikan kepada pensiunan atau jandanya yang menerima pensiunan secara tetap setiap bulannya. Pensiunan ini meliputi Pensiunan PNS/Pensiunan Pekerja BUMN/BUMD/Swata yang mempunyai Yayasan Dana Pensiun/Pensiunan TNI/POLRI.

### 2.4.1.5. SYARIAH

1. **Giro Wadiah**

   Giro Wadiah adalah sarana penyimpanan dana dengan pengelolaan berdasarkan prinsip al-Wadi'ah Yad Dhomanah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan media cek atau bilyet giro. Dengan prinsip tersebut titipan anda akan dimanfaatkan dan diinvestasikan Bank secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada berbagai jenis usaha dari usaha kecil dan menengah sampai pada tingkat korporat secara propesional tanpa melupakan prinsip syariah. Bank menjamin keamanan dana anda secara utuh dan ketersediaan dana setiap saat guna membantu kelancaran transaksi.

2. **Tabungan Mudharabah**

   Tabungan Mudharabah adalah salah satu jenis simpanan berdasarkan prinsip Mudharabah al-muthlaqoh dan diperuntukan bagi anda yang menginginkan dananya diinvestasikan secara syariah. Dana anda akan dimanfaatkan dan diinvestasikan secara produktif dalam bentuk pembiayaan kepada berbagai jenis usaha dari usaha kecil dan menengah sampai pada tingkat korporat secara profesional tanpa melupakan prinsip syariah,. Atas investasi dana anda tersebut, Insya Allah akan diberikan bagi hasil sesuai nisbah yang telah disepakati bersama antara Bank dan anda.

### 2.4.2. Jasa Keuangan Dan Bisnis

#### 2.4.2.1. Jasa Bisnis

1. **Bank Garansi**

   Diberikan kepada nasabah sebagai jaminan pembayaran pada *supplyer* yang memasok produk untuk nasabah yang bersangkutan.

2. **Kliring**

   Kliring adalah proses penyampaian suatu-surat berharga yang belum merupakan suatu kewajiban bagi Bank, dimana surat berharga tersebut disampaikan oleh Bank Penarik, hingga ada pengesahan oleh Bank Tertarik melalui lembaga kliring, yang dinyatakan dalam mata uang rupiah.

3. **ATM**

   ATM atau Anjungan Tunai Mandiri yaitu tempat mengambil uang dengan kartu ATM yang dapat diambil selama 24 jam.

4. **Safe Deposit Box**

   *Safe Deposit Box (SDB)* adalah media penyimpanan barang/dokumen berharga yang disediakan oleh Bank untuk disewakan kepada masyarakat, terbuat dari logam bermutu tinggi yang dilengkapi dengan kunci berpengaman ganda dan ditempatkan diruangan khusus untuk lebih menjamin keamanan.

**2.4.2.2. Jasa Keuangan**

1. **Bill Payment**

   *Bill Payment* adalah sarana tagihan pembayaran tagihan *public* dengan memanfatkan fasilitas ATM dan layanan di *Teller* BRI. Jenis Tagihan yang dibayar di BRI :

   a. Tagihan PLN

   b. Tagihan Telepon

   c. Tagihan Telkomsel

2. **Cepebri**

   Cepebri adalah surat berharga yang diterbitkan dalam nilai rupiah dengan ciri-ciri sebagai berikut :

   a. Terpercaya, aman, praktis dan fleksibel.

   b. Dijamin dengan seluruh kekayaan BRI.

   c. Jumlahnya sesuai nominal yang tercetak, baik dalam angka ataupun huruf.

3. **Inkaso**

   Inkaso adalah penagihan oleh bank yang bertindak untuk dan atas nama seseorang kepada seseorang atas dasar suatu hak tagihan dalam surat berharga.

   Warkat Inkaso : surat berharga yang merupakan hak tagian yang lazim dapat digolongkan sebagai warkat inkaso pada umumnya : cek, Bilyet Giro (BG), Aksep/Promes, dan kuitansi yang sudah ditandatangani serta jatuh tempo.

**4. Penerimaan Setoran**

Sesuai dengan komitmen kami, BRI akan melayani seluruh lapisan masyarakat. Dengan macam layanan yang luas merupakan bukti komitmen kami tersebut. Beberapa transaksi setoran atau pembayaran *(payment)* diantaranya adalah sebagai berikut :

a. Pembayaran tagihan rekening listrik.

b. Pembayaran tagihan rekening telepon.

c. Pajak Bumi Bangunan.

d. Gaji Pegawai (Angkatan Darat).

e. Pensiun Pegawai (Taspen).

f. Setoran BPIH (Biaya Perjalanan Ibadah Haji) lunas.

**5. Transaksi Online**

Transaksi Antar Cabang atau TAC adalah layanan baik ambil maupun setor antar rekening secara *on line* yang dapat dilakukan seluruh Kantor Cabang BRI.

Jenis produk yang dapat bertransaksi *on line* :

a. BritAma : Jenis transaksi *on line* : Penarikan dan Penyetoran.

b. Girobri : Jenis transaksi *on line* : Penyetoran.

**6. Transfer & LLG**

*Transfer* adalah layanan pengiriman uang baik dalam bentuk mata uang rupiah maupun valas melalui BRI. Lalu Lintas Giro (LLG) adalah layanan pengiriman uang ke Bank lain melalui system kliring.

**2.4.2.3. Jasa Lain**

1. **Setoran ONH**

   Penerimaan setoran ONH BRI adalah setoran ongkos naik haji yang dilakukan oleh masyarakat yang mempunyai nilai untuk melaksanakan haji dan penyetorannya dilakukan sekaligus lunas sesuai tariff ONH yang ditetapkan pemerintah dan calon haji sah terdaftar.

2. **Setoran Pajak**

   Peneriamaan Negara (Pajak) adalah setoran yang diterima oleh bank dari pihak ketiga berupa pajak, non pajak yang akan disetorkan kerekening kas Negara yang ditatausahakan oleh BRI.

3. **Dana Orang Tua Asuh**

   Menerima setoran GN-OTA adalah setoran dari perorangan, organisasi/lembaga dan perusahaan untuk diserahkan kepada lembaga GN-OTA guna membatu biaya pendidikan anak asuh

4. **Denda Tilang**

   Penerimaan uang titipan denda tilang adalah setoran para pelanggar lalu lintas yang ditindak POLRI dan disetorkan karena BRI pelaksanaan yang ditunjuk oleh POLRI.

5. **Western Union**

   Pengiriman uang melalui *Western Union Money Transfer* dapat dilakukan oleh siapa saja diseluruh dunia.

   (sumber : www.bri.co.id)

## 2.4. Keunggulan Bank BRI

Seperti yang kita ketahui Bank BRI merupakan bank yang mempunyai ciri khas dengan pelayanan yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah, hal ini telah dijadikan visi Bank BRI. Melalui visinya ini Bank BRI selalu dengan dekat dengan nasabah untuk kalangan menengah ke bawah (rakyat kecil/masyarakat pedesaan), sehingga kalangan ini dapat melakukan transaksi misalnya untuk menabung atau melakukan peminjaman untuk modal usahanya, dan lain sebagainya.

Dengan adanya kantor-kantor cabang yang ada di pelosok pedesaaan memudahkan bagi nasabah untuk bertransaksi dengan Bank BRI. Bila dibandingkan dengan bank-bank lainnya, misalnya Bank Bank Central Asia (Bank BCA) belum merambah sampai ke pelosok pedesaan, demikian juga dengan Bank LIPPO, Bank Permata, Bank Ekonomi, Bank BNI, dan lainnya belum menyediakan kantor cabang hingga ke pelosok pedesaaan.

Selain faktor tersebut, faktor ketanggapan pelayan, kecepatan transaksi, keberadaan pelayanan, profesionalisme pelayanan, dan faktor fasilitas yang diberikan oleh Bank BRI kepada para nasabahnya, maka Peneliti tertarik untuk meneliti tentang faktor-faktor di atas terhadap kepuasan para nasabahnya terutama di wilayah Yogyakarta.

# BAB III

# KAJIAN PUSTAKA

Kajian pustaka diarahkan untuk mendapatkan landasan teori dan literatur yang relevan dengan analisis yang digunakan, dan dasar-dasar teori dari sumber-sumber lain yang mendukung dalam penelitian ini.

Dalam bab ini menyajikan hasil penelitian yang pernah ada dan pernah dilakukan oleh beberapa peneliti sebelumnya dengan maksud untuk dijadikan bahan acuhan dan sebagai landasan untuk melakukan penelitian. Dalam bab ini berusaha untuk mencari kelebihan dan kelemahan yang dilakukan oleh masing-masing peneliti sebelumnya. Bercermin dari hasil penelitian sebelumnya tersebut selanjutnya berusaha untuk melakukan penelitian dengan objek penelitian yang meliputi waktu penelitian yang berbeda dengan yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya.

Persamaan antara penelitian yang sedang dilakukan dengan penelitian yang sebelumnya adalah mereka menggunakan alat analisis yang sama terhadap penelitian yang sedang dilakukan dan ada sebagian bab maupun cara penelitian yang mereka lakukan memiliki kesamaan. Sedangkan yang membedakan antara peneliti yang satu dengan peneliti yang lain adalah mengenai masalah tempat penelitian atau objek penelitian dan kurun waktu penelitian.

Sebelum peneliti melakukan penelitian ini, ada beberapa penelitian yang pernah dilakukan salah satunya yaitu Analisis Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Menjadi Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang

Sleman yang disusun oleh R. Haryo Sejoseno Aji, Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, dengan hasil analisis seperti tersaji dibawah ini:

1. Dilihat dari karakteristik responden yang diteliti, bahwa sebagian besar responden yang menjadi nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Sleman adalah:
   a. Respnden yang berusia antara 31 sampai 40 tahun
   b. Responden yang telah menempuh pendidikan akhir sampai akademik/Universitas.
   c. Responden yang mempunyai penghasilan.
   d. Responden yang bekerja sebagai pegawai negeri.
2. Dari perhitungan analisis indeks sikap konsumen terhadap atribut-atribut PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) cabang Sleman yang menggunakan model Fishbelr, bahwa sikap konsumen terhadap atribut-atribut yang ditawarkan oleh BRI yang menunjukan sikap yang sangat baik, ditunjukan dengan nilai total indeks sikap dari keseluruhan atribut yang ditawarkan yaitu. Atribut pelayanan menempati urutan pertama merupakan atribut paling besar nilai indeks sikapnya dan nilai kepercayaan. Disisi kedua adalah atribut jaminan keamanan. Pada peringkat ketiga yaitu atribut fasilitas. Pada posisi keempat yaitu atribut produk dengan. Atribut suku bunga menempati disusul oleh atribut lokasi. Dan diurutan terakhir yaitu atribut promosi Dari hasil perhitungan tersebut menunjukan bahwa sikap konsumen terhadap atribut-atribut dari Bank Rakyat Indonesia cabang Sleman sangat baik/sangat positif. Hal ini menggambarkan bahwa BRI sebagai bank yang ternyata mampu

menarik minat konsumen sebagai bank kepercayaan mereka. Itu semua tak lepas dari kiat BRI sendiri untuk selalu menjaga image perusahaanya dimata masyarakat dan bila dilihat dari penilaian konsumen pada masing-masing atribut, maka dapat diambil kesimpulan atribut pelayanan memiliki point yang tinggi. Hal ini berarti tanggapan konsumen dalam menentukan keputusannya menjadi nasabah BRI cabang Sleman.

Dari analisis diketahui bahwa ada perbedaan yang signifikan antara karakteristik responden dengan atribut yang ditawarkan pada BRI cabang Sleman sebagai berikut :

a. Ada perbedaan yang signifikan berdasarkan tingkat usia terhadap penilaian atribut produk-produk jasa, simpanan dan tabungan yang ditawarkan oleh BRI cabang Ada perbedaan yang signifikan berdasarkan tingkat pendidikan terhadap penilaian atribut pelayanan yang diberikan BRI cabang Sleman.
b. Ada perbedaan yang signifikan berdasarkan tingkat pendidikan terhadap penilaian atribut jaminan keamanan yang ditawarkan oleh BRI cabang Sleman.
c. Ada perbedaan yang signifikan berdasarkan tingkat penghasilan terhadap penilaian atribut pelayanan yang diberikan BRI cabang Sleman.
d. Ada perbedaan yang signifikan berdasarkan tingkat penghasilan terhadap penilaian atribut jaminan keamanan yang ditawarkan oleh BRI cabang Sleman..
e. Ada perbedaan yang signifikan berdasarkan jenis pekerjaan terhadap penilaian atribut produk-produk jasa, simpanan dan tabungan yang ditawarkan oleh BRI cabang Sleman.

f. Ada perbedaan yang signifikan berdasarkan jenis pekerjaan terhadap penilaian atribut fasilitas yang ditawarkan oleh BRI cabang Sleman.

g. Ada perbedaan yang signifikan berdasarkan jenis pekerjaan terhadap penilaian atribut suku bunga yang ditawarkan oleh BRI cabang.

# BAB IV

# LANDASAN TEORI

## 4.1. Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (J. Supranto, 1997). Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pelanggan masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

Pada penelitian terhadap Bank BRI ini, ada beberapa hal yang menarik untuk diteliti, misalnya contoh kasus nasabah harus menunggu lebih dari setengah jam untuk menarik dana di kantor cabang yang berbeda dengan tempat dia membuka rekening, bank yang mempunyai jumlah ATM (anjungan tunai mandiri) terbanyak diseluruh Indonesia, harus kecewa dengan layanan ATM di beberapa tempat, jika tidak mengalami kehabisan uang, banyak dari jaringan ATM bank tersebut kehabisan kertas tanda terima yang keluar hanyalah kertas putih polos.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan/nasabah, perusahan harus menciptakan dan mengelola suatu system untuk memperoleh pelangan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

## 4.2. Sistem Untuk Memenuhi Kepuasan Pelanggan

Berbagai penelitian tentang ketidakpuasan menujukan bahwa para pelangan tidak puas pembelian mereka sekitar 25% dari keseluruhan waktu, tapi hanya 5% yang mengeluh. 95% sisanya merasa mengeluh tidak sepadan dengan usahanya atau mereka tidak tahu bagaimana dan kepada siapa harus mengeluh.

Dari 5% pelanggan yang menyampaikan keluhan, hanya sekutar 50% yang melaporkan pemecahan masalah yang memuaskan. Sedangkan, rata-rata seorang pelanggan yang puas memberitahu tentang pengalaman produk yang baik, rata-rata seorang pelanggan yang tidak puas mengeluh kepada 11 orang. Jika setiap orang dari kesebelas orang itu memberitahu orang lain lagi, jumlah orang yang mendengar keburukan itu dari mulut ke mulut itu akan bertambah secara eksponensial.

Namun, pelanggan yang keluhannya diselesaikan dengan baik sering menjadi lebih setia pada perusahaan dari pada pelanggan yang tidak pernah dipuaskan. Sekitar 34% pelanggan yang mencatat keluhan besar akan membeli lagi dari perusahan jika keluhan mereka diselesaikan, dan keluhan ini naik menjadi 52% untuk keluhan kecil. Jika keluhan itu diselesaikan dengan cepat, sekitar 52% (keluhan) dan 95% (keluhan kecil) untuk membeli

kembali kepada perusahaan. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan program pemulihan pelayanan dengan cara:

1. Perusahan mengusahaakan agar pelanggan yang tidak puas mudah menyampaikan keluhan.
2. Karyawan perusahaan yang menerima keluhan dilatih dengan baik dan diberi wewenang untuk memecahkan masalah pelanggan dengan cepat dan memuaskan.
3. Perusahaan harus bergerak lebih dari sekedar memuaskan pelanggan tertentu dan menemukan dan memperbaiiki akar penyebab masalah yang sering timbul.

## 4.3. Mempertinggi Tingkat Kepuasan Melalui *Mass Customization*

Menurut Kotler dan Amstrong (1997), mass customization adalah kemampuan untuk menyediakan produk dalam skala massal yang didisain secara individual dan mengkomunikasiakan untuk dipertemukan dengan kebutuhan pelanggan. Mass customization bisa mempertinggi tingkat kepuasan karena nilai produk bagi pelangan menjadi lebih tinggi dan harapan terhadap produk relative lebih cepat.

### 4.3.1. Nilai Produk Bagi Pelanggan

Unsur pembentuk nilai produk bagi pelanggan terdiri dari :

**1. Nilai Total Pelanggan**

Dengan dijalankannya mass customization, yang mana setiap pelanggan bisa meyesuaikan produk atau jasa yang dibeli dengan kebutuhan, secara logika mereka merasa puas, karena dalam menentukan nilai produk,

pelanggan terlibat langsung ikut menentukan. Demikain juga untuk jasa, personil dan citra, pelangan terlibat secara aktif, sehingga merekan mendapatkan kepuasan. Akibat lebih lanjut, nilai total pelanggan meningkat jika dibanding tanpa adanya masss customization.

2. **Biaya Total Pelanggan**

   Dengan adanya mass customization, biaya moneter, harga misalnya menjadi lebih murah. Biaya dari unsur waktu, misalnya waktu untuk mencari dan mendisain produk atau jasa yang benar-benar sesuai sebelum adanya mass customization akan lebih panjang, berarti akan lebih mahal, namun setelah perusahaan menjalankan mass customization, biaya menjadi lebih rendah

3. **Nilai Yang Diserahkan Kepada Pelanggan**

   Apabila nilai total pelanggan meningkat dengan adanya mass customization, sementara biaya total pelanggan justru menurun, berarti nilai yang diserahkan kepada pelanggan menjadi lebih tinggi dibanding sebelumnya.

### 4.3.2. Harapan Pelanggan Terhadap Produk

Dengan diterapkannya mass customization, harapan pelanggan terhadap produk relative bisa tepat. Pengalaman membeli yang menyenangkan, informasi dan janji yang dipenuhi sesuai kenyataan, maka harapan pelanggan menjadi lebih tinggi.

### 4.3.3. Tingkat kepuasan Pelanggan

Ketika nilai produk bagi pelanggan meningkat karena pelaksanaan mass customization, dan harapan pelanggan terhadap produk tepat, maka tingkat kepuasan pelanggan menjadi lebih tinggi dibanding sebelumnya.

## 4.4. Definisi Jasa

Perkembangan pemasaran berawal dari tukar menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan alat tukar berupa uang ataupun logam mulia. Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, maka dibutuhkannya suatu alat tukar yang berlaku umum dan untuk itulah diciptakan uang. Disamping itu, manusia memerlukan jasa yang mengurus hal-hal tertentu, sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran.

Jasa/pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan tetap hilang, lebih dapat dirasakan daripada memiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran, defenisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertian sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dengan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat bergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak produksen.

## 4.5. Karakteristik Jasa

Menurut Philip Kotler karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Intangible (tidak berwujud)

   Suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.

2. Inseparibility (tidak dapat dipisahkan)

   Pada umumnya jasa yang diproduksi dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

3. Variabelity (bervariasi)

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

4. Pershability (tidak tahan lama)

   Daya tahan jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

## 4.6. Mengelola Kualitas Jasa

Suatu cara perusahan untuk tetap dapat unggul bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaran dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkannya.

Terdapat 5 (lima) determinan kualitas jasa yang nantinya dijadikan alat penelitian berupa kuisoner yang terdiri dari faktor-faktor dan butir-butir pertanyaan dapat dirincikan sebagai berikut (Philip Kotler 1994):

1. Faktor Keandalan (reliability)

Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

Dengan butir-butir sebagai berikut:

a. Pelayanan transaksi kepada nasabah

   Perusahaan belum disebut/ belum bisa disebut telah memberikan pelayanan sempurna jika sebagian besar nasabah belum bisa mempercayakan masalahnya kepada kita.

b. Kecepatan teller melakukan transaksi

   Kemampuan Bank BRI cepat tanggap terhadap transaksi dengan nasabah.

c. Tanggapan Teller kepada nasabah

   Teller harus selalu bersikap ramah, sopan dan hormat kepada nasabah akan menimbulkan keparcayaan nasabah

d. Perhatian teller kepada nasabah

   Memberikan perhatian secara individu kepada nasabah.

e. Kesungguhan semua karyawan melayani nasabah

   Pelayanan yang diberikan kepada nasabah secara sungguh-sungguh dilakukan oleh karyawan bank.

2. Faktor Koresponsifan (responsiveness)

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

   Dengan butir-butir sebagai berikut:

   a. Proses transaksi kepada nasabah

Proses tarnsaksi yang dilakukan secara efektif dan efisien sehingga tidak membuang waktu yang sia-sia.

b. Waktu menunggu dalam antrian

Waktu yang diberikan tidak terlalu lama oleh nasabah ketika menunggu dalam antrian sehingga tidak menimbulkan kebosanan oleh nasabah.

c. Waktu yang diperlukan seluruh transaksi

Kecepatan pelayanan sangat penting waktu sangat berharga bagi nasabah. Pelayanan yang lambat dan tidak cekatan selain menandakan karyawan tidak profesional juga menunjukkan belum adanya yang kuat untuk melayani dengan tulus dan ikhlas.

d. Waktu menunggu begitu sampai di loket

Ketika nasabah begitu sampai di loket tidak memerlukan waktu yang cukup lama yang dialami oleh nasabah.

e. Kesigapan teller melayani nasabah

Tanggapan teller kepada kebutuhan nasabah harus menunjukkan kesigapan oleh karyawan yang bersangkutan.

3. Faktor Keyakinan (confidence)

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

Dengan butir-butir sebagai berikut:

a. Sambutan segenap karyawan kepada nasabah

Bagaiamana karyawan bank dalam memberikan sambutan kepada nasabah agar terkesan menerima dengan baik tetapi tidak berlebihan oleh anggapan nasabah.

b. Teller memberikan senyum yang ramah

Memberikan senyuman kepada nasabah menunjukkan pelayanan yang berkesan baik oleh pihak bank.

c. Waktu pertemuan Saya dengan pegawai

Pertemuan antara nasabah dengan pegawai merupakan saat-saat yang penting dan bermanfaat bagi kedua belah pihak (nasabah dengan karyawan).

4. Faktor Empati (emphaty)

Syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.

Dengan butir-butir sebagai berikut:

a. Kesungguhan teller melayani nasabah

Bagaimana kesungguhan pegawai teller dalam melayani keinginan kebutuhan nasabah.

b. Teller mendengarkan permintaan nasabah

Aktif mendengarkan nasabah tentang keinganannya dan tindakan-tindakan yang harus dilakukan untuk memecah masalah nasabah.

c. Waktu yang diperlukan teller untuk bertransaksi.

Teller dalam bertransaksi dengan nasabah menggunakan waktu seefektif mungkin sesuai kebutuhan pelanggan.

d. Teller tahu bagaimana menangani suatu transaksi spesial yang nasabah minta

Kemampuan teller dalam bertransaksi dengan nasabah agar berkesan baik yang menunjukkan keistimewaan bagi seorang teller kepada nasabahnya.

e. Teller tidak minta bantuan dari teller lain untuk suatu transaksi yang nasabah minta.

Kemampuan individu seorang teller untuk menyelesaikan persoalan nasabah tidak meminta bantuan kepada teller lain, sehingga tidak memerlukan waktu yang lama.

f. Kemampuan teller melakukan transaksi

Kemampuan yang diberikan teller kepada nasabah menunjukkan keprofesionalan pihak bank dalam melayani nasabahnya.

5. Faktor Berwujud (tangible)

Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi.

Jasa akan menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan. Artinya perusahaan seharusnya mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang memang dianggap penting oleh para pelanggannya/nasabahnya.

Dengan butir-nutir sebagai berikut:

a. Waktu menunggu di antrian di ATM

Banyaknya ATM yang disediakan oleh bank pada tempat-tempat tertentu sehingga tidak terlalu lama dalam antrian.

b. Keberadaan mesin ATM

Ketersediaan mesin ATM yang mudah ditemui oleh nasabahnya kapan dan dimanapun berada.

c. Adanya SMS Banking BRI

Fasilitas bank dengan menggunakan SMS memudahkan nasabah untuk bertransaksi dengan cepat.

d. Program undian berhadiah yang diadakan oleh bank

Suatu program dari pihak bank untuk menarik minat nasabah agar mereka berkenan menabung lebih termotivasi lagi.

e. Tingkat suku bunga yang diberikan bank selama ini

Suku bunga bank yang selama ini diberikan sudah sesuai dengan keinganan nasabah atau belum.

## 4.7. Pengertian Bank

Menurut Prof. GM Verryn Stuart dalam Simorangir (1989), definisi bank adalah badan yang bertujuan untuk memuaskan kebutuhan kredit, baik dengan alat-alat pembayaran sendiri atau uang yang diperolehnya dari orang lain maupun dengan jalan mengedarkan alat-alat pertukaran baru berupa uang giral.

Menurut UU pokok perbankan 1967 pasal 1a, bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalulintas pembayaran dan peredaran uang.

## 4.8. Fungsi Bank

Fungsi utama bank adalah sebagai lembaga penghimpun dan menyalur dana masyarakat atas dasar kepercayaan. Maju mundurnya usaha lembaga keuangan tersebut sangat tergantung pada kepercayaan masyarakat.

Secara fundamental bank memiliki dua fungsi perolehan (pengumpulan) dana dan fungsi pengguna (penyalur) dana. Sumber dana yang ada berasal dari simpanan, dana pinjaman lainnya, dan modal. Simpanan merupakan fungsi terbesar dan terpenting dalam aktifitas pengumpulan dana yang mendominasi lebih kurang 80% sampai dengan 90% sumber dana bank. Bank juga memperoleh dana melalui peminjaman sumber lain, baik yang bersifat jangka pendek maupun jangka panjang seperti peminjaman bank Indonesia, penjualan surat-surat berharga, dan lain-lain. Tambahan modal terutama diperoleh bank melalui pejualan saham di pasar modal serta hutang jangka panjang.

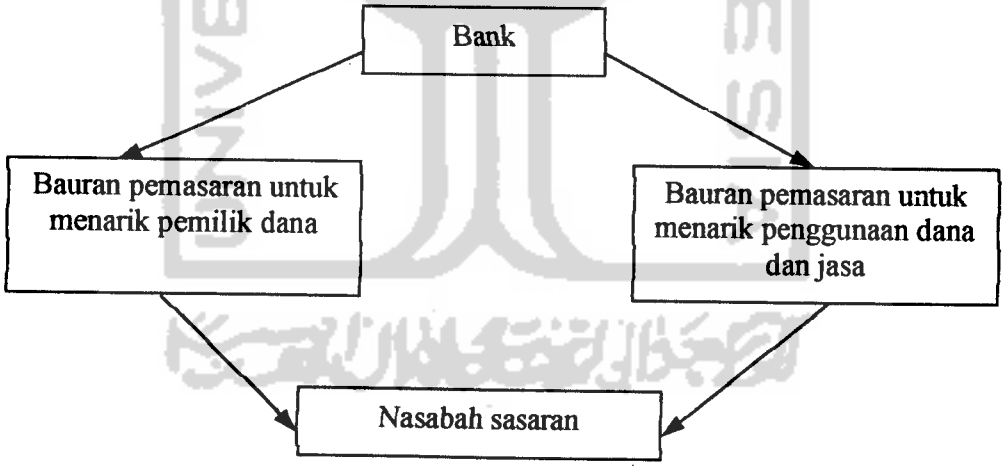
Fungsi bank lainnya adalah fungsi pengguna atau penyalur kredit yang dapat diklarifikasikan menjadi kelompok besar, yaitu : peminjaman (kredit), investasi. aktifa lancar, dan fasilitas bank. Fungsi utama bank yaitu:

1. Kemampuan untuk membuat dan memusnahkan uang.
2. Mekanisme pembayaran dan transfer dana.
3. Pemusatan dan pengumpulan dana.
4. Penyaluran kredit.
5. Fasilitas pembiayaan dan perdaganagan luar negeri.
6. Jasa-jasa perwalian atau trust.
7. Penyimpanan dana-dana berharga.
8. Jasa-jasa penawaran dan penjualan dan pembelian surat berharga.

## 4.9. Konsep Pemasaran Perbankan

Sebagaimana dalam penjualan jasa, aktifitas pemasaran dalam industri perbankan memfokuskan pada konsumen atau nasabah itu sendiri. Pemasar menjadi orang yang melayani dan berusaha mengetahui jasa yang sesuai dengan keinginan konsumen.

Dalam aktivitas pemasaran jasa bank, terdapat dua kegiatan yang dilakuakan secara bersama-sama (dual marketing task), yaitu kegiatan pemasaran untuk menghimpun dana (dalam bentuk simpanan) dan kegiatan pemasaran untuk memasarkan dana (dalam bentuk pinjaman atau kredit), serta jasa-jasa perbankan lainya. Menurut Suranto (1995), strategi pemasaran dan bauran pemasaran bank (marketing mix) secara sistematis dapat dicermati dari gambar berikut ini:




Gambar 4.1: Dual Task Pemasaran Perbankan

*Sumber: Suranto, 1995, Call : Sarana utama pemasaran jasa bank, Artikel dalam majalah Bank dan Manajemen, Januari/Februari 1995, Jakarta*

Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa dana merupakan sasaran utama dalam pemasaran jasa bank. Hal tersebut dikarenakan pada umumnya sebagian besar liabilitas bank dibiayai oleh pihak ketiga, sedangkan aset sebagian besar berupa pinjaman kepada debitur.

Philip Kotler (1997), mengungkapkan bahwa dalam industri perbankan, pengertian pemasaran bank adalah sebagai berikut:

1. Pemasaran adalah iklan, promosi penjualan, dan publikasi, dengan tujuan untuk menarik nasabah baru dan memperkenalkan produk jasa bank.
2. Pemasaran adalah menciptakan suasana yang menyenangkan dan bersahabat. Bankir serta seluruh pihak di bank dituntut untuk bersikap ramah terutama pada bagian yang berhadapan langsung dengan nasabah.
3. Pemasaran adalah segmentasi dan inovasi, dimana dalam bersaing baik dituntut untuk dapat mengantisipasi segala kebutuhan nasabahnya dengan melakukan sigmintasi pasar serta memperkenalkan produk-produk baru.
4. Pemasaran adalah pembentukan posisi *(postioning)*, dimana bank dituntut untuk memiliki ketidaksamaan dengan bank-bank lain. *Postioning* pada dasarnya membantu mengetahui perbedaan suatu bank dari bank-bank pesaing.
5. Pemasaran adalah analisis, perencanaan, dan pengawasan pemasaran, dimana bank dituntut untuk melakukan analisis, perencanaan, dan pengawasan pemasaran yang efektif sehingga mampu sasaran yang telah ditetepkan serta mampu bertahan dalam pesaingan yang semakin ketat.

Menurut Berry (1990), bahwa jasa perbankan bersifat ingtangible yang berupa pelayanan (servise) sehingga diperlukan strategi pemasaran

yang menggunakan *konsep* 4 P (Product, Price, Place, dan Promotion), 2 C (Customer sensitivity and Customer confinience), dan S (Service). Untuk lebih jelasnya, konsep 4P+2C+S adalah sebagai berikut:

1. Product, yaitu mutu, keandalan, dan atribut-atribyt produk.
2. Price, yaitu harga yang ditetapkan, syarat-syarat pembayaran, dan kemudahan-kemudahan lainnya.
3. Place, yaitu aksesabilitas produsen, fasilitas yang dimiliki produsen, syarat pembayaran, dan kesediaan bagi nasabah.
4. Promotion, yaitu periklanan, pubilitas, layanan prajual, dan potongan harga.
5. Kepekaan pelanggan (Customer sensitivity), yaitu sikap karyawan, perlakuan terhadap nasabah, dan tanggapan terhadap nasabah.
6. Kemudahan dan keyamanan nasabah (Customer confinience), yaitu kesediaan nasabah, kenyamanan nasabah, dan penjualan.
7. Layanan atau jasa (Service), yaitu pelayanan pra-jual, pelayanan purna-jual, dan kenyamanan nasabah.

# BAB V

# METODE PENELITIAN

## 5.1. Jenis Data dan Analisis

Pada suatu proses penelitian sering hanya terdapat satu jenis data yaitu data kuantitatif atau data kualitatif saja, tapi mungkin juga gabungan antara keduanya. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema, atau gambar. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Data kualitatif yang diangkakan *(skoring)*, misalnya terdapat dalam skala pengukuran. Suatu pernyataan atau pertanyaan yang memerlukan alternatif jawaban, misalnya: sangat puas, puas, kurang puas, atau tidak puas, yang masing-masing diberi bobot angka 4 (empat), 3 (tiga), 2 (dua), dan 1 (satu).

Macam data ada 2 (dua) yaitu data kualitatif dan data kuantitatif. Data kuantitatif dibagi menjadi dua, yaitu: data diskrit/nominal dan data kontinyu. Data nominal adalah data yang hanya dapat digolong-golongkan secara terpisah, secara diskrit atau kategori. Data ini diperoleh dari hasil menghitung, misalnya dalam suatu kelas dihitung terdapat 50 mahasiswa, terdiri dari 30 pria dan 20 wanita. Dalam suatu kelompok terdapat 1000 orang suku Jawa dan 500 orang suku Sunda, dan lain-lain.

Data kontinyu adalah data yang bervariasi menurut tingkatan dan diperoleh dari hasil pengukuran. Data ini dibagi menjadi data ordinal, data interval, dan data ratio. Data ordinal adalah data yang berbentuk ranking atau

peringkat, misalnya juara I, II, III, dan seterusnya. Data ini bila dinyatakan dalam skala, maka jarak satu dengan data lainnya tidak sama.

Data interval adalah data yang jaraknya sama tetapi tidak mempunya nilai 0 (nol) mutlak. Contoh skala termometer, walaupun ada nilai $0^0$C, tetapi tetap ada nilainya. Data-data yang diperoleh dari pengukuran dengan instrumen sikap dengan skala *Likert*, misalnya adalah berbentuk data interval. Data interval dapat dibuat menjadi data ordinal (peringkat).

Data ratio adalah data yang jaraknya sama dan mempunyai nilai 0 (nol) mutlak. Misalnya data tentang berat badan, panjang, dan volume. Berat 0 kg, berarti tidak ada beratnya atau tidak mempunyai berat, panjang 0 meter, berarti tidak ada panjangnya. Data ini dapat diubah ke dalam interval dan ordinal. Data ini juga dapat dijumlahkan atau dibuat perkalian secara aljabar. Misalnya 2 meter ditambah 3 meter sama dengan 5 meter. Jika dalam data interval penjumlahannya tidak seperti dalam data ratio. Misalnya air 1 gelas dengan suhu $20^0$C ditambah 1 gelas dengan suhu $15^0$C maka suhunya tidak menjadi $35^0$C, tetapi sekitar $17.5^0$C.

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka, sehingga akan lebih akurat, efisien, dan komunikatif. Misalnya

berat emas 19 gram, berat besi 100 kg, suhu badan orang normal/sehat $37^0$ C, *IQ* seseorang 150. Dari empat macam pengukuran yang dijelaskan di atas, ternyata skala interval-lah yang lebih banyak digunakan untuk mengukur fenomena sosial.

### 5.1.1. Jenis Skala Pengukuran

Berbagai skala yang digunakan untuk penelitian sosial antara lain:

1. ***Skala Likert***

Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator jawaban tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun butir-butir yang dapat berupa pernyataan dan pertanyaan. Jawaban setiap butir yang menggunakan skala Likert berupa kata-kata, misalnya:

| | |
|---|---|
| a. Sangat setuju | a. Sangat puas |
| b. Setuju | b. Puas |
| c. Kurang setuju | c. Kurang Puas |
| d. Tidak setuju | d. Tidak Puas |

Dalam hal ini, digunakan skala 4 (empat) tingkat (Likert) yang terdiri: *sangat penting, penting, kurang penting,* dan *tidak penting* untuk pertanyaan tentang harapan nasabah terhadap suatu aspek. Keempat penilaian tersebut dierikan bobot sebagai berikut

a. Jawaban *sangat penting* diberi bobot 4 (empat)

b. Jawaban *penting* diberi bobot 3 (tiga)

c. Jawaban *kurang penting* diberi bobot 2 (dua)

d. Jawaban *tidak penting* diberi bobot 1 (satu)

Untuk kinerja/penampilan diberikan 4 (empat) tingkat pula yaitu: *sangat puas, puas, kurang puas,* dan *tidak puas,* dengan bobot sebagai berikut:

a. Jawaban *sangat puas* diberi bobot 4 (empat)

b. Jawaban *puas* diberi bobot 3 (tiga)

c. Jawaban *kurang puas* diberi bobot 2 (dua)

d. Jawaban *tidak puas* diberi bobot 1 (satu)

**2. *Skala Guttman***

Skala pengukuran dengan tipe ini akan didapatkan jawaban yang tegas yaitu: Ya atau Tidak, Benar atau Salah, dan lain-lain. Data yang diperoleh dapat berupa data interval atau ratio. Jadi jika pada skala Likert terdapat interval dari kata "sangat setuju " sampai "tidak setuju", maka pada skala Guttman hanya ada dua interval yaitu "setuju" atau "tidak setuju". Penelitian yang menggunakan skala Guttman dilakukan bila ingin mendapatkan jawaban yang tegas terhadap suatu permasalahan yang ditanyakan.

## 5.2. Cara Pengambilan Data

### 5.2.1. Pra Survey

Kegiatan ini dilakukan untuk menentukan banyaknya sampel yang akan diambil. Hal ini berkaitan dengan kesalahan sampling yang akan

ditentukan agar kegiatan penelitian dapat memperkirakan banyaknya elemen populasi dengan karakteristik tertentu. Pra survey dilakukan pada Hari Senin, tanggal 30 Mei 2005 sebelum dilakukan penyebaran kuisioner dengan mengamati banyaknya nasabah yang datang di Bank BRI setiap jamnya antara pukul 08.00 WIB sampai pukul 15.00 WIB dengan satu jam istirahat pada pertengahan jam kerja yaitu pukul 12.00 WIB sampai dengan pukul 13.00 WIB. Pra survey ini bertujuan untuk memperkirakan besarnya rata-rata nasabah yang datang setiap hari pada tiap jamnya. Pada tabel merupakan data yang diperoleh dari kegiatan pra survey tersebut.

*Data pra survey rata-rata nasabah Bank Mandiri*

| Waktu | Kelompok (shift) | Jumlah jam ($m_i$) | Banyaknya nasabah ($x_i$) |
|---|---|---|---|
| 08.00 – 09.00 | 1 | 1 | 13 |
| 09.00 – 10.00 | 2 | 1 | 15 |
| 10.00 – 11.00 | 3 | 1 | 17 |
| 11.00 – 12.00 | 4 | 1 | 14 |
| 13.00 – 14.00 | 5 | 1 | 12 |
| 14.00 – 15.00 | 6 | 1 | 10 |

**Sumber:** hasil pra survey

Dengan menggunakan sampling kelompok (*cluster sampling*) untuk menentukan besarnya sampel yang harus diambil mengikuti tahap-tahap sebagai berikut:

a. Menentukan banyaknya kelompok sampel

Untuk mendapatkan banyaknya kelompok sampel dengan memakai metode teknik sampling kelompok akan mengikuti rumus (*J.Supranto, hal.234*) sebagai berikut :

$$n = \frac{N_k S_k^2}{N_k D + S_k^2} \qquad \text{.....(5.9)}$$

$$D = \frac{B^2 \bar{m}^2}{2Z_{\alpha/2}} \qquad \text{.....(5.10)}$$

Dimana:

$N_k$ = banyaknya kelompok dalam populasi

Banyaknya kelompok dalam populasi diperoleh dari data sekunder Bank BRI yaitu jumlah nasabah keseluruhan Bank BRI sebanyak 8.352.475 nasabah dibagi dengan banyaknya kantor cabang sebanyak 170 dibagi kelompok/shift yaitu 6 kelompok, yaitu: Nk = 2.352.475 : (170 x 6) =2306,34 ≈ 2306 kelompok. Jadi rata-rata banyaknya nasabah di tiap kantor cabang adalah 2.352.475: 170 = 13838,08 ≈ 13.838 nasabah.

$S_k^2$ = variansi sampel

Harga penyebaran ini dirumuskan sebagai berikut:

$$S_k^2 = \frac{1}{n_k - 1} \sum (x_i - \bar{x} m_i)^2 \qquad \text{.....(5.11)}$$

Keterangan:

$n_k$ = banyaknya kelompok sampel

$\bar{x}$ = rata-rata banyaknya nasabah

$$= \frac{1}{n_k} \sum x_i$$

$$=\frac{1}{6}(13+15.....+10)=13,5\approx 14$$

Jadi rata-rata banyaknya nasabah sebesar 14 orang tiap kelompok dalam setiap harinya. Sehingga vaiansinya adalah:

$$S_k^2=\frac{1}{6}\{(13-14)^2+(15-14)^2+.....+(10-14)^2\}=2.43\approx 2$$

Jadi besarnya besarnya variansi adalah 2

B = Kesalahan sampling

Kesalahan sampling yang akan digunakan dalam penelitian ini sebesar 1.15

Jadi besarnya D = $\frac{1,15^2 X1}{4}=0,33$

$\overline{m}$ = rata-rata banyaknya jam per shift, yang dalam hal ini setiap shiftnya lamanya semua sama yaitu 1 jam.

$$=\frac{1}{6}(1^2+1^2+.....+1^2)=1$$

Berdasarkan rumusan diatas maka banyaknya kelompok sampel adalah:

$$n=\frac{2306X2}{2306(0,33)+2}=6,044\approx 6 \text{ kelompok}$$

Jadi terdapat 6 kelompok sampel yang diambil dalam rangka untuk mencari jumlah sampel yang sebenarnya

b. Menentukan banyaknya elemen sampel (jumlah orang) yang harus diambil. Besarnya sampel dapat dicari dengan mengalikan banyaknya kelompok sampel dengan rata-rata pengunjung per shiftnya, yaitu sebagai berikut :

$n$ = 6 x 14 = 84 nasabah.

Jadi berdasarkan besarnya populasi yang telah diketahui, maka teknik sampling kelompok, jumlah sampel yang harus diambil adalah sekurang-kurangnya 84 nasabah. Dalam penelitian ini, dengan jumlah sampel 100 nasabah berarti telah memenuhi batas kuantitas minimal sampel yang harus diambil sehingga dapat dilakukan analisis-analisis statistik lebih lanjut.

c. Memilih waktu pada saat penarikan sampel.

Penarikan sampel dilakukan selam 3 (tiga) hari berturut-turut, dengan ketentuan sebagai berikut: rabu, kamis, dan Jumat. Dengan pertimbangan bahwa hari-hari tersebut merupakan hari yang banyak dikunjungi oleh nasabah dengan informasi yang diperoleh dari pihak bank bertepatan pula dengan awal bulan Juni.

d. Membuat jadwal penyebaran kuisioner untuk mendapatkan data sampel. Dari perhitungan dan informasi di atas, maka banyaknya kuisioner yang harus disebar kepada 100 nasabah per shiftnya adalah sebesar 100 : (6 x 3) = 5.55 ≈ 6 buah kuisioner. Perinciannya pada tabel berikut ini:

*Realisasi waktu penyebaran kuisioner*

| Waktu | Kelompok/ Shift | Banyaknya kuesioner yang disebar | | | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Senin | Selasa | Rabu | |
| 08.00 – 09.00 | 1 | 6 | 6 | 6 | 18 |
| 09.00 – 10.00 | 2 | 6 | 6 | 6 | 18 |
| 10.00 – 11.00 | 3 | 6 | 6 | 6 | 18 |
| 11.00 – 12.00 | 4 | 6 | 6 | 6 | 18 |
| 13.00 – 14.00 | 5 | 6 | 6 | 2 | 14 |

| Waktu | Kelompok/ Shift | Banyaknya kuesioner yang disebar | | | Total |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Senin | Selasa | Rabu | |
| 14.00 – 15.00 | 6 | 6 | 6 | 2 | 14 |
| | Total | 36 | 36 | 28 | 100 |

Peneliti memilih hari-hari tersebut (rabu, kamis, dan Jumat) dengan asumsi bahwa hari-hari tersebut banyak nasabah yang datang ke bank untuk bertransaksi. Sehingga karakteristik yang dapat diteliti bervariasi.

### 5.2.2. Teori Sampling

Data yang benar dalam bentuk parameter sangat mahal, memerlukan banyak waktu dan tenaga untuk memperolehnya, sebab harus melakukan penelitian terhadap seluruh elemen populasi. Misalnya harus melakukan sensus, oleh karena itu dalam prakteknya lebih sering dipergunakan data perkiraan untuk dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan teknik sampling. Pelaksanaan suatu teknik sampling menuntut perhatian pada semua *fase* kegiatan *survey*, sebab lemah pada suatu *fase* akan merusak hasil pelaksanaan sampling secara keseluruhan.

Tujuan teori sampling ialah membuat sampling menjadi lebih efisien, artinya dengan biaya yang lebih rendah diperoleh tingkat ketelitian yang sama tinggi atau dengan biaya yang sama diperoleh tingkat ketelitian yang lebih tinggi. Teori sampling mencoba untuk mengembangkan metode pemilihan sampel dengan pembuatan perkiraan, sehingga diperoleh metode yang memungkinkan diperolehnya hasil penelitian dengan tingkat ketelitian

tinggi sesuai dengan tujuan, akan tetapi dengan biaya yang relatif lebih rendah.

Berikut akan dijelaskan beberapa metode teknik sampling yang digunakan dalam kegiatan penelitian ini:

1. Sampling Kelompok (*cluster sampling*)

   Sampling kelompok adalah sampel acak sederhana yang setiap unit terdiri dari kumpulan atau kelompok elemen. Berbeda dengan teknik pengambilan sampel acak yang distratifikasikan/berlapis, di mana setiap unsur dalam satu stratum memiliki karakteristik yang homogen, misalnya stratum A: laki-laki semua, stratum B: perempuan semua, maka dalam sampel kelompok, setiap kelompok boleh mengandung unsure yang karakteristiknya berbeda-beda atau heterogen. Misalnya, dalam suatu organisasi terdapat 100 departemen, dalam setiap departemen terdapat banyak pegawai dengan karakteristik berbeda pula. Beda jenis kelaminnya, beda tingkat pendidikannya, beda tingkat pendapatannya, beda tingkat manajerialnya, dan lain-lain. Sampling kelompok lebih murah daripada sampling sederhan dan berlapis apabila biaya untuk memperoleh kerangka sampling yaitu daftar seluruh elemen populasi sangat mahal atau biaya untuk melakukan observasi meningkat sejalan dengan jauh jaraknya antara elemen yang satu dengan yang lainnya.

   Prosedur penggunaan sampling kelompok:

   a. Susunan sampling *frame* berdasarkan kelompok/gugus

b. Menentukan berapa gugus yang akan diambil sebagai sampel

c. Memilih kelompok/gugus sebagai sampel dengan cara acak

d. Teliti setiap karakteristik yang ada dalam kelompok sampel

Jadi sampling kelompok dipergunakan bila daftar elemen tidak tersedia atau biayanya mahal untuk membuat daftar tersebut.

Berikut ini beberapa rumus yang digunakan dalam sampling kelompok:

a. Perkiraan rata-rata dalam kelompok

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^{n} X_i}{\sum_{i=1}^{n} m_i} \qquad \text{.....(5.5)}$$

Keterangan:

$\bar{X}$ = perkiraan rata-rata dalam kelompok

$X_i$ = jumlah seluruh nilai observasi dalam kelompok ke-i

$m_i$ = banyaknya elemen dalam kelompok ke-i.

i = 1, 2, .....N

b. Perkiraan variansi dalam kelompok

$$S_{\bar{x}^2} = \left(\frac{N-n}{nNM^2}\right)\frac{\sum_{i=1}^{n}\left(X_i - \bar{X}m_i\right)^2}{n-1} \qquad \text{.....(5.6)}$$

Keterangan:

N = banyaknya kelompok dalam populasi.

$M = \sum_{i=1}^{n} m_i$ = banyaknya elemen dalam populasi.

n = banyaknya kelompok dalam sampel acak.

c. Kesalahan Sampling (*bound of error*)

$$B = 2.S_{\bar{X}} - 2\sqrt{\left(\frac{N-n}{nNM^2}\right)\frac{\sum_{i=1}^{n}\left(X - \bar{X}m_i\right)}{n-1}} \quad \text{.....(5.7)}$$

$$D = \frac{B^2\bar{m}}{2Z_{\alpha/2}} \quad \text{.....(5.8)}$$

Keterangan: B = Kesalahan samping (*bound of error*)

$Z_{\alpha/2}$ = Tingkat keyakinan, diperoleh dari tabel distribusi normal

2. *Purposive Sampling*

Sesuai dengan namanya, sampel yang diambil dengan maksud atau tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya. Kegiatan penelitian dalam laporan ini juga hanya untuk melihat tingkat kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Yogyakarta Cik Ditiro tidak melihat kantor cabang lainnya.

Purposive sampling terdiri dari 2 (macam) yaitu:

a. *Judgement Sampling*

Sampel dipilih berdasarkan penilain peneliti bahwa seseorang atau sesuatu adalah pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitiannya.

b. *Quota Sampling*

Teknik sampel ini adalah bentuk dari sampel yang distratifikasikan secara proporsional, namun tidak dipilih secara acak melainkan secara kebetulan saja.

*3. Accidental Sampling*

Dalam memilih sampel, peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja. Seseorang diambil sebagai sampel karena kebetulan orang tersebut ada atau kebetulan dia mengenal orang tersebut. Jenis sampel ini baik jika dimanfaatkan untuk penelitian penjajagan, yang kemudian diikuti oleh penelitian lanjutan yang sampelnya diambil secara acak (random).

## 5.3. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan

Dalam analisis data ini digunakan metode deskriptif kualitatif. Untuk menjawab perumusan masalah mengenai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan/nasabah terhadap kinerja pegawai teller di Bank BRI, maka digunakan *Importance-Performance Analysis (J. Supranto,1997: 239)* atau Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan. Analisis ini berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil kinerja, maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuain antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya/kinerjanya.

Tingkat kesesuain adalah hasil perbandingan skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan

menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan/nasabah.

Dalam laporan penelitian ini terdapat dua buah variabel yang akan diwakili oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan *tingkat kinerja bank* yang dapat memberikan kepuasan para nasabahnya, sedangkan Y merupakan *tingkat kepentingan nasabah*.

Adapun rumus yang digunakan dalam pengukuran Tingkat Kesesuaian Responden (TKR) adalah:

$$TKR = \left( \frac{\sum_{i=1}^{n} X_i}{\sum_{i=1}^{n} Y_i} \right) X100\% \qquad \text{.....(5.1)}$$

Keterangan: TKR = Tingkat Kesesuaian Responden (i = 1, 2, 3,.....n)

Xi = Skor penilaian kinerja bank

Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan/nasabah

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan/faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, dengan rumus:

$$\overline{X} = \frac{\sum_{i=1}^{n} X_i}{n} \qquad \text{.....(5.2)}$$

$$\overline{Y} = \frac{\sum_{i=1}^{n} Y_i}{n} \qquad \text{.....(5.3)}$$

Keterangan: $\overline{X}$ = Skor rata-rata tingkat kepuasan

$\overline{Y}$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah sampel

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik ( $\overline{\overline{X}},\overline{\overline{Y}}$ ), $\overline{\overline{X}}$ merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepuasan nasabah seluruh faktor atau atribut dan $\overline{\overline{Y}}$ merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

Berikut cara penghitungan beberapa data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner:

a. Tingkat kinerja responden terhadap pelayanan transaksi kepada nasabah

| Sangat Penting | Penting | Kurang Penting | Tidak Penting | Bobot |
|---|---|---|---|---|
| 30 | 62 | 7 | 1 | 321 |

Keterangan: angka 321 = (4x30) + (3x62) + (3x7) + (1x1)

b. Tingkat kepentingan responden terhadap pelayanan transaksi kepada nasabah

| Sangat Penting | Penting | Kurang Penting | Tidak Penting | Bobot |
|---|---|---|---|---|
| 85 | 15 | 0 | 0 | 385 |

Keterangan: angka 385 = (4x85) + (3x15) + (3x0) + (1x0)

c. Tingkat kinerja responden terhadap Kecepatan Teller melakukan transaksi

| Sangat Penting | Penting | Kurang Penting | Tidak Penting | Bobot |
|---|---|---|---|---|
| 31 | 46 | 21 | 2 | 306 |

Keterangan: angka 306 = (4x31) + (3x46) + (3x21) + (1x2)

d. Tingkat kepentingan responden terhadap Kecepatan Teller melakukan transaksi

| Sangat Penting | Penting | Kurang Penting | Tidak Penting | Bobot |
|---|---|---|---|---|
| 73 | 25 | 2 | 0 | 371 |

Keterangan: angka 371 = (4x73) + (3x25) + (3x2) + (1x0)

e. Tingkat kinerja responden terhadap Tanggapan teller kepada nasabah

| Sangat Penting | Penting | Kurang Penting | Tidak Penting | Bobot |
|---|---|---|---|---|
| 20 | 62 | 15 | 3 | 299 |

Keterangan: angka 299 = (4x20) + (3x62) + (3x15) + (1x3)

f. Tingkat kepentingan responden terhadap Tanggapan teller kepada nasabah

| Sangat Penting | Penting | Kurang Penting | Tidak Penting | Bobot |
|---|---|---|---|---|
| 73 | 26 | 1 | 0 | 372 |

Keterangan: angka 372 = (4x73) + (3x26) + (3x1) + (1x0)

g. Tingkat kinerja responden terhadap Perhatian Teller kepada nasabah

| Sangat Penting | Penting | Kurang Penting | Tidak Penting | Bobot |
|---|---|---|---|---|
| 10 | 59 | 28 | 3 | 276 |

Keterangan: angka 276 = (4x10) + (3x59) + (3x28) + (1x3)

h. Tingkat kepentingan responden terhadap Perhatian Teller kepada nasabah

| Sangat Penting | Penting | Kurang Penting | Tidak Penting | Bobot |
|---|---|---|---|---|
| 70 | 29 | 1 | 0 | 369 |

Keterangan: angka 369 = (4x70) + (3x29) + (3x1) + (1x0)

i. Tingkat kinerja responden terhadap Kesungguhan semua karyawan melayani nasabah

| Sangat Penting | Penting | Kurang Penting | Tidak Penting | Bobot |
|---|---|---|---|---|
| 7 | 48 | 42 | 3 | 259 |

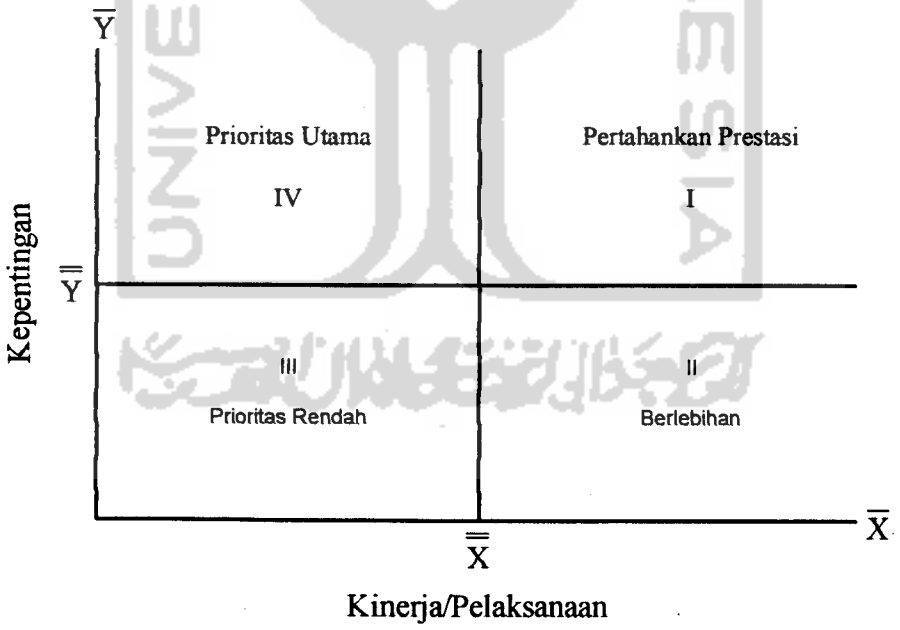
Keterangan: angka 259 = (4x7) + (3x48) + (3x42) + (1x3)

j. Tingkat kinerja responden terhadap Kesungguhan semua karyawan melayani nasabah

| Sangat Penting | Penting | Kurang Penting | Tidak Penting | Bobot |
|---|---|---|---|---|
| 67 | 33 | 1 | 0 | 369 |

Keterangan: angka 369 = (4x67) + (3x33) + (3x1) + (1x0)

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagaram kartesius, seperti pada gambar di bawah ini:




Gambar 5.1 *Diagram Kartesius dalam bentuk kuadran-kuadran*

Keterangan:

I. Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan pihak bank, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan memuaskan.

II. Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

III. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh bank biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

IV. Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga mengecewakan/tidak puas.

## 5.4. Analisis Menggunakan Diagram Pareto

Untuk melakukan suatu peningkatan atau perbaikan dapat meggunakan Prinsip Pareto, yang menyatakan bahwa sekitar 80% dari masalah disebabkan oleh 20% dari penyebab. Vilfredo Pareto adalah seorang ahli ekonomi Italia pada abad ke-19 menemukan bahwa bagian terbesar dari kesejahteraan dimiliki oleh beberapa orang saja, sehingga menimbulkan maldistribusi dari kesejahteraan (*maldistribution of wealth*). Kunci peningkatan proses pertama kali adalah mengidentifikasi area utama

(masalah utama) dan memfokuskan perhatian pada masalah itu. Diagram Pareto adalah grafik batang yang menunjukkan masalah berdasarkan urutan banyaknya kejadian. Masalah yang paling banyak telah ditunjukkan oleh grafik batang pertama yang tertinggi serta ditempatkan pada posisi paling kiri, dan seterusnya sampai masalah yang paling sedikit terjadi ditunjukkan oleh grafik batang terakhir yang terendah serta ditempatkan pada sisi paling kanan.

### 5.4.1. Fungsi Diagram Pareto

Pada dasarnya diagram Pareto dipergunakan sebagai alat interpretasi untuk:

a. Menentukan frekuensi relatif dan urutan pentingnya masalah-masalah atau penyebab-penyebab dari masalah yang ada.

b. Memfokuskan perhatian pada isu-isu kritis dan penting melalui ranking terhadap masalah-masalah atau penyebab-penyebab dari masalah itu dalam bentuk yang signifikan.

Seperti telah dijelaskan di atas, diagram Pareto adalah suatu metode untuk mengidentifikasikan hal-hal atau kejadian-kejadian penting, maka pada dasarnya diagram Pareto terdiri dari dua jenis, yaitu:

a. Digram Pareto mengenai fenomena.

Diagram ini berkaitan dengan hasil-hasil yang tidak diinginkan untuk mengetahui masalah utama yang ada.

Contoh fenomena:

1. Kualitas: kerusakan, keluhan, kegagalan, item-item yang dikembalikan, perbaikan, dan lain-lain.

2. Biaya: jumlah kerugian, ongkos pengeluaran, dan lain-lain.
3. Penyerahan *(delivery)*: penundaan penyerahan, keterlambatan pembayaran, kekurangan stok, dan lain-lain.
4. Keamanan: kecelakaan, kesalahan, gangguan, dan lain-lain.

b. Diagram Pareto mengenai penyebab.

Diagram ini berkaitan dengan penyebab dalam proses dan dipergunakan untuk mengetahui penyebab utama dari masalah yang ada.

Contoh penyebab:

1. Operator: umur, pengalaman, ketrampilan, sifat individual, pergantian kerja *(shift)*, dan lain-lain.
2. Mesin: peralatan, mesin instrumen, dan lain-lain.
3. Bahan baku: pembuatan bahan baku, jenis bahan baku, pabrik bahan baku, dan lain-lain.
4. Metode operasi: kondisi operasi, metode kerja, sistem pengaturan, dan lain-lain.

### 5.4.2. Cara Pembuatan Diagram Pareto

Untuk menjelaskan proses pembuatan diagram Pareto akan dijabarkan melalui beberapa langkah berikut ini:

a. Menentukan masalah yang akan diteliti, mengidentifikasikan kategori-kategori atau penyebab-penyebab dari masalah yang akan diperbandingkan. Setelah itu merencanakan dan melaksanakan pengumpulan data.

b. Membuat suatu ringkasan data atau tabel yang mencatat frekuensi kejadian dari masalah yang telah diteliti dengan menggunakan formulir pengumpulan data.

c. Membuat daftar masalah secara berurut berdasarkan frekuensi kejadian dari yang tertinggi sampai yang terendah, serta hitunglah frekuensi kumulatif, persentase dari total kejadian, dan persentase dari total kejadian secara kumulatif.

d. Menggambar dua buah garis vertikal dan sebuah garis horizontal.

e. Membuat histogram pada diagram Pareto.

f. Menggambar kurva kumulatif serta mencantumkan nilai-nilai kumulatif (total kumulatif atau persen kumulatif) disebelah kanan atas dari interval setiap item masalah.

g. Memutuskan untuk mengambil tindakan peningkatan atas penyebab utama dari masalah yang sedang terjadi. Untuk mengetahui akar penyebab dari suatu masalah, dapat menggunakan diagram sebaba akibat atau bertanya mengapa-mengapa beberapa kali (konsep *Why-why*). Pada pembuatan diagram Pareto dapat menggunakan bantuan software Minitab.

## 5.5. Validitas dan Reliabilitas

Ada 2 (dua) syarat penting yang berlaku pada sebuah angket kuisioner, yaitu keharusan sebuah angket kuisioner untuk *Valid* dan *Reliabel*. Suatu angket dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu angket mampu

untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh angket tersebut. Suatu angket dinyatakan valid jika angket tersebut mampu mengukur apa saja yang hendak diukurnya, mampu mengungkapkan apa yang ingin diungkapkan, mampu menembak dengan jitu sasaran yang hendak ditembak. Misalnya akan diukur kepuasan kerja seorang karyawan; maka kepada karyawan tersebut diberikan serangkaian pertanyaan, maka pertanyaan tersebut harus bisa secara tepat mengungkapkan tingkat kepuasan kerjanya. Pertanyaan seperti "Apakah Anda senang jika prestasi Anda meningkat, maka Anda akan mendapatkan kenaikan gaji?', tentu lebih tepat dibandingkan dengan pertanyaan "apakah Anda senang jika mendapat gaji satu milyar?". Perbandingan yang praktis adalah timbangan beras tentu tidak bisa (tidak valid) untuk menimbang emas, karena selisih 1 gram emas akan sangat berarti, sedangkan selisih beberapa gram beras akan diabaikan. Jadi timbangan emas valid untuk menimbang emas, dan timbangan beras valid untuk menimbang beras.

Sedangkan angket dikatakan reliabel (andal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jadi jika seseorang menjawab "tidak suka" terhadap perilaku korupsi para pejabat, maka jika beberapa waktu kemudian ia ditanya lagi untuk hal yang sama, maka ia seharusnya tetap konsisten pada jawaban semula, yaitu membeci perilaku korupsi. Jika demikian, hal itu dikatakan reliabel, dan jika tidak maka dikatakan tidak reliabel.

Pengukuran reliabilitas pada dasarnya dapat dilakukan dengan 2 (dua) cara:

1. *Repeated Measure* atau mengukur ulang

   Metode ini bila seseorang responden akan diberi pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah responden tetap konsisten dengan jawabannya.

2. *One Shoot* atau mengukur sekali

   Di sini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan hasil pertanyaan lain. Dalam pembahasan analisis ini, keandalan kusioner akan diukur dengan *One-Shoot.*

Keinginan peneliti tentulah yang paling murah, paling praktis dan paling teliti. Namun dalam praktek belum tentu semua keinginan dapat tercapai bersama-sama. Suatu tes atau angket misalnya, memetik sejumlah pertanyaan untuk mengetahui tingkat kemampuan atau kecenderungan pendapat. Yang perlu disadari adalah bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut sebenarnya hanyalah cuplikan atau sampel dari populasi pertanyaan yang tak berhingga. Daripada hanya memetik 5 pertanyaaan dan mengulangi lagi pertanyaan tersebut pada kesempatan lain, akan lebih praktis kalau memetik 10 pertanyaan yang diberikan satu kali. Jika pertanyaan-pertanyaan itu sungguh-sungguh terambil dari populasinya, tentunya tidak akan ada bedanya membandingkan bagian-bagian yang lebih terbatas dari populasi dari dua kali pengamatan atau bagian-bagian yang lebih besar dari satu kali pengamatan.

Pengukuran ulang (*repeated measure*) mengandung resiko yang lebih banyak selain waktu, tenaga dan biaya. Orang yang mengalami pengukuran ulang mungkin menjadi kurang senang, kurang sungguh-sungguh atau malahan menolak atau tidak dapat lagi dihubungi. Yang lebih prinsip adalah kemungkinan perubahan dari apa yang diukur dalam jangka waktu pengukuran pertama dan pengukuran kedua.

## 5.6. Langkah-langkah Membuat Kuisioner

Berikut ini penjelasan tentang pembuatan kuisioner yang sistematis:

1. Mendefinisikan konstrak (*construct definition*)

   *Construct definition, definition of concept* atau *content definition*, yaitu membuat batasan mengenai variabel yang akan diukur. Karya ilmiah selalu bertolok ukur pada definisi, tanpa definisi segala sesuatu dapat diartikan segala sesuatu, sehingga tak ada sesuatupun yang dapat dipegang sebagai patokan. Kalau "informasi ilmiah" hasil penelitian harus bisa dipertahankan, tak pelak lagi segala sesuatu akan terpulang kepada definisi yang dapat diterima secara umum.

2. Menyidik faktor (*identification of factors*)

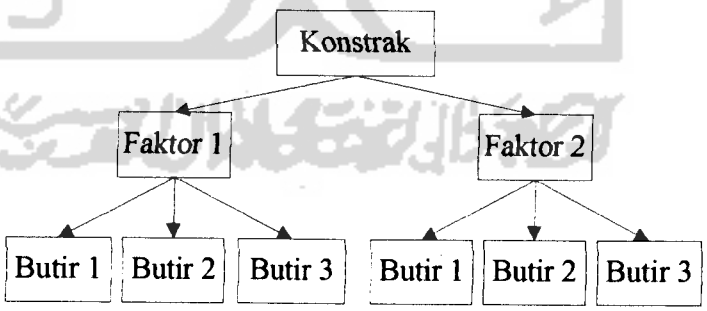
   Dalam tahap ini tidak bisa berspekulasi, betapa pun luas pengetahuan kita mengenai bidang yang akan diteliti. Kita perlu lagi membaca-baca, merekam hasil-hasil bacaan, membanding-bandingkan kedalaman dan keluasan setiap konsep yang direkam dan diakhirnya mengambil

keputusan untuk mengambil faktor-faktor yang relevan dengan sasaran penelitian yang ditetapkan.

3. Menyusun butir-butir pertanyaan

Dari instrumen uji, yang akan kelihatan keluar adalah butir-butir pertanyaan yang harus diisi atau dijawab oleh penerima, walaupun sebenarnya butir-butir yang kita susun haruslah sedapat-dapatnya berbicara hanya mengenai faktornya saja, tidak membicarakan faktor yang lainnya. Jadi perlu diusahakan agar suatu butir pertanyaan tidak lagi dapat dipindahkan ke faktor lain karena nampaknya atau isinya memang juga menanyakan faktor yang lain itu. Inilah yang dalam istilah pengukuran disebut butir yang *univocal*. Tiap butir haruslah eksklusif untuk faktornya sendiri.

Secara ringkas tentang langkah-langkah menyusun angket dapat lihat pada gambar 3.2 di bawah ini:




Gambar 5.2 Langkah-langkah menyusun angket

Pengujian validitas dan reliabilitas adalah proses menguji butir-butir pertanyaan yang ada dalam sebuah kuisioner, apakah isi dari butir pertanyaan tersebut sudah valid dan reliabel atau belum. Jika butir-butir

sudah valid dan reliabel, berarti butir-butir tersebut sudah bisa untuk mengukur faktornya. Langkah selanjutnya adalah menguju apakah faktor-faktor sudah valid untuk mengukur konstrak yang ada.

Analisis dimulai dengan menguji validitas terlebih dahulu, selanjutnya menguji reliabilitasnya. Jadi jika sebuah butir tidak valid, maka otomatis butir tersebut dibuang. Butir-buitr yang sudah valid kemudian secara bersama-sama diukur reliabilitasnya.

## 5.7. Pengujian Validitas

Pengujian validitas tiap butir dengan menggunakan analisis korelasi, yaitu mengkorelasikan skor butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Adapun rumus korelasinya (3.4) dapat dilihat di bawah ini:

$$r_{xy} = \frac{n\sum_{i=1}^{n} X_i Y_i - \left(\sum_{i=1}^{n} X_i\right)\left(\sum_{i=1}^{n} Y_i\right)}{\sqrt{\left\{n\sum_{i=1}^{n} X_i^2 - \left(\sum_{i=1}^{n} X_i\right)^2\right\}}\sqrt{\left\{n\sum_{i=1}^{n} Y_i^2 - \left(\sum_{i=1}^{n} Y_i\right)^2\right\}}} \quad \text{.....(5.4)}$$

**Uji hipotesis**

Ho : Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktornya

$H_1$ : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktornya

**Signifikansi** : 0.05

**Daerah kritik**

$R_{hasil}$ positif $\geq R_{tabel}$, maka terima Ho

$R_{hasil}$ positif $< R_{tabel}$, maka tolak Ho

**Statitik uji**

Atau dengan menggunakan bantuan SPSS, yaitu $R_{hasil}$ dapat dilihat pada kolom CORRECTED ITEM-TOTAL CORRELATION pada output komputer

**Kesimpulan**

Jika $R_{hasil}$ positif $\geq R_{tabel}$, maka butir tersebut adalah valid

Jika $R_{hasil}$ positif $< R_{tabel}$, maka butir tersebut tidak valid

Jika terdapat butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tersebut harus dikeluarkan, dan proses analisis diulang untuk butir yang valid saja.

## 5.8. Pengujian Reliabilitas

Bila butir-butir sudah valid, kemudian dilakukan pengujian reliabilitasnya. Pengujiannya dilakukan di bawah ini:

**Uji hipotesisnya**

Ho : Skor butir berkorelasi positif dengan komposit skor faktornya

$H_1$ : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit skor faktornya

**Signifikansi** : 0.05

**Daerah kritik**

$R_{hasil}$ positif $\geq R_{tabel}$, maka terima Ho

$R_{Alpha}$ positif $< R_{tabel}$, maka tolak Ho

**Statitik uji**

Atau dengan menggunakan bantuan SPSS, yaitu $R_{hasil}$ dapat dilihat pada kolom CORRECTED ITEM-TOTAL CORRELATION pada output computer

**Kesimpulan**

$R_{Alpha}$ positif ≥ $R_{tabel}$, maka butir tersebut adalah Reliabel

Jika $R_{Alpha}$ positif < $R_{tabel}$, maka butir tersebut tidak Reliabel

# BAB VI

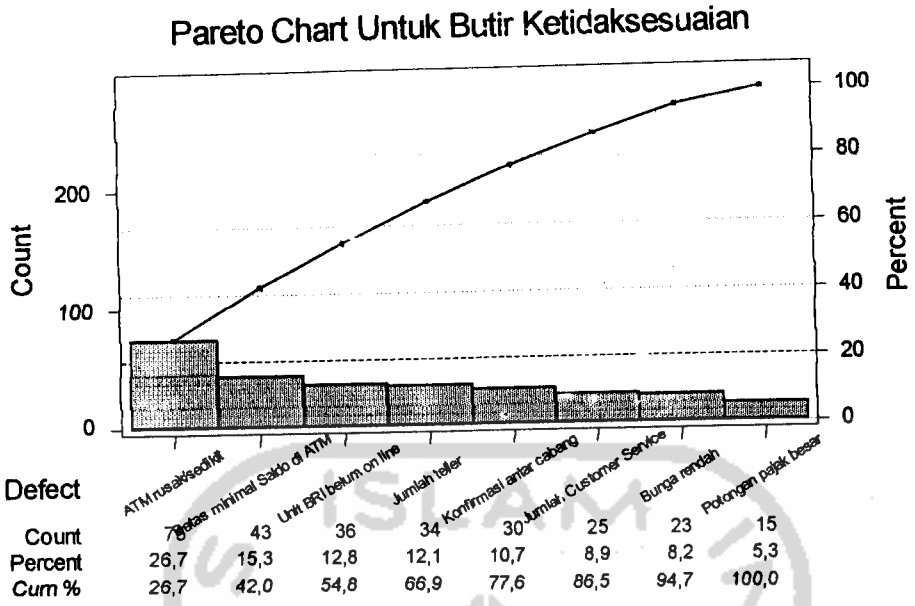
# ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

## 6.1. DATA

Dalam menganalisis data penelitian ini digunakan metode deskriptif kualitatif. Untuk menjawab perumusan masalah mengenai sampai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan/nasabah terhadap kinerja Bank BRI Cabang Yogyakarta Cik Ditiro, maka digunakan ***Importance-Performance Analysis*** *(J. Supranto, 1997: 239)* atau Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan.

## 6.2. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam analsis bentuk pertanyaan terbuka (pertanyaan yang kedua) dengan menggunakan diagram Pareto. Hal ini berpedoman pada prinsip Pareto yang menyatakan bahwa 80% dari masalah dapat disebabkan oleh 20% dari penyebab.




***Gambar 6.1*** *Diagram Pareto dari butir ketidakpuasan Nasabah*

Analisis:

1. ATM rusak/sedikit

   Pelayanan ini merupakan pelayanan paling banyak yang dikeluhkan oleh nasabah yaitu sekitar 26,7%. Karena masih sedikit jumlah mesin ATM, belum lagi ada beberapa mesin yang rusak sehingga sering kali mengantri terlalu lama.

2. Batas minimal saldo di ATM

   Masyarakat sekarang menuntut sesuatu yang serba cepat dan praktis, sehingga kebanyakan dari mereka menggunakan salah satu fasilitas bank di ATM. Namun dalam pengambilan uang, ada batasan jumlah yang ditentukan oleh pihak bank, sehingga untuk nasabah kalangan tertentu mengeluhkan akan hal ini. Ketidakpuasan ini sebanyak 15,3%.

3. Unit BRI belum on line

   Ada beberapa unit-unit BRI yang berada di daerah Kecamatan belum on line, sehingga dalam pengiriman uang yang seharusnya dapat lebih cepat pengirimanya menjadi lebih lama. Keluhan ini sebanyak 12,8%.

4. Jumlah teller

   Pada awal bulan jumlah teller yang tersedia selalu penuh namun pada jam sibuk ada beberapa teller yang kosong sehingga antrian menjadi banyak dan menunggu terlalu lama. Keluhan ini sebanyak 12,1%.

5. Konfirmasi antar cabang

   Pelayanan ini merupakan pelayanan yang dikeluhkan nasabah sekitar 10,7%. Karena lamanya transaksi yang dilakukan oleh pihak bank dalam melakukan konfirmasi terhadap kantor cabang tertentu di mana nasabah bukan anggota dari bank tersebut, sehingga bank perlu mengkonfirmasi di mana nasabah membuka rekening pertama kali.

6. Jumlah *customer service*

   Jumlah *customer service* yang tersedia hanya 2 orang saja, terkadang jumlah *customer service* yang tersedia itu hanya satu yang selalu melayani nasabahnya padahal banyak nasabah yang mengantri untuk mendapatkan informasi tentang bank tersebut. Keluhan ini sebanyak 8,9%.

7. Bunga rendah

   Suku bunga yang diberikan bank sangat kecil sehingga mengurangi minat nasabah baru untuk menabung. Keluhan ini sebanyak 8,2%.

8. Potongan pajak besar

Keluhan potongan pajak yang besar juga mempengaruhi nasabah baru maupun lama untuk memabung. Keluhan ini sebanyak 5,3%.

## 6.3. MENGUJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

***Tabel 6.1*** *Hasil Analisis Kevalidan Dari Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank BRI*

| No | Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank BRI | Koefisien Korelasi | Keterangan |
|---|---|---|---|
| **A** | **ASPEK KETANGGAPAN PELAYANAN** | | |
| 1 | Pelayanan transaksi kepada nasabah | 0,477 | Valid |
| 2 | Kecepatan teller melakukan transaksi | 0,533 | Valid |
| 3 | Tanggapan teller kepada nasabah | 0,579 | Valid |
| 4 | Perhatian Teller kepada nasabah | 0,592 | Valid |
| 5 | Kesungguhan semua karyawan melayani nasabah | 0,259 | Valid |
| **B** | **ASPEK KECEPATAN TRANSAKSI** | | |
| 6 | Proses transaksi kepada nasabah | 0,484 | Valid |
| 7 | Waktu menunggu dalam antrian | 0,433 | Valid |
| 8 | Waktu yang diperlukan seluruh transaksi | 0,630 | Valid |
| 9 | Waktu menunggu begitu sampai di loket | 0,604 | Valid |
| 10 | Kesigapan teller melayani nasabah | 0,470 | Valid |
| **C** | **ASPEK KEBERADAAN PELAYANAN** | | |
| 11 | Sambutan segenap karyawan kepada nasabah | 0,365 | Valid |
| 12 | Teller memberikan senyum yang ramah | 0,197 | Tidak Valid |
| 13 | Waktu pertemuan Saya dengan pegawai | 0,516 | Valid |
| **D** | **ASPEK PROFESIONALISME PELAYANAN** | | |
| 14 | Kesungguhan teller melayani nasabah | 0,567 | Valid |
| 15 | Teller mendengarkan permintaan nasabah | 0,467 | Valid |
| 16 | Waktu yang diperlukan Teller untuk bertransaksi | 0,394 | Valid |
| 17 | Teller tahu bagaimana menangani suatu transaksi spesial yang nasabah minta | 0,560 | Valid |
| 18 | Teller tidak minta bantuan dari teller lain untuk suatu transaksi yang nasabah minta. | 0,495 | Valid |
| 19 | Kemampuan teller melakukan transaksi | 0,436 | Valid |
| **E** | **ASPEK FASILITAS YANG DIBERIKAN OLEH BANK** | | |
| 20 | Waktu menunggu di antrian di ATM | 0,230 | Valid |
| 21 | Keberadaan mesin ATM | 0,211 | Valid |
| 22 | Adanya SMS banking BRI | 0,108 | Tidak Valid |

| No | Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank BRI | Koefisien Korelasi | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 23 | Program undian berhadiah yang diadakan oleh bank | 0,364 | Valid |
| 24 | Tingkat suku bunga yang diberikan bank selama ini | 0,426 | Valid |

**1. Aspek Ketanggapan Pelayanan**

**Uji Validitas**

**Hipotesis**

Ho : Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktornya

$H_1$ : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktornya

**Signifikansi** : 0.05

**Daerah kritik**

$R_{tabel} = 0.205$

**Kriteria**

Jika $R_{hasil}$ positif $\geq R_{tabel}$, maka butir tersebut adalah valid

Jika $R_{hasil}$ positif $< R_{tabel}$, maka butir tersebut tidak valid

**Statitik uji**

Dengan menggunakanbantuan SPSS, yaitu $R_{hasil}$ dapat dilihat pada kolom CORRECTED ITEM-TOTAL CORRELATION pada output komputer.

**Kesimpulan**

Terlihat dari kelima butir pertanyaan tidak satu butir pun yang nilainya kurang dari 0.205 (lihat tabel korelasi pada lampiran).

Jika ditemukan ada butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tesebut harus dikeluarkan, dan proses analisis diulang kembali untuk butir yang valid saja.

**Uji Reliabilitas**

**Hipotesis**

Ho : Skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktornya

$H_1$ : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit faktornya

**Signifikansi** : 0.05

**Daerah kritik**

$R_{tabel} = 0.205$

**Kriteria**

Jika $R_{Alpha}$ positif $\geq$ $R_{tabel}$, maka butir tersebut adalah reliabel

Jika $R_{Alpha}$ positif $<$ $R_{tabel}$, maka butir tersebut tidak reliabel

**Statitik uji**

Dengan menggunakan bantuan SPSS, yaitu nilai $R_{hasil} = 0,723$ dapat dilihat pada output komputer.

**Kesimpulan**

Karena $R_{Alpha}$ positif = 0,723 > $R_{tabel}$ = 0.205, maka butir tersebut adalah Reliabel.

Jadi untuk Aspek Kecepatan transaksi setelah melewati satu putaran, maka kelima butir dari aspek tersebut adalah Valid dan reliabel.

**2. Aspek Kecepatan Pelayanan**

**Uji Validitas**

**Hipotesis**

Ho : Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktornya

$H_1$ : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktornya

**Signifikansi** : 0.05

**Daerah kritik**

$R_{tabel} = 0.205$

**Kriteria**

Jika $R_{hasil}$ positif $\geq$ $R_{tabel}$, maka butir tersebut adalah valid

Jika $R_{hasil}$ positif $<$ $R_{tabel}$, maka butir tersebut tidak valid

**Statitik uji**

Dengan menggunakanbantuan SPSS, yaitu $R_{hasil}$ dapat dilihat pada kolom CORRECTED ITEM-TOTAL CORRELATION pada output komputer.

**Kesimpulan**

Terlihat dari kelima butir pertanyaan tidak satu butir pun yang nilainya kurang dari 0.205 (lihat tabel korelasi pada lampiran).

Jika ditemukan ada butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tesebut harus dikeluarkan, dan proses analisis diulang kembali untuk butir yang valid saja.

**Uji Reliabilitas**

**Hipotesis**

Ho : Skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktornya

$H_1$ : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit faktornya

**Signifikansi** : 0.05

**Daerah kritik**

$R_{tabel} = 0.205$

**Kriteria**

Jika $R_{Alpha}$ positif $\geq$ $R_{tabel}$, maka butir tersebut adalah reliabel

Jika $R_{Alpha}$ positif $<$ $R_{tabel}$, maka butir tersebut tidak reliabel

**Statitik uji**

Dengan menggunakan bantuan SPSS, yaitu nilai $R_{hasil}$ = 0,756 dapat dilihat pada output komputer.

**Kesimpulan**

Karena $R_{Alpha}$ positif = 0,756 > $R_{tabel}$ = 0.205, maka butir tersebut adalah Reliabel.

Jadi untuk Aspek Kecepatan transaksi setelah melewati satu putaran, maka kelima butir dari aspek tersebut adalah Valid dan reliabel.

**3. Aspek Keberadaan Pelayanan**

**Uji Validitas**

**Hipotesis**

Ho : Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktornya

$H_1$ : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktornya

**Signifikansi** : 0.05

**Daerah kritik**

$R_{tabel}$ = 0.205

**Kriteria**

Jika $R_{hasil}$ positif $\geq$ $R_{tabel}$, maka butir tersebut adalah valid

Jika $R_{hasil}$ positif $<$ $R_{tabel}$, maka butir tersebut tidak valid

**Statitik uji**

Dengan menggunakanbantuan SPSS, yaitu $R_{hasil}$ dapat dilihat pada kolom CORRECTED ITEM-TOTAL CORRELATION pada output komputer.

**Kesimpulan**

Terlihat dari ketiga butir pertanyaan hanya satu butir yang tidak valid, yaitu pada butir ke-12 karena nilai koefisien korelasinya sama dengan 0,197 < 0,205 berarti skor butir tersebut tidak valid.

Untuk proses analisis selanjutnya, butir ke-12 tersebut dibuang kemudian penghitungan diulang kembali untuk butir-butir yang valid saja, semua skor butir valid.

**Tabel 6.2**. *Hasil Analisis Kevalidan Dari Aspek Keberadaan Pelayanan*

| C. | ASPEK KEBERADAAN PELAYANAN | Koefisien Korelasi | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 11 | Sambutan segenap karyawan kepada nasabah | 0,365 | Valid |
| 13 | Waktu pertemuan Saya dengan pegawai | 0,516 | Valid |

**Uji Reliabilitas**

**Hipotesis**

Ho : Skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktornya

$H_1$ : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit faktornya

**Signifikansi** : 0.05

**Daerah kritik**

$R_{tabel} = 0.205$

**Kriteria**

Jika $R_{Alpha}$ positif $\geq$ $R_{tabel}$, maka butir tersebut adalah reliabel

Jika $R_{Alpha}$ positif $<$ $R_{tabel}$, maka butir tersebut tidak reliabel

**Statitik uji**

Dengan menggunakan bantuan SPSS, yaitu nilai $R_{hasil} = 0{,}494$ dapat dilihat pada output komputer.

**Kesimpulan**

Karena $R_{Alpha}$ positif $= 0{,}494 > R_{tabel} = 0.205$, maka butir tersebut adalah Reliabel.

Dengan demikian setelah melewati dua putaran, maka kedua butir dari aspek keberadaan pelayanan adalah Valid dan Reliabel.

**4. Aspek Profesionalisme Pelayanan**

**Uji Validitas**

**Hipotesis**

Ho : Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktornya

$H_1$ : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktornya

**Signifikansi** : 0.05

**Daerah kritik**

$R_{tabel} = 0.205$

**Kriteria**

Jika $R_{hasil}$ positif $\geq$ $R_{tabel}$, maka butir tersebut adalah valid

Jika $R_{hasil}$ positif $<$ $R_{tabel}$, maka butir tersebut tidak valid

**Siatitik uji**

Dengan menggunakan bantuan SPSS, yaitu $R_{hasil}$ dapat dilihat pada kolom CORRECTED ITEM-TOTAL CORRELATION pada output komputer.

**Kesimpulan**

Terlihat dari keenam butir pertanyaan tidak satu butir pun yang nilainya kurang dari 0.205 (lihat tabel korelasi pada lampiran).

Jika ditemukan ada butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tesebut harus dikeluarkan, dan proses analisis diulang kembali untuk butir yang valid saja.

**Uji Reliabilitas**

**Hipotesis**

Ho : Skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktornya

$H_1$ : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit faktornya

**Signifikansi** : 0.05

**Daerah kritik**

$R_{tabel} = 0.205$

**Kriteria**

Jika $R_{Alpha}$ positif $\geq R_{tabel}$, maka butir tersebut adalah reliabel

Jika $R_{Alpha}$ positif $< R_{tabel}$, maka butir tersebut tidak reliabel

**Statitik uji**

Dengan menggunakan bantuan SPSS, yaitu nilai $R_{hasil} = 0{,}746$ dapat dilihat pada output komputer.

**Kesimpulan**

Karena $R_{Alpha}$ positif = 0,746 > $R_{tabel}$ = 0.205, maka butir tersebut adalah Reliabel.

Jadi untuk Aspek Kecepatan transaksi setelah melewati satu putaran, maka keenam butir dari aspek tersebut adalah Valid dan reliabel.

**5. Aspek Fasilitas yang diberikan Bank**

**Uji Validitas**

**Hipotesis**

Ho : Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktornya

$H_1$ : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktornya

**Signifikansi** : 0.05

**Daerah kritik**

$R_{tabel}$ = 0.205

**Kriteria**

Jika $R_{hasil}$ positif $\geq$ $R_{tabel}$, maka butir tersebut adalah valid

Jika $R_{hasil}$ positif < $R_{tabel}$, maka butir tersebut tidak valid

**Statitik uji**

Dengan menggunakan bantuan SPSS, yaitu $R_{hasil}$ dapat dilihat pada kolom CORRECTED ITEM-TOTAL CORRELATION pada output komputer.

**Kesimpulan**

Terlihat dari ketiga butir pertanyaan hanya satu butir yang tidak valid, yaitu pada butir ke-22 karena nilai koefisien korelasinya sama dengan 0,108 < 0,205 berarti skor butir tersebut tidak valid. Untuk proses analisis selanjutnya, butir ke-22 tersebut dibuang kemudian penghitungan diulang kembali untuk butir-butir yang valid saja, hingga semua skor butir valid.

*Tabel 6.3. Hasil Analisis Kevalidan Dari Aspek Fasilitas Yang Diberikan Oleh Bank*

| E. | ASPEK FASILITAS YANG DIBERIKAN OLEH BANK | Koefisien Korelasi | Keterangan |
|---|---|---|---|
| 20 | Waktu menunggu di antrian di ATM | 0,230 | Valid |
| 21 | Keberadaan mesin ATM | 0,211 | Valid |
| 23 | Program undian berhadiah yang diadakan oleh bank | 0,364 | Valid |
| 24 | Tingkat suku bunga yang diberikan bank selama ini | 0,426 | Valid |

Dari uji validitas aspek Ketanggapan Pelayanan, pada tabel 6.2 di atas putaran yang kedua tanpa mengikutsertakan butir ke-22, keempat butir tersebut adalah valid. Setelah semua butir valid kemudian melakukan uji reliabilitas aspek Ketangganpan Pelayanan tersebut.

**Uji Reliabilitas**

**Hipotesis**

Ho : Skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktornya

$H_1$ : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit faktornya

**Signifikansi** : 0.05

**Daerah kritik**

$R_{tabel} = 0.205$

**Kriteria**

Jika $R_{Alpha}$ positif $\geq R_{tabel}$, maka butir tersebut adalah reliabel

Jika $R_{Alpha}$ positif $< R_{tabel}$, maka butir tersebut tidak reliabel

**Statitik uji**

Dengan menggunakanbantuan SPSS, yaitu nilai $R_{hasil} = 0.482$ dapat pada output komputer.

**Kesimpulan**

Karena $R_{Alpha}$ positif $= 0.482 > R_{tabel} = 0.205$, maka butir tersebut adalah Reliabel.

Dengan demikian setelah melewati dua putaran, maka keempat butir dari aspek profesionalisme pelayanan adalah Valid dan Reliabel

Dengan demikian setelah dilakukan uji Validitas dan Reliabilitas didapatkan bahwa:

1. Aspek Ketanggapan Pelayanan dari ke-5 butir pertanyaan, semua adalah valid dan reliabel.
2. Aspek Kecepatan Pelayanan dari ke-5 butir pertanyaan, semuanya adalah valid dan reliabel.
3. Aspek Keberadaan Pelayanan dari ke-3 butir pertayaan, hanya dua valid dan reliabel.
4. Aspek Profesionalisme Pelayanan dari ke-6 butir pertanyaan, semuanya adalah valid dan reliabel.

5. Aspek Fasilitas yang diberikan oleh bank dari ke-5 butir pertanyaan, hanya empat butir pertanyaan yang valid dan reliabel.

Selanjutnya dapat dilakukan analisis berdasarkan tingkat kesesuaian responden dari butir pertanyaan yang sudah valid dan reliabel. Analisis ini digunakan untuk mengetahui titik mana yang akan diperbaiki berdasarkan tingkat kesesuaian. Semakin kecil tingkat kesesuaian, maka semakin didahulukan dalam perbaikan titik tersebut.

## 6.4. DIAGRAM KARTESIUS

Untuk dapat melihat posisi penempatan data yang telah dianalisa tersebut, maka dapat dibagi menjadi empat bagian yaitu:

I. Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan pihak bank, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan memuaskan.

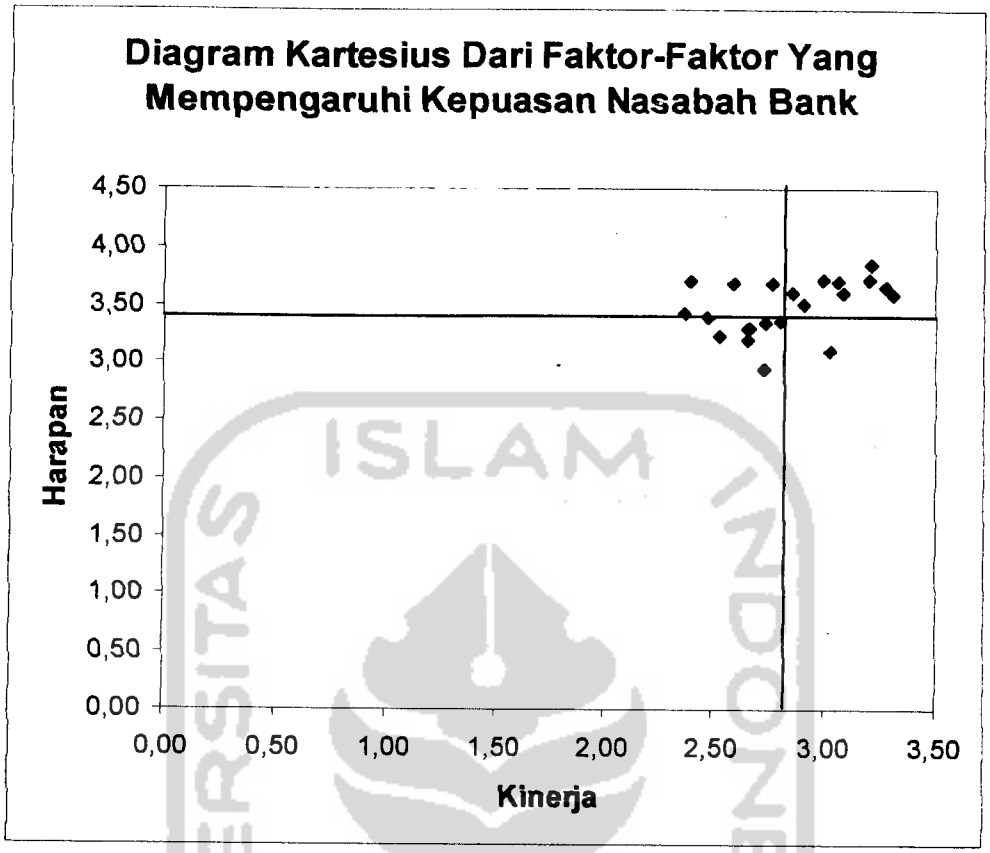
II. Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

III. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh fakultas biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

IV. Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga mengecewakan/tidak puas.

***Tabel 6.4.*** *Perhitungan Rata-rata Dari Penilaian Pelaksanaan Dan Penilaian Kepentingan Pada Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah*

| No | Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank BRI | Penilaian Kinerja | Penilaian Harapan | $\bar{X}$ | $\bar{Y}$ | Penilaian Kesesuaian |
|---|---|---|---|---|---|---|
| A | **ASPEK KETANGGAPAN PELAYANAN** | | | | | |
| 1 | Pelayanan transaksi kepada nasabah | 321 | 385 | 3,21 | 3,85 | 83,38% |
| 2 | Kecepatan teller melakukan transaksi | 306 | 371 | 3,06 | 3,71 | 82,48% |
| 3 | Tanggapan teller kepada nasabah | 299 | 372 | 2,99 | 3,72 | 80,38% |
| 4 | Perhatian Teller kepada nasabah | 276 | 369 | 2,76 | 3,69 | 74,80% |
| 5 | Kesungguhan semua karyawan melayani nasabah | 259 | 369 | 2,59 | 3,69 | 70,19% |
| B | **ASPEK KECEPATAN TRANSAKSI** | | | | | |
| 6 | Proses transaksi kepada nasabah | 286 | 361 | 2,86 | 3,61 | 79,22% |
| 7 | Waktu menunggu dalam antrian | 247 | 340 | 2,47 | 3,40 | 72,65% |
| 8 | Waktu yang diperlukan seluruh transaksi | 273 | 334 | 2,73 | 3,34 | 81,74% |
| 9 | Waktu menunggu begitu sampai di loket | 265 | 329 | 2,65 | 3,29 | 80,55% |
| 10 | Kesigapan teller melayani nasabah | 291 | 351 | 2,91 | 3,51 | 82,91% |
| C | **ASPEK KEBERADAAN PELAYANAN** | | | | | |
| 11 | Sambutan segenap karyawan kepada nasabah | 266 | 330 | 2,66 | 3,30 | 80,61% |
| 13 | Waktu pertemuan Saya dengan pegawai | 273 | 294 | 2,73 | 2,94 | 92,86% |
| D | **ASPEK PROFESIONALISME PELAYANAN** | | | | | |
| 14 | Kesungguhan teller melayani nasabah | 328 | 366 | 3,28 | 3,66 | 89,62% |
| 15 | Teller mendengarkan permintaan nasabah | 320 | 372 | 3,20 | 3,72 | 86,02% |
| 16 | Waktu yang diperlukan Teller untuk bertransaksi | 280 | 337 | 2,80 | 3,37 | 83,09% |
| 17 | Teller tahu bagaimana menangani suatu transaksi spesial yang nasabah minta | 309 | 361 | 3,09 | 3,61 | 85,60% |
| 18 | Teller tidak minta bantuan dari teller lain untuk suatu transaksi yang nasabah minta. | 303 | 310 | 3,03 | 3,10 | 97,74% |
| 19 | Kemampuan teller melakukan transaksi | 331 | 359 | 3,31 | 3,59 | 92,20% |
| E | **ASPEK FASILITAS YANG DIBERIKAN OLEH BANK** | | | | | |
| 20 | Waktu menunggu di antrian di ATM | 265 | 320 | 2,65 | 3,20 | 82,81% |
| 21 | Keberadaan mesin ATM | 239 | 371 | 2,39 | 3,71 | 64,42% |
| 23 | Program undian berhadiah yang diadakan oleh bank | 252 | 323 | 2,52 | 3,23 | 78,02% |
| 24 | Tingkat suku bunga yang diberikan bank selama ini | 237 | 342 | 2,37 | 3,42 | 69,30% |
| | | Rata-rata $\bar{X}$ dan $\bar{Y}$ | | 2,83 | 3,48 | |




***Gambar 6.2*** *Diagram Kartesius Dari Faktor-faktor Yang Kempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank BRI*

Setelah diketahui kevalidan butir-bitir pertanyaan, maka selanjutnya dapat diketahui butir mana saja yang sebaiknya akan dilakukan perbaikan dan peningkatan berdasarkan gambar diagram kartesius di atas. Untuk itu dapat dilihat tabel 6.4 di bawah ini:

***Tabel 6.5**. Hasil Analisis Dari Tingkat Kepentingan Dengan Tingkat Kinerja/Pelaksanaan*

| Butir Ke | Kinerja | Harapan | Kuadran |
|---|---|---|---|
| 1 | 3,21 | 3,85 | I |
| 2 | 3,06 | 3,71 | I |
| 3 | 2,99 | 3,72 | I |
| 4 | 2,76 | 3,69 | IV |
| 5 | 2,59 | 3,69 | IV |
| 6 | 2,86 | 3,61 | I |
| 7 | 2,47 | 3,40 | IV |
| 8 | 2,73 | 3,34 | III |
| 9 | 2,65 | 3,29 | III |
| 10 | 2,91 | 3,51 | I |
| 11 | 2,66 | 3,30 | III |
| 13 | 2,73 | 2,94 | III |
| 14 | 3,28 | 3,66 | I |
| 15 | 3,20 | 3,72 | I |
| 16 | 2,80 | 3,37 | III |
| 17 | 3,09 | 3,61 | I |
| 18 | 3,03 | 3,10 | II |
| 19 | 3,31 | 3,59 | I |
| 20 | 2,65 | 3,20 | III |
| 21 | 2,39 | 3,71 | IV |
| 23 | 2,52 | 3,23 | III |
| 24 | 2,37 | 3,42 | IV |
| **Rata-rata** | **2,83** | **3,48** | |

**Analisis:**

1. Faktor-faktor yang terdapat pada Kuadran I merupakan faktor-faktor yang perlu dipertahankan pelaksanaannya, karena sudah sesuai dengan harapan pelanggan, antara lain:
   a. Pelayanan transaksi kepada nasabah dengan tingkat kesesuaian 83,38%.
   b. Kecepatan teller melakukan transaksi dengan tingkat kesesuaian 82,48%.
   c. Tanggapan teller kepada nasabah dengan tingkat kesesuaian 80,38%.

d. Proses transaksi kepada nasabah dengan tingkat kesesuaian 79,22%.

e. Kesigapan teller melayani nasabah dengan tingkat kesesuaian 82,91%.

f. Kesungguhan teller melayani nasabah dengan tingkat kesesuaian 89,62%.

g. Teller mendengarkan permintaan nasabah dengan tingkat kesesuaian 86,02%.

h. Teller tahu bagaimana menangani suatu transaksi spesial yang nasabah minta dengan tingkat kesesuaian 85,60%.

i. Kemampuan teller melakukan transaksi dengan tingkat kesesuaian 92,20%.

2. Kuadran II merupakan faktor-faktor yang pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh pihak bank, namun dinilai kurang penting oleh nasabah, sehingga terkesan berlebihan. Faktor-faktor tersebut antara lain:

   a. Teller tidak minta bantuan dari teller lain untuk transaksi yang nasabah minta dengan tingkat kesesuaian 97,74%.

3. Kuadran III merupakan faktor-faktor yang dinilai kurang penting oleh nasabah, akan tetapi telah dilakukan dengan cukup oleh pihak bank. Faktor-faktor itu adalah:

   a. Waktu yang diperlukan seluruh transaksi dengan tingkat kesesuaian 81,74%.

   b. Waktu menunggu begitu sampai di loket dengan tingkat kesesuaian 80,55%.

c. Sambutan segenap karyawan kepada nasabah dengan tingkat kesesuaian 80,61%.

d. Waktu pertemuan saya dengan pegawai dengan tingkat kesesuaian 92,86%.

e. Waktu yang diperlukan teller untuk bertransaksi dengan tingkat kesesuaian 83,09%.

f. Waktu menunggu di antrian di ATM dengan tingkat kesesuaian 82,81%.

g. Program undian berhadiah yang diadakan oleh bank dengan tingkat kesesuaian 78,02%.

4. Faktor-faktor yang menjadi prioritas utama atau pada Kuadran IV dan harus dilaksanakan sesuai dengan harapan nasabah adalah:

a. Perhatian teller kepada nasabah dengan tingkat kesesuaian 74,80%.

b. Kesungguhan semua karyawan melayani nasabah dengan tingkat kesesuaian 70,19%.

c. Waktu menunggu di antrian dengan tingkat kesesuaian 72,65%.

d. Keberadaan mesin ATM dengan tingkat kesesuaian 97.74%.

e. Tingkat suku bunga yang diberikan bank selama ini dengan tingkat kesesuaian 69,30%.

# BAB VII

# KESIMPULAN DAN SARAN

## 7.1. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan analisis pada Bab VI, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

Faktor-faktor yang menjadi prioritas utama atau pada Kuadran IV pada diagram kartesius yang harus dilaksanakan sesuai dengan harapan nasabah antara lain : Perhatian teller kepada nasabah, Kesungguhan semua karyawan melayani nasabah, Waktu menunggu di antrian ATM, Keberadaan mesin ATM, Tingkat suku bunga yang diberikan bank selama ini. Karena factor-faktor tersebut menujukan factor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan termasuk unsur-unsur yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga mengecewakan/tidak pusa.

## 7.2. SARAN-SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka perkenankanlah Peneliti mengemukakan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi perkembangan dan kemajuan Bank BRI di masa yang akan datang, antara lain:

1. Hendaknya perhatian teller kepada nasabah lebih ditingkatkan yang akan melakukan transaksi di Bank BRI, mungkin menurut pandangan nasabah selama ini pelayanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan mereka.

2. Kesungguhan bekerja mencerminkan loyalitas yang tinggi baik kepada pimpinan atau nasabah yang notabene mereka merasa terlayani dengan rasa puas. Sehingga hal ini, hendaknya lebih diperhatikan lagi oleh pegawai teller dalam melayani nasabah.
3. Perlunya penambahan mesin-mesin ATM diberbagai tempat yang strategis yang mudah di jangkau oleh nasabah. Karena transaksi melalui ATM merupakan transaksi yang paling cepat, apalagi dimasa sekarang menuntut sesuatu yang serba cepat dan praktis.
4. Sebagai bank yang mempunyai aset terbesar di antara bank-bank yang ada, keberadaan ATM di suatu tempat hendaknya lebih mudah ditemui oleh nasabahnya, baik di pelosok pedesaan maupun di perkotaan. Agar rasa adil mewarnai bagi masyarakat yang minim akan fasilitas.
5. Tingkat suku bunga

   Bunga yang diberikan oleh pihak bank sebaiknya dengan bunga yang bersaing, sehingga hal ini bisa menarik nasabah lebih banyak lagi dan para nasabah yang sudah ada tetap loyal kepada BRI.
6. Sebaiknya pihak bank selalu mengontrol keadaan mesin ATM sehingga jika ada yang rusak dapat segera diketahui dan dapat segera diperbaiki dan karena jumlah mesin ATM yang jumlahnya sedikit dapat mengatasi jumlah antrian dalam pengambilan uang di mesin ATM.
7. Hendaknya bank perlu menambah batas pengambilan uang di ATM, mengingat fasilitas ini paling banyak digunakan oleh nasabah karena kepraktisannya dalam melakukan transaksi.

8. Kantor BRI yang masih belum *on line* terutama unit BRI yang berada di kota-kota kecil sebaiknya mulai diberlakukan sistem komputer yang terhubung antara kantor BRI yang satu dengan yang lainnya.
9. Dengan adanya kemajuan teknologi seperti sekarang ini, pihak bank perlu memanfaatkannya untuk kepentingan nasabah dalam melakukan transaksi, terutama dalam melakukan konfirmasi antar cabang maupun antar bank yang berbeda, agar nasabah hanya memerlukan waktu yang sesingkat mungkin
10. Karena jumlah *customer service* yang tersedia masih sedikit sebaiknya ditambah agar nasabah tidak menunggu terlalu lama untuk mengetahui informasi tentang bank tersebut dan jika ada yang berhalangan karena tidak bisa melayani nasabah sebaiknya ada penggantinya.
11. Potongan pajak besar

    Pajak yang besar dapat membuat para nasabah berpindah ke bank yang lain, karena besarnya potongan pajak yang diberikan, semoga hal ini menjadi pertimbangan oleh pihak bank BRI.

## DAFTAR PUSTAKA


Sejoseno Aji Haryo R, 2002, *Analisis Sikap Konumen Terhadap keputusan Menjadi Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Sleman,* Skripsi tidak dipublukasikan, Yogyakarta.

BBP : Bank Brand Performance,1999

Santoso, S., 2000, *SPSS Statistik Parametrik*, Elex Media Komputindo, Jakarta.

Supranto, J., 1997, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Rineka Cipta, Jakarta.

Supranto, J., 1992, *Teknik Sampling Untuk Survei dan Eksperimen*, Rineka Cipta, Jakarta.

Sulistiono, Puji, ,2002, *Indikator Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Pemenuhan Elemen-elemen* ISO 9001:2000, Skripsi, Yogyakarta.

Usmara.A, 2003.*Strategi Baru Manajemen Pemasaran*, Amara Books, Yogyakarta.

O.P Simorangir, 1979, *Dasar-dasar Mekanisme Perbankan*, Aksara Persada Press, Jakarta.

Kotler Philip, 1997, *Manajemen Pemasaran Jilid 2*, PT Prenhallindo, Jakarta.

Kolter Philip dan Amstrong Garya, 1997, *Dasar- dasar Pemasaran*, PT Prenhallindo, Jakarta.

Novel Muhamad, AM, *Menggali Potensi Diri Meningkatkan Kepuasan Nasabah*, Warta BRI Nomor1,April 2005.

# LAMPIRAN

# UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
## FAKULTAS EKONOMI
Condong Catur, Depok, Sleman, Yogyakarta 55283
Telepon (0274) 881546 - 885376 - 884019 - Fax. : 882589


Nomor : 228/DEK/10/Bag.Um/V/2005
Hal : PERMOHONAN IJIN PENELITIAN

6 Mei 2005

Kepada Yth.
Pimpinan Bank BRI
Yogyakarta

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Diberitahukan dengan hormat, bahwa mahasiswa sebelum mengakhiri pendidikan di Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta diwajibkan membuat karya ilmiah berupa Riset Penelitian. Sehubungan dengan hal itu mahasiswa kami :

| | |
|---|---|
| Nama | : Dwi Yulianti |
| No. Mahasiswa | : 01313151 |
| Jurusan | : Ekonomi Pembangunan |
| Alamat | : Jl. Pawiro Kuwat 127 A Yogyakarta |

Bermaksud mohon keterangan / data pada instansi / perusahaan yang Saudara pimpin untuk keperluan menyusun skripsi dengan judul : MENGUKUR TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK BRI DENGAN ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA/KEPUASAN PELANGGAN

Dosen Pembimbing : Drs. Suharto, M.Si.

Hasil karya ilmiah tersebut semata-mata bersifat dan bertujuan keilmuan dan tidak disajikan kepada pihak luar. Oleh karena itu kami mohon perkenan Saudara untuk dapat memberikan data/keterangan yang diperlukan oleh mahasiswa tersebut.

Atas perkenan dan bantuan Saudara , kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamu'alaikumw wr.wb*

Dekan,

**Drs. Suwarsono Muhammad, MA**
NIK. 82 048

**PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk**
**KANTOR CABANG**
Jalan Cik Ditiro No. 3 Telp. (0274) 520261, 520262, 520581
Facsimile (0274) 512110, Telex 25121 BRI YKIA
**Y O G Y A K A R T A**

# SURAT KETERANGAN

**NO.B.** 0270/ VII/KC/UMU/06/2005

Pemimpin Bank Rakyat Indonesia Cabang Yogyakarta Cik Ditiro menerangkan bahwa:

| | | |
|---|---|---|
| Nama | : | Dwi Yulianti. |
| No.Mhs | : | 01313151 |
| Jurusan | : | Ekonomi Pembangunan Universitas Islam Indonesia. |
| Judul Skripsi | : | MENGUKUR TINGKAT KEPUASAN NASABAH BANK BRI DENGAN ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN DAN KINERJA/ KEPUASAN PELANGGAN. |

Telah melaksanakan penelitian di PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero)Tbk. Kantor Cabang Yogyakarta Cik Ditiro dari tangglal.30 Mei 2005 s/d 06 Juni 2005 .

Demikian surat keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan agar dapat di pergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 10 Juni 2005
PT. BANK RAKYAT INDONESIA (Persero)Tbk
KANTOR CABANG

PT. BANK RAKYAT INDONESIA (Persero) Tbk
KANTOR CABANG CIK DI TIRO
YOGYAKARTA

Sugiyatno
*Manager Operasional*

**KUISIONER TINGKAT KEPUASAN NASABAH**
**BANK BRI**

**Umur** :.....
**Pekerjaan** :.....

**Petunjuk:**

1. Mohon bantuan dan kesediaan Anda untuk menjawab pertanyaan yang ada.
2. Berilah tanda check list ( √ ) pada setiap pertanyaan yang sesuai dengan pengalaman dan harapan Anda selama menjadi nasabah Bank Mandiri.
3. Setiap jawaban yang Anda berikan sangat Kami hargai dan dijamin kerahasiaannya sebagai bahan penelitian Kami untuk meningkatkan kepuasan pelayanan di bank ini. Sebelum dan sesudahnya Kami ucapkan terima kasih.

   Dimana:

   **SP** = Sangat Puas/Sangat Setuju
   **P** = Puas/Setuju
   **KP** = Kurang Puas/Kurang Setuju
   **TP** = Tidak Puas/Tidak Setuju
   **SPT** = Sangat Penting
   **PT** = Penting
   **KPT** = Kurang Penting
   **TPT** = Tidak Penting

| NO. | PERTANYAAN | KINERJA/KONDISI SEKARANG | | | | HARAPAN | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | SP | P | KP | TP | SPT | PT | KPT | TPT |
| **A.** | **KETANGGAPAN PELAYANAN** | | | | | | | | |
| 1. | Pelayanan transaksi kepada nasabah | | | | | | | | |
| 2. | Kecepatan teller melakukan transaksi | | | | | | | | |
| 3. | Tanggapan teller kepada nasabah | | | | | | | | |
| 4. | Perhatian teller kepada nasabah | | | | | | | | |
| 5. | Kesungguhan semua karyawan melayani nasabah | | | | | | | | |
| **B.** | **KECEPATAN PELAYANAN** | | | | | | | | |
| 6. | Proses transaksi kepada nasabah | | | | | | | | |
| 7. | Waktu menunggu dalam antrian | | | | | | | | |
| 8. | Waktu yang diperlukan seluruh transaksi | | | | | | | | |
| 9. | Waktu menunggu begitu sampai di loket | | | | | | | | |
| 10. | Kesigapan teller melayani nasabah | | | | | | | | |
| **C.** | **KEBERADAAN PELAYANAN** | | | | | | | | |
| 11. | Sambutan segenap karyawan kepada nasabah | | | | | | | | |
| 12. | Teller memberikan senyum yang ramah | | | | | | | | |
| 13. | Waktu pertemuan Saya dengan pegawai | | | | | | | | |
| **D.** | **PROFESIONALISME PELAYANAN** | | | | | | | | |
| 14. | Kesungguhan teller melayani nasabah | | | | | | | | |
| 15. | Teller mendengarkan permintaan nasabah | | | | | | | | |
| 16. | Waktu yang diperlukan teller untuk bertransaksi | | | | | | | | |
| 17. | Teller tahu bagaimana menangani suatu transaksi spesial yang nasabah minta | | | | | | | | |
| 18. | Teller tidak minta bantuan dari teller lain untuk suatu transaksi yang nasabah minta. | | | | | | | | |
| 19. | Kemampuan teller melakukan transaksi | | | | | | | | |
| **E.** | **FASILITAS YANG DIBERIKAN BANK** | | | | | | | | |
| 20. | Waktu menunggu di antrian di ATM | | | | | | | | |
| 21. | Keberadaan mesin ATM | | | | | | | | |
| 22. | Adanya SMS Banking BRI | | | | | | | | |
| 23. | Program undian berhadiah yang diadakan oleh bank | | | | | | | | |
| 24. | Tingkat suku bunga yang diberikan bank selama ini | | | | | | | | |

**F. ISIKAN JAWABAN ANDA SESUAI DENGAN HATI ANDA**

1. Sebutkan ketidakpuasan apa saja yang pernah Anda alami selama menjadi nasabah Bank BRI selain yang terdapat pada pertanyaan dia atas !

a. .....

b. .....

c. .....

d. .....

e. .....

f. .....

g. .....

**-------(^ _^) Terima kasih atas kesediaan Anda mengisi daftar pertanyaan ini.(^ _^)-------**

## Reliability Ketanggapan Pelayanan

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 100 | 100,0 |
| | Excluded[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 100 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,723 | 5 |

**Item Statistics**

| | Mean | Std. Deviation | N |
|---|---|---|---|
| Butir_1 | 3,2100 | ,60794 | 100 |
| Butir_2 | 3,0600 | ,77616 | 100 |
| Butir_3 | 2,9900 | ,68895 | 100 |
| Butir_4 | 2,7600 | ,66848 | 100 |
| Butir_5 | 2,5900 | ,66810 | 100 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| Butir_1 | 11,4000 | 4,020 | ,477 | ,680 |
| Butir_2 | 11,5500 | 3,422 | ,533 | ,656 |
| Butir_3 | 11,6200 | 3,571 | ,579 | ,637 |
| Butir_4 | 11,8500 | 3,604 | ,592 | ,633 |
| Butir_5 | 12,0200 | 4,383 | ,259 | ,757 |

**Scale Statistics**

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|---|---|---|---|
| 14,6100 | 5,553 | 2,35657 | 5 |

## Reliability Kecepatan Pelayanan

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 100 | 100,0 |
| | Excluded[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 100 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,756 | 5 |

**Item Statistics**

| | Mean | Std. Deviation | N |
|---|---|---|---|
| Butir_6 | 2,8600 | ,69660 | 100 |
| Butir_7 | 2,4700 | ,68836 | 100 |
| Butir_8 | 2,7300 | ,83913 | 100 |
| Butir_9 | 2,6500 | ,74366 | 100 |
| Butir_10 | 2,9100 | ,77973 | 100 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| Butir_6 | 10,7600 | 5,134 | ,484 | ,726 |
| Butir_7 | 11,1500 | 5,301 | ,433 | ,742 |
| Butir_8 | 10,8900 | 4,261 | ,630 | ,670 |
| Butir_9 | 10,9700 | 4,656 | ,604 | ,683 |
| Butir_10 | 10,7100 | 4,915 | ,470 | ,732 |

**Scale Statistics**

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|---|---|---|---|
| 13,6200 | 7,147 | 2,67340 | 5 |

## Reliability Keberadaan Pelayanan

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 100 | 100,0 |
| | Excluded[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 100 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,647 | 3 |

**Item Statistics**

| | Mean | Std. Deviation | N |
|---|---|---|---|
| Butir_11 | 2,6600 | ,65474 | 100 |
| Butir_12 | 2,8000 | ,19667 | 100 |
| Butir_13 | 2,7300 | ,64909 | 100 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| Butir_11 | 5,5300 | 1,302 | ,365 | ,670 |
| Butir_12 | 5,3900 | 1,129 | ,197 | ,494 |
| Butir_13 | 5,4600 | 1,140 | ,516 | ,468 |

**Scale Statistics**

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|---|---|---|---|
| 8,1900 | 2,277 | 1,50886 | 3 |

## Reliability Keberadaan Pelayanan (Pengukuran Kedua)

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 100 | 100,0 |
| | Excluded[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 100 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,494 | 2 |

**Item Statistics**

| | Mean | Std. Deviation | N |
|---|---|---|---|
| Butir_11 | 2,6600 | ,65474 | 100 |
| Butir_13 | 2,7300 | ,64909 | 100 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| Butir_11 | 2,7300 | ,421 | ,328 | .[a] |
| Butir_13 | 2,6600 | ,429 | ,328 | .[a] |

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

**Scale Statistics**

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|---|---|---|---|
| 5,3900 | 1,129 | 1,06263 | 2 |

## Reliability Profesionalisme Pelayanan

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 100 | 100,0 |
| | Excluded[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 100 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,746 | 6 |

**Item Statistics**

| | Mean | Std. Deviation | N |
|---|---|---|---|
| Butir_14 | 3,2800 | ,60436 | 100 |
| Butir_15 | 3,2000 | ,65134 | 100 |
| Butir_16 | 2,8000 | ,66667 | 100 |
| Butir_17 | 3,0900 | ,69769 | 100 |
| Butir_18 | 3,0300 | ,79715 | 100 |
| Butir_19 | 3,3100 | ,61455 | 100 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| Butir_14 | 15,4300 | 5,278 | ,567 | ,689 |
| Butir_15 | 15,5100 | 5,384 | ,467 | ,714 |
| Butir_16 | 15,9100 | 5,537 | ,394 | ,733 |
| Butir_17 | 15,6200 | 4,985 | ,560 | ,687 |
| Butir_18 | 15,6800 | 4,846 | ,495 | ,709 |
| Butir_19 | 15,4000 | 5,576 | ,436 | ,722 |

**Scale Statistics**

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|---|---|---|---|
| 18,7100 | 7,218 | 2,68665 | 6 |

## Reliability Fasilitas Yang Diberikan Bank

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 100 | 100,0 |
| | Excluded[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 100 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,454 | 5 |

**Item Statistics**

| | Mean | Std. Deviation | N |
|---|---|---|---|
| Butir_20 | 2,6500 | ,78335 | 100 |
| Butir_21 | 2,3900 | ,89775 | 100 |
| Butir_22 | 2,5900 | ,76667 | 100 |
| Butir_23 | 2,5200 | ,85847 | 100 |
| Butir_24 | 2,3700 | ,78695 | 100 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| Butir_20 | 9,8700 | 3,953 | ,230 | ,406 |
| Butir_21 | 10,1300 | 4,094 | ,211 | ,500 |
| Butir_22 | 9,9300 | 4,349 | ,108 | ,482 |
| Butir_23 | 10,0000 | 3,394 | ,364 | ,301 |
| Butir_24 | 10,1500 | 3,422 | ,426 | ,264 |

**Scale Statistics**

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|---|---|---|---|
| 12,5200 | 5,282 | 2,29835 | 5 |

## Reliability Fasilitas Yang Diberikan Bank (Penghitungan Kedua)

**Case Processing Summary**

| | | N | % |
|---|---|---|---|
| Cases | Valid | 100 | 100,0 |
| | Excluded[a] | 0 | ,0 |
| | Total | 100 | 100,0 |

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|---|---|
| ,482 | 4 |

**Item Statistics**

| | Mean | Std. Deviation | N |
|---|---|---|---|
| Butir_20 | 2,6500 | ,78335 | 100 |
| Butir_21 | 2,3900 | ,89775 | 100 |
| Butir_23 | 2,5200 | ,85847 | 100 |
| Butir_24 | 2,3700 | ,78695 | 100 |

**Item-Total Statistics**

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|---|---|---|---|---|
| Butir_20 | 7,2800 | 3,072 | ,230 | ,444 |
| Butir_21 | 7,5400 | 3,059 | ,211 | ,534 |
| Butir_23 | 7,4100 | 2,749 | ,364 | ,388 |
| Butir_24 | 7,5600 | 2,592 | ,426 | ,252 |

**Scale Statistics**

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|---|---|---|---|
| 9,9300 | 4,349 | 2,08533 | 4 |

| No | Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Mandiri | Kinerja | | | | | Harapan | | | | | Penilaian Kinerja | Penilaian Harapan | Tingkat Kesesuaian |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | SP | P | KP | TP | Bobot | SPT | PT | KPT | TPT | Bobot | | | |
| **A** | **ASPEK KETANGGAPAN PELAYANAN** | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | Pelayanan transaksi kepada nasabah | 30 | 62 | 7 | 1 | 321 | 85 | 15 | 0 | 0 | 385 | 3,21 | 3,85 | 83,38 |
| 2 | Kecepatan teller melakukan transaksi | 31 | 46 | 21 | 2 | 306 | 73 | 25 | 2 | 0 | 371 | 3,06 | 3,71 | 82,48 |
| 3 | Tanggapan teller kepada nasabah | 20 | 62 | 15 | 3 | 299 | 73 | 26 | 1 | 0 | 372 | 2,99 | 3,72 | 80,38 |
| 4 | Perhatian Teller kepada nasabah | 10 | 59 | 28 | 3 | 276 | 70 | 29 | 1 | 0 | 369 | 2,76 | 3,69 | 74,80 |
| 5 | Kesungguhan semua karyawan melayani nasabah | 7 | 48 | 42 | 3 | 259 | 67 | 33 | 1 | 0 | 369 | 2,59 | 3,69 | 70,19 |
| **B** | **ASPEK KECEPATAN TRANSAKSI** | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Proses transaksi kepada nasabah | 17 | 53 | 29 | 1 | 286 | 64 | 33 | 3 | 0 | 361 | 2,86 | 3,61 | 79,22 |
| 7 | Waktu menunggu dalam antrian | 5 | 43 | 46 | 6 | 247 | 49 | 42 | 9 | 0 | 340 | 2,47 | 3,40 | 72,65 |
| 8 | Waktu yang diperlukan seluruh transaksi | 20 | 38 | 37 | 5 | 273 | 47 | 42 | 9 | 2 | 334 | 2,73 | 3,34 | 81,74 |
| 9 | Waktu menunggu begitu sampai di loket | 11 | 48 | 36 | 5 | 265 | 44 | 41 | 15 | 0 | 329 | 2,65 | 3,29 | 80,55 |
| 10 | Kesigapan teller melayani nasabah | 22 | 51 | 23 | 4 | 291 | 60 | 33 | 5 | 2 | 351 | 2,91 | 3,51 | 82,91 |
| **C** | **ASPEK KEBERADAAN PELAYANAN** | | | | | | | | | | | | | |
| 11 | Sambutan segenap karyawan kepada nasabah | 9 | 49 | 41 | 1 | 266 | 43 | 45 | 11 | 1 | 330 | 2,66 | 3,30 | 80,61 |
| 13 | Waktu pertemuan Saya dengan pegawai | 8 | 60 | 29 | 3 | 273 | 25 | 46 | 27 | 2 | 294 | 2,73 | 2,94 | 92,86 |
| **D** | **ASPEK PROFESIONALISME PELAYANAN** | | | | | | | | | | | | | |
| 14 | Kesungguhan teller melayani nasabah | 35 | 59 | 5 | 1 | 328 | 72 | 26 | 0 | 0 | 366 | 3,28 | 3,66 | 89,62 |
| 15 | Teller mendengarkan permintaan nasabah | 32 | 57 | 10 | 1 | 320 | 73 | 26 | 1 | 0 | 372 | 3,20 | 3,72 | 86,02 |
| 16 | Waktu yang diperlukan Teller untuk bertransaksi | 12 | 58 | 28 | 2 | 280 | 47 | 45 | 6 | 2 | 337 | 2,80 | 3,37 | 83,09 |
| 17 | Teller tahu bagaimana menangani suatu transaksi spesial yang nasabah minta | 28 | 54 | 17 | 1 | 309 | 62 | 37 | 1 | 0 | 361 | 3,09 | 3,61 | 85,60 |
| 18 | Teller tidak minta bantuan dari teller lain untuk suatu transaksi yang nasabah minta. | 28 | 52 | 15 | 5 | 303 | 37 | 40 | 19 | 4 | 310 | 3,03 | 3,10 | 97,74 |
| 19 | Kemampuan teller melakukan transaksi | 38 | 56 | 5 | 1 | 331 | 67 | 27 | 4 | 2 | 359 | 3,31 | 3,59 | 92,20 |
| **E** | **ASPEK FASILITAS YANG DIBERIKAN OLEH BANK** | | | | | | | | | | | | | |
| 20 | Waktu menunggu di antrian di ATM | 14 | 42 | 39 | 5 | 265 | 40 | 43 | 14 | 3 | 320 | 2,65 | 3,20 | 82,81 |
| 21 | Keberadaan mesin ATM | 15 | 22 | 50 | 13 | 239 | 73 | 25 | 2 | 0 | 371 | 2,39 | 3,71 | 64,42 |
| 23 | Program undian berhadiah yang diadakan oleh bank | 11 | 43 | 33 | 13 | 252 | 38 | 51 | 7 | 4 | 323 | 2,52 | 3,23 | 78,02 |
| 24 | Tingkat suku bunga yang diberikan bank selama ini | 6 | 38 | 43 | 13 | 237 | 58 | 31 | 6 | 5 | 342 | 2,37 | 3,42 | 69,30 |
| | | | | | | | | | | | Rata-rata $\overline{X}$ dan $\overline{Y}$ | 2,83 | 3,48 | |

ANGKA KRITIK NILAI r

| Derajat Kebebasan (df) | 5% | 1% | Derajat Kebebasan (df) | 5% | 1% |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 0.997 | 1.000 | 24 | 0.338 | 0.495 |
| 2 | 0.950 | 0.990 | 25 | 0.331 | 0.485 |
| 3 | 0.878 | 0.959 | 26 | 0.374 | 0.478 |
| 4 | 0.811 | 0.917 | 27 | 0.367 | 0.463 |
| 5 | 0.754 | 0.874 | 28 | 0.361 | 0.463 |
| 6 | 0.707 | 0.834 | 29 | 0.355 | 0.456 |
| 7 | 0.666 | 0.798 | 30 | 0.349 | 0.449 |
| 8 | 0.632 | 0.765 | 35 | 0.325 | 0.418 |
| 9 | 0.602 | 0.735 | 40 | 0.304 | 0.393 |
| 10 | 0.576 | 0.708 | 45 | 0.288 | 0.372 |
| 11 | 0.553 | 0.684 | 50 | 0.273 | 0.354 |
| 12 | 0.532 | 0.661 | 60 | 0.250 | 0.325 |
| 13 | 0.497 | 0.623 | 70 | 0.232 | 0.302 |
| 14 | 0.497 | 0.623 | 80 | 0.217 | 0.283 |
| 15 | 0.482 | 0.606 | 90 | 0.205 | 0.267 |
| 16 | 0.468 | 0.590 | 100 | 0.195 | 0.254 |
| 17 | 0.456 | 0.575 | 125 | 0.174 | 0.228 |
| 18 | 0.444 | 0.561 | 150 | 0.159 | 0.208 |
| 19 | 0.433 | 0.549 | 200 | 0.138 | 0.181 |
| 20 | 0.423 | 0.537 | 300 | 0.113 | 0.148 |
| 21 | 0.413 | 0.526 | 400 | 0.098 | 0.128 |
| 22 | 0.404 | 0.515 | 500 | 0.088 | 0.115 |
| 23 | 0.396 | 0.505 | 1000 | 0.062 | 0.081 |

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