

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH DENGAN PENDEKATAN FUZZY  
SERVQUAL YANG DIINTEGRASIKAN DENGAN MODEL CARTER DALAM  
UPAYA PENINGKATAN LAYANAN PERBANKAN SYARIAH  
(Studi Kasus Bank BPD Syariah DIY Cabang Universitas Islam Indonesia)**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1  
Pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri**



Oleh :

Nama : Palmadi Putri Surya Negara

NIM : 14522229

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITS ISLAM INDONESIA  
YOGYAKARTA  
2018**

**PERNYATAAN KEASLIAN**

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

Yogyakarta, 10...OKTOBER...2018

Penulis



Palmadi Putri Surya Negara



**SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN**

No : 2565 / OM 0004

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hasib Sunarso  
 Jabatan : Pemimpin Bidang Operasional dan Pelayanan  
 Instansi : PT Bank BPD DIY Cabang Syariah  
 Alamat : Jl. Cik Ditiro No. 34, Yogyakarta

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa yang beridentitas :

Nama : Palmadi Putri Surya Negara  
 No. Mahasiswa : 14522229  
 Jurusan : Teknik Industri  
 Fakultas : Teknologi Industri  
 Universitas : Universitas Islam Indonesia

Telah selesai melakukan penelitian pada PT Bank BPD DIY Cabang Syariah, Kantor Cabang Pembantu Syariah Universitas Islam Indonesia selama 3 bulan terhitung 5 Juni 2018 sampai dengan 5 September 2018 untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan Skripsi dengan judul **"ANALISIS KEPUASAN NASABAH DENGAN PENDEKATAN FUZZY SERVQUAL YANG DIINTEGRASIKAN DENGAN MODEL CARTER DALAM UPAYA PENINGKAYAN LAYANAN PERBANKAN SYARIAH"**

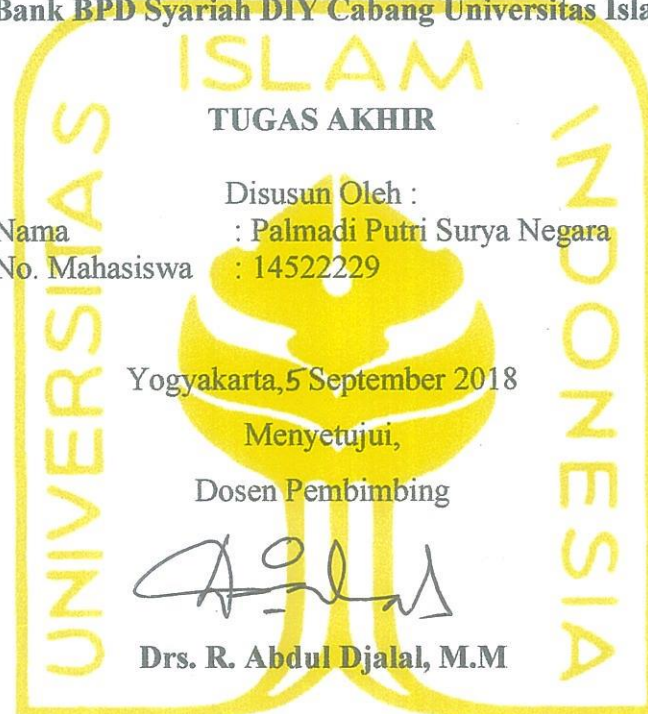
Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Yogyakarta, 10 September 2018  
 PT Bank BPD DIY  
 Cabang Syariah

HASIB SUNARSO

**LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING**

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH DENGAN PENDEKATAN FUZZY  
SERVQUAL DAN CARTER DALAM UPAYA PENINGKAYAN LAYANAN  
PERBANKAN SYARIAH  
(Studi Kasus Bank BPD Syariah DIY Cabang Universitas Islam Indonesia)**



الجامعة الإسلامية  
الابستد الاندو

**LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI**

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH DENGAN PENDEKATAN FUZZY  
SERVQUAL DAN CARTER DALAM UPAYA PENINGKAYAN LAYANAN  
PERBANKAN SYARIAH**

**(Studi Kasus Bank BPD Syariah DIY Cabang Universitas Islam Indonesia)**

**TUGAS AKHIR**

Disusun Oleh :

Nama : Palmadi Putri Surya Negara  
No. Mahasiswa : 14522229

Telah dipertahankan didepan sidang penguji sebagai satu syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri  
Universits Islam Indonesia

Yogyakarta, 5 Oktober 2018

**Tim Penguji**

**Drs. R. Abdul Djalal, M.M.**

**Ketua**

**Ir. Sunaryo, MP**

**Anggota I**

**Wahyudi Sutrisno, ST, MM.**

**Anggota II**

Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Islam Indonesia



**Dr. Laufiq Immawan, S.T., M.M.**

## HALAMAN PERSEMBAHAN



Alhamdulillah ahirobbil'alamin...

Dengan rasa bangga dan bahagia saya persembahkan hasil karya ini kepada Bapak Sugianto dan Ibu Karyuni sebagai orang tua yang kusayangi dan kucintai serta Telah memberikan dukungan moril maupun materidan doa yang tiada henti diberikan untuk kesuksesanku, karena tiada kata seindah lantunan doa yang paling ikhlas dan khusyuk selain doa yang terucap dari kedua orang tua

Dosen Pembimbing Bapak Drs. R. Abdul Djalal, M.M. , Saudara saya Elmadha Pitra Negara dan sahabat-sahabatku serta sahabat-sahabatku yang tidak dapat saya sebutkan satu yang kusayangi dan kucintai dan senantiasa memberikan dukungan, semangat dan doa untuk kesuksesan ini

## HALAMAN MOTTO

وَلَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزِنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

Janganlah kamu bersikap lemah, dan janganlah pula kamu bersedih hati, padahal kamulah orang-orang yang paling tinggi derajatnya, jika kamu orang-orang beriman. (Q.S. Al-Imran: 139)

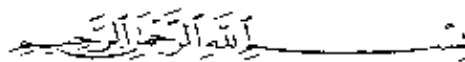
فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ○ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ○

Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. (Q.S. Al-Insyirah: 5-6)

وَقَالَ رَبُّكُمْ ادْعُونِي أَسْتَجِبْ لَكُمْ إِنَّ الَّذِينَ يَسْتَكْبِرُونَ عَنْ عِبَادَتِي  
سَيَدْخُلُونَ جَهَنَّمَ دَاخِرِينَ

Dan Tuhanmu berfirman: “Berdoalah kepada-Ku, niscaya akan Kuperkenankan bagimu. Sesungguhnya orang-orang yang menyombongkan diri dari menyembah-Ku akan masuk neraka Jahannam dalam keadaan hina dina”. (Q.S. Al-Mu'min: 60)

## KATA PENGANTAR



*Assalamualaikum Wr. Wb.*

Puji syukur kepada Allah SWT penulis panjatkan atas limpahan karunia, rahmat, nikmat serta hidayah dari-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Analisis Kepuasan Nasabah Dengan Pendekatan Fuzzy Servqual Yang Diintegrasikan Dengan Model CARTER Dalam Upaya Peningkayan Layanan Perbankan Syariah**”. Skripsi ini disusun guna untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) Program Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dorongan dan bantuan baik material dan spiritual dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak **Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D** selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak **Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, MT.** selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak **Muhammad Ridwan Andi Purnomo, S.T., M.Sc., Ph.D** selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak **Dr. Taufiq Immawan, S.T., M.M.** selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
5. Bapak **Drs. R. Abdul Djalal, M.M.** selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, dorongan dan arahan selama masa penyusunan Skripsi.
6. Kedua orang tua Bapak Sugianto dan Ibu Karyuni tidak pernah lelah menyemangati dan mengingatkan penulis agar tetap semangat untuk menyelesaikan Skripsi.
7. Kepada kakak saya Elmadha Pitra Negara, terimakasih dukungan dan motivasinya.
8. Kepada sahabat-sahabat SMA (Rara, Zahra, Mitha) terimakasih atas semua semangat, bantuan dan dukungannya.
9. Kepada sahabat kuliah Nayla, Amel, Zela dan Bela terimakasih telah berjuang bersama penulis dalam menyelesaikan Pendidikan Program Sarjana (S1) Program Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia
10. Kepada semua pihak yang penulis tidak bisa sebutkan satu persatu, terimakasih telah membantu dalam menyelesaikan Skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang terdapat dalam Skripsi ini, sehingga adanya kritik dan saran sangat dibutuhkan untuk menyempurnakan Skripsi ini. Namun demikian, penulis berharap hasil Skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca atau bagi yang membutuhkan.

*Wassalammu'alaikumWr. Wb..*



Yogyakarta, .....

Penulis  
Palmadi Putri Surya Negara

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap jasa yang diberikan oleh perbankan dan mengetahui atribut apa saja yang menjadi prioritas perbaikan untuk meningkatkan kualitas layanan. Mengetahui persaingan menjadi semakin ketat setelah Bank asing ikut merebutkan nasabah pada pasar yang sama. Untuk tetap dapat bersaing dan bertahan kualitas pelayanan merupakan aspek yang penting diperhatikan untuk memperbaiki kualitas layanan dari pihak perbankan. Kualitas layanan merupakan suatu yang harus diperhatikan khususnya pada industri jasa. Suatu perusahaan dikatakan memiliki kualitas layanan yang baik ketika perusahaan tersebut mampu memenuhi keinginan/harapan pelanggannya.

Metode yang digunakan adalah *Fuzzy-Servqual* yang diintegrasikan dengan model CARTER dan diagram kartesius. Dengan *Fuzzy-Servqual* dapat menerjemahkan data yang ambigu dan subjektif dimana hal ini tidak dapat dilakukan dengan metode *servqual* biasa. Diagram *kartesius* untuk menentukan prioritas perbaikan yang akan dilakukan.

Hasil dari penelitian diperoleh bahwa nilai rata kualitas layanan ( $Q$ ) sebesar  $0,985 < 1$ , hal ini berarti pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan keinginan nasabah. Atribut yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kualitas layanan yaitu lokasi mudah dicari ( $X_{46}$ ), penampilan pegawai rapi dan profesional ( $X_{42}$ ), persyaratan menjadi nasabah mudah ( $X_{44}$ ), kemudahan memperoleh formulir bagi nasabah ( $X_{43}$ ), pihak Bank memperlakukan nasabah dengan penuh perhatian ( $X_{53}$ ).

Kata kunci: kualitas layanan, *Fuzzy-Servqual*, diagram *kartesius*.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>SURAT KETERANGAN SELESAI PENELITIAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN DOSEN PENGUJI .....</b>	<b>v</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>	<b>vi</b>
<b>HALAMAN MOTTO .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Batasan Masalah .....	4
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	5
1.6 Sistematika Penulisan .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1 Kajian Literatur Deduktif.....	7
2.1.1 Pengertian Kualitas .....	7
2.1.2 Pengertian Jasa .....	11
2.1.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	11
2.1.4 Model <i>Servqual</i> .....	13
2.1.5 Teori <i>Set Fuzzy</i> .....	16
2.1.6 Diagram <i>Kartesianus</i> .....	17
2.2 Kajian Induktif .....	18
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>21</b>
3.1 Objek Penelitian .....	21
3.2 Identifikasi Masalah.....	21
3.3 Pengumpulan Data .....	21
3.3.1 Data Primer .....	21
3.3.2 Data Sekunder .....	22
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	22
3.5 Alat Bantu Analisis Data .....	23
3.6 Pengolahan Data .....	23
3.6.1 Uji Kecukupan Data.....	23
3.6.2 Uji Validasi .....	24
3.6.3 Uji Reliabilitas .....	24
3.7 Integrasi Dimensi Model Caerter dan Perhitungan <i>Fuzzy Servqual</i> .....	25
3.7.1 <i>Input Model</i> .....	25
3.7.2 <i>Output Model</i> .....	29
3.8 Flow Chart Penelitian .....	30

3.9	Analisa dan Pembahasan.....	30
3.10	Kesimpulan .....	31
<b>BAB IV</b>	<b>PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....</b>	<b>32</b>
4.1	Deskripsi Perusahaan .....	32
4.1.1	Lokasi Penelitian.....	32
4.1.2	Sejarah Berdirinya BPD <i>Syariah</i> .....	32
4.1.3	Visi Misi BPD <i>Syariah</i> .....	33
4.1.4	Produk <b>BPD <i>Syariah</i></b> .....	<b>33</b>
4.2	Pengolahan Data .....	34
4.2.1	Uji Kecukupan Data.....	34
4.2.2	Data Responden .....	35
4.2.3	Uji Validitas .....	37
4.2.4	Uji Reliabilitas .....	40
4.2.5	Integrasi Dimensi CARTER dan Perhitungan <i>Fuzzy Servqual</i> .....	41
4.2.6	Diagram <i>Kartesianus</i> .....	<b>50</b>
<b>BAB V</b>	<b>ANALISIS DATA .....</b>	<b>52</b>
5.1	Analisis Data Hasil Kuesioner.....	52
5.1.1	Penentuan Ukuran Sampel .....	52
5.1.2	Pengujian Validitas .....	52
5.1.3	Pengujian Reliabilitas.....	53
5.1.4	Analisis <i>Fuzzy Servqual</i> .....	53
5.1.5	Diagram <i>Kartesianus</i> .....	<b>54</b>
<b>BAB VI</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>58</b>
6.1	KESIMPULAN .....	58
6.2	SARAN .....	58
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>60</b>
	<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Skala Likert .....	16
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin .....	35
Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia .....	35
Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan .....	36
Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan .....	36
Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan penghasilan setiap bulan .....	37
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas .....	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabiitas Skala Kepuasan .....	41
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabiitas Skala Kepentingan .....	41
Tabel 4.9 Atribut Atribut Pengukuran Kualitas Layanan .....	42
Tabel 4.10 Hasil <i>fuzzifikasi</i> untuk skala kepuasan .....	44
Tabel 4.11 Hasil <i>fuzzifikasi</i> untuk skala kepentingan . .....	45
Tabel 4.12 <i>Defuzzifikasi</i> dimensi kepuasan .....	47
Tabel 4.13 <i>Defuzzifikasi</i> dimensi kepentingan .....	48
Tabel 4.14 Kepuasa, kepentingan dan Gap setiap atribut .....	49
Tabel 4.15 Rata rata Gap setiap dimensi .....	50
Tabel 5.1 Daftar Atribut kuadran 1 .....	55
Tabel 5.2 Daftar Atribut kuadran 2 .....	55
Tabel 5.3 Daftar Atribut kuadran 3 .....	56
Tabel 5.4 Daftar Atribut kuadran 4 .....	57

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Diagram keterkaitan antara kelima gab .....	13
Gambar 2.2 B- <i>Extended Model of Service Quality</i> .....	15
Gambar 2.3 Diagram Kaertesius .....	18
Gambar 3.1 Gambar fungsi keanggotaan untuk variabel TFN Penilaian Responden ....	26
Gambar 3.2 <i>Flow Chart</i> Penelitian .....	30
Gambar 4.1 Fungsi keanggotaan variabel TFN .....	43
Gambar 4.2 Diagram <i>Kartesius</i> .....	51

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini perkembangan Industri Perbankan *Syariah* di Indonesia tumbuh sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan adanya minat dari masyarakat untuk menggunakan Bank *Syariah*. Minat tersebut didukung dengan mayoritas masyarakat Indonesia beragama Islam yang berpendapat bahwa bunga merupakan hal yang haram, hal tersebut diperkuat dengan pendapat para ulama yang ada di Indonesia yang diwakili oleh fatwa MUI yang menyatakan bahwa “Praktek pembungaan uang saat ini telah memenuhi kriteria riba yang terjadi pada jaman Rasulullah SAW, Ya ini Riba Nasi’ah. Dengan demikian, praktek pembungaan uang ini termasuk salah satu bentuk Riba, dan Riba Haram Hukumnya” (fatwa MUI nomor 1, 2004). berdasarkan fatwa tersebut menyatakan bahwa bunga yang pada intinya mengharamkan bunga Bank yang didalamnya terdapat unsur – unsur riba. Sektor perbankan *Syariah* memegang peranan yang cukup penting dalam perekonomian negara, karena pada perbankan *Syariah* tidak menggunakan rezim bunga, melainkan menawarkan kerjasama saling menguntungkan antara pemilik modal (*shahibu mal*) dengan pengusaha (*mudharib*) melalui *mudharabah* atau *musyarakah*. Karakteristik perbankan *Syariah* berdasarkan prinsip saling menguntungkan antara nasabah dan pihak Bank. Serta mementingkan aspek keadilan dalam bertransaksi, investasi yang beretika, mengedepankan persaudaraan dan kebersamaan dalam berkerjasama dan menghindari kegiatan spekulatif dalam bertransaksi keuangan.

Pengaruh globalisasi mengakibatkan sektor jasa semakin meningkat baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Industri jasa dan keuangan bersaing cukup ketat untuk memberikan hasil pelayanan yang berkualitas sesuai keinginan dan kebutuhan nasabah

Bank. Dan persaingan menjadi semakin ketat setelah Bank asing ikut merebutkan nasabah pada pasar yang sama. Bank asing memiliki nilai tambah pada hal nama besar yang telah mendunia, serta jaringan global. Serta lembaga keuangan non Bank juga beropasi juga semakin merajarela. Kondisi seperti ini yang menjadi tantangan pihak perbankan untuk lebih memperbaiki dibidang kualitas pelayanan. Ketatnya persaingan antar industri jasa semakin menyadari pentingnya pelayanan yang sesuai dan diinginkan pelanggan. Pandangan menurut Anderassen (1997) yang menyatakan bahwa “kualitas pelayanan menurut pelanggan kecuali pelayanan antar bernilai sama dengan kinerja, harga, dan ketersediaan produk”. Oleh sebab itu dengan adanya kondisi tersebut perbankan dituntut untuk semakin mengoptimalkan pelayanan supaya dapat mempertahankan nasabah.

Persepsi terhadap kualitas pelayanan akan menjadi faktor penting bagi nasabah menentukan Bank yang akan dipercayai untuk menabung dan melakukan transaksi perbankan lainnya, sehingga perusahaan harus memperhatikan hal yang dianggap penting oleh nasabah. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kualitas layanan BPD *Syariah* berdasarkan persepsi nasabah, sehingga diharapkan bisa menjadi masukan pihak Bank dalam meningkatkan kualitas layanan sesuai dengan persepsi nasabah tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut maka, penelitian dilakukan di Bank BPD *Syariah* Kantor Cabang Pembantu Universitas Islam Indonesia terletak di Bookstore UII jalan Kaliurang Km 14,5 Sleman Yogyakarta.

Untuk mengetahui kepuasan tersebut mengukur kualitas pelayanan tersebut dengan mengetahui kesenjangan yang terjadi antara kepuasan nasabah dan kepentingan nasabah dengan menggunakan skala Likert dengan melakukan proses *Fuzzifikasi* terlebih dahulu dan kemudian menempatkannya dalam dimensi pelayanan. Metode *SERVQUAL* didasarkan pada lima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Namun kelima dimensi kualitas layanan tersebut bersifat general (pengukuran kualitas untuk Bank Konvensional), sehingga jika diterapkan pada perusahaan yang memiliki karakteristik khusus seperti perbankan Islam perlu mendapatkan modifikasi.



Othman dan Owen (2001) menyatakan bahwa “mengembangkan model pengukuran kualitas jasa untuk mengukur kualitas jasa yang dijalankan dengan prinsip *Syariah*, khususnya bisnis perbankan *Syariah*. Model ini disebut sebagai Model CARTER. Model CARTER merupakan suatu pengukuran kualitas layanan perbankan *Syariah* dengan 6 dimensi yaitu: *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangible*, *empathy*, dan *responsiveness*, sehingga dapat diketahui bahwa perbedaan pengukuran kualitas pada model *Servqual* milik Zeithaml, Berry, & Parasuraman (1990) dan model CARTER terletak pada dimensi *Compliance*. Dimensi *Compliance* ini memiliki arti kemampuan dari perusahaan untuk memenuhi hukum Islam dan beroperasi di bawah prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam. Keunikan Bank *Syariah* dalam hal *compliance* yaitu pemenuhan hukum Islam dalam operasionalnya tidak bisa disamakan dengan pengukuran yang sama dengan Bank Konvensional. Dengan menggunakan metode CARTER diharapkan mampu mengetahui tingkat kepuasan nasabah Bank BPD *Syariah*”.

Metode untuk menganalisis kualitas pelayanan salah satunya adalah *Service Quality (Servqual)*, QFD (*Quality Function Development*), *Importance Performance Analysis (IPA)*, Model Kano dan masih banyak lagi. Dan untuk penelitian ini akan dilakukan menggunakan metode *Fuzzy Service Quality*. Kelebihan dari penggunaan metode ini adalah pada kemampuannya untuk bisa menangkap dan subjektivitas yang terjadi pada pengumpulan data melalui kuesioner, mengingat adanya perbedaan penilaian seseorang terhadap suatu bahasa penilaian, selain itu juga kemampuannya untuk dapat mengetahui variabel-variabel yang harus diperhatikan untuk ditingkatkan berdasarkan nilai potensial kepuasan konsumen sehingga perbaikan pelayanan kepada pelanggan lebih terfokus sehingga kepuasan pelanggan dapat tercapai dengan baik dan dapat melakukan efisiensi biaya untuk pelayanan tersebut.

Dalam penilaian persepsi, ekspektasi dan pembobotan pada *Servqual* akan menghasilkan penilaian seseorang terhadap suatu kriteria yang bersifat kualitatif seperti subyektif dan seringkali bias. Keterbatasan yang dimiliki oleh *Servqual* memungkinkan adanya langkah integrasi dan langkah lanjutan dengan metode-metode lain agar hasil yang diperoleh objektif dan realistik untuk diterapkan. Untuk mentolerir terjadinya kesalahan dalam penilaian maka penelitian ini mengintegrasikan *Fuzzy* dan *Servqual*

dengan model CARTER karena penelitian ini di perbankan *Syariah* maka perlu diberikan perlakuan khusus sesuai syariat Islam. Sedangkan untuk mendapatkan gambaran apa yang harus diperbuat untuk memperbaiki keadaan digunakan diagram *Kartesianus*. Tujuan penggunaan metode *Fuzzy Servqual* dengan model CARTER dan diagram *Kartesianus* untuk mengetahui atribut yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan dapat melakukan program perbaikan dalam pengendalian jasa layanan yang digunakan sebagai alternatif usulan dalam perbaikan kualitas pelayanan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan sudah sesuai dengan harapan nasabah?
2. Atribut apa yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan?

## **1.3 Batasan Masalah**

Agar penelitian yang dilakukan lebih terarah dan fokus, maka perlu adanya batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Bank BPD *Syariah*, Kantor Cabang Pembantu Universitas Islam Indonesia.
2. Metode yang dilakukan metode *Service Quality* yang diintegrasikan dengan model CARTER dan *fuzzy*.
3. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara acak di Bank BPD *Syariah*, Kantor Cabang Pembantu Universitas Islam Indonesia.
4. Data hasil kuesioner diolah validasi menggunakan PASW *Statistics* 18.0.
5. Penyelesaian masalah yang digunakan dengan memberikan *alternative* solusi untuk meningkatkan pelayanan.

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, diperoleh tujuan masalah pada penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kesesuaian antara realita dan harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank BPD *Syariah* Kantor Cabang Pembantu Universitas Islam Indonesia.
2. Untuk mengetahui atribut-atribut yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan Bank BPD *Syariah* Kantor Cabang Pembantu Universitas Islam Indonesia.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Dari hasil penelitian ini diharapkan memperoleh manfaat :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi bagi perusahaan dalam upaya perbaikan kualitas pelayanan sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan
2. Bagi peneliti, merupakan penerapan ilmu yang telah didapat dibangku perkuliahan dapat diimplementasikan di lapangan.
3. Bagi pihak lain dapat menambah pengetahuan dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi pada penelitian berikutnya khususnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk memperjelas pemahaman terhadap penulisan Tugas Akhir ini akan diuraikan sistematika penulisan sebagai berikut:

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menguraikan secara singkat mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah pada penelitian, batasan masalah yang ditemui, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta objek penelitian beserta tempat penelitian dan sistematika penelitian.

#### **BAB II LANDASAN TEORI**

Pada bab ini berisikan tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan permasalahan penelitian. Disamping itu juga memuat mengenai hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan.

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini menguraikan tentang kerangka dan bagan aliran penelitian, teknik yang dilakukan, model yang dipakai pada penelitian, pembangunan dan pengembangan

model, bahan atau materi, alat yang digunakan, tata cara penelitian, dan data yang akan dikaji serta cara analisis yang dipakai.

#### **BAB IV        PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada sub bab ini menguraikan mengenai data yang diperoleh selama penelitian, pengolahannya serta bagaimana menganalisa data tersebut. Pada bab ini sebagai acuan untuk pembahasan pada bab selanjutnya.

#### **BAB V         PEMBAHASAN**

Pada bab ini melakukan pembahasan hasil data yang telah diolah dalam penelitian dan kesesuaian hasil dengan tujuan penelitian sehingga dapat menghasilkan rekomendasi yang diinginkan.

#### **BAB VI        KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi tentang kesimpulan terhadap analisis yang dibuat serta rekomendasi atau saran atas hasil yang ditemukan selama penelitian berlangsung sehingga dapat dikaji pada penelitian selanjutnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **2.1 Kajian Literatur Deduktif**

##### **2.1.1 Pengertian Kualitas**

Makna dari konsep kualitas telah diberikan oleh banyak pakar dengan berbagai sudut pandang yang berbeda, sehingga menghasilkan definisi-definisi yang berbeda. Mengemukakan bahwa kualitas diartikan “sebagai suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.”(Tjiptono, 2004). Pengertian kualitas tersebut menunjukkan bahwa kualitas itu berkaitan erat dengan pencapaian standar yang diharapkan. Definisi-definisi kualitas menurut Tjiptono (2004) tersebut, adalah sebagai berikut:

1. Kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan
2. Kecocokan untuk pemakaian
3. Perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan
4. Bebas dari kerusakan atau cacat
5. Pemenuhan kebutuhan pelanggan semenjak awal dan setiap saat
6. Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal
7. Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Dari pengertian tersebut disamping kualitas itu menunjuk pada pengertian pemenuhan standar atau persyaratan tertentu, kualitas juga mempunyai pengertian sebagai upaya untuk melakukan perbaikan dan penyempurnaan secara terus menerus dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan sehingga dapat memuaskan pelanggan.

## A. Kualitas Pelayanan

Sebagai salah satu fungsi utama pemerintah maka pelayanan tersebut sudah seharusnya dapat diselenggarakan secara berkualitas oleh pemerintah. Kualitas pelayanan umum menurut Tjiptono, yaitu sebagai berikut: “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa atau pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan buruk” (Tjiptono, 2004).

Kualitas pelayanan menurut Nasution (2005) adalah sebagai berikut: “kualitas pelayanan adalah suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau pelanggan. Selera atau harapan pelanggan selalu berubah, sehingga kualitas produk maupun jasa juga harus disesuaikan. Dengan perubahan kualitas perubahan proses jasa dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk atau jasa dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan”.

Berdasarkan penjelasan yang dipaparkan diatas oleh Tjiptono (2004), maka dapat diindikasikan bahwa ~~sebuah~~ kualitas pelayanan yang diharapkan oleh masyarakat sebagai penerima layanan mengharapkan tingkat keunggulan dari setiap jasa pelayanan yang didapat dari pelayanan yang didapatkan sebelumnya. Bila pelayanan yang diberikan melampaui harapan dari masyarakat pelanggan maka kualitas pelayanan yang diberikan akan mendapatkan persepsi yang ideal dari para penerima pelayanan.

## B. Dimensi Kualitas

Pada dasarnya dimensi tersebut diadaptasi dari model *Servqual*, dimensi tersebut dinamakan dimensi CARTER yang pertamakali diungkapkan oleh Othman dan Owen (2001). 6 dimensi CARTER menurut Othman dan Owen (2001) adalah sebagai berikut:

- a. Pemenuhan (*Compliance*), yaitu berisi tentang pemenuhan prinsip dan hukum Islam.
- b. Jaminan (*Assurance*), meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dimensi kepastian atau jaminan ini merupakan gabungan dari *competence* (kompetensi) artinya keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki oleh para karyawan untuk melakukan pelayanan dan kesopanan yang meliputi keramahan, perhatian dan sikap para karyawan
- c. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
- d. Berwujud (*tangible*), yaitu penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan media komunikasi. Aspek *tangible* menjadi penting sebagai ukuran pelayanan karena suatu pelayanan tidak bisa dilihat, tidak bisa dicium, dan tidak bisa diraba.
- e. Empati (*emphathy*), yaitu syarat untuk peduli dan memberi perhatian pribadi kepada pelanggan. Seperti perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelangganya.
- f. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan dengan cepat. Meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pelanggan.

Kemudian Sedarmayanti, menyebutkan bahwa pada dasarnya kualitas pelayanan umum itu meliputi, sebagai berikut:

1. Aspek kemampuan sumber daya manusia yang terdiri dari keterampilan, pengetahuan, dan sikap diupayakan untuk ditingkatkan, maka hal tersebut akan mempengaruhi pelaksanaan tugasnya, dan apabila pelaksanaan tugas dilakukan secara lebih profesional, maka akan menghasilkan kualitas pelayanan yang lebih baik.

2. Apabila sarana dan prasarana dikelola secara tepat, cepat dan lengkap, sesuai dengan kebutuhan atau tuntutan masyarakat, maka hal tersebut akan menghasilkan kualitas pelayanan yang lebih baik.
3. Prosedur yang dilaksanakan harus memperhatikan dan menerapkan ketepatan prosedur, kecepatan prosedur, serta kemudahan prosedur, sehingga dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik dari sebelumnya.
4. Bentuk jasa yang diberikan kepada masyarakat dapat berupa kemudahan dalam memperoleh informasi, ketepatan, kecepatan pelayanan, sehingga kualitas pelayanan yang lebih baik akan dapat diwujudkan. (Sedarmayanti, 1999).

Pelayanan umum baru dapat dikatakan berkualitas jika sesuai dengan harapan/keinginan atau kebutuhan penerima layanan, untuk dapat mengetahui apakah pelayanan umum yang diberikan pemerintah sesuai dengan keinginan atau kebutuhan masyarakat sebagai pengguna layanan, maka kualitas pelayanan umum harus diukur dan dinilai oleh masyarakat pengguna layanan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Lukman dan Sugiyanto, yang menyatakan bahwa: “Kualitas pelayanan berhasil dibangun, apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan mendapatkan pengakuan dari pihak-pihak yang dilayani. Pengakuan terhadap keprimaan sebuah pelayanan, bukan datang dari aparaturnya yang memberikan pelayanan, melainkan datang dari pengguna jasa layanan.”(Lukman, 2001).

Hal sama juga diungkapkan oleh Tjiptono, yang menyebutkan bahwa: “Citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa, sehingga merekalah yang seharusnya menentukan kualitas pelayanan umum. Persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa atau pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan.”(Tjiptono, 2004).

Jadi proses penentuan suatu kualitas pelayanan yang diberikan merupakan penilaian dari penerima jasa berdasarkan sudut pandang dan persepsi pelanggan atas jasa pelayanan yang didapatkan. Persepsi penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan merupakan penilaian menyeluruh dari suatu penilaian pelayanan yang diberikan, sehingga dapat dikatakan bahwa suatu pelayanan yang berkualitas adalah



pelayanan yang berdasarkan pada kepuasan pelanggan. Jika suatu kepuasan tercipta maka persepsi suatu pelayanan yang berkualitas akan tumbuh

### **2.1.2 Pengertian Jasa**

Banyak para pakar pemasaran jasa yang telah mendefinisikan pengertian jasa. Adapun pengertian jasa menurut para pakar sebagai berikut: Menurut Kotler (2000) “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin berkaitan dengan produk fisik atau tidak.”

Selanjutnya, Zethaml dan Bitner (2003) memberikan batasan tentang jasa sebagai berikut “*Service is all economic activities whose output is not a physical product or construction is generally consumed at that time it is produced, and provides added value in forms (such as convenience, amusement, comfort or health*”. “Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) pelanggan.”

Menurut Mursid (1993), “Jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi secara tersendiri, pada hakikatnya bersifat tidak teraba, untuk memenuhi kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Beberapa pengertian tersebut memberikan kesimpulan bahwa Jasa adalah kegiatan ekonomi dengan hasil keluaran yang tidak berwujud yang ditawarkan dari penyedia jasa yaitu perusahaan kepada pengguna jasa atau pelanggan”.

### **2.1.3 Pengukuran Kepuasan Konsumen**

Menurut Kotler (2004) ada beberapa metode yang dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan pesaing. Kotler mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain :

### 1. Sistem Keluhan dan Saran

Suatu perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan kesempatan yang luas pada para pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar dan lain-lain. Informasi dari para pelanggan ini akan memberikan masukan dan ide-ide bagi perusahaan agar bereaksi dengan tanggap dan cepat dalam menghadapi masalah-masalah yang timbul. Sehingga perusahaan akan tahu apa yang dikeluhkan oleh para pelanggannya dan segera memperbaikinya. Metode ini berfokus pada identifikasi masalah dan juga pengumpulan saran-saran dari pelanggan-nya langsung.

### 2. Ghost Shopping (*Mystery Shopping*)

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial. Sebagai pembeli potensial terhadap produk dari perusahaan dan juga dari produk pesaing.

Kemudian mereka akan melaporkan temuan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan dari produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk- produk tersebut. Selain itu para *ghost shopper* juga bisa mengamati cara penanganan terhadap setiap keluhan yang ada, baik oleh perusahaan yang bersangkutan maupun dari pesaingnya.

### 3. Lost Customer Analysis

Perusahaan akan menghubungi para pelanggannya atau setidaknya mencari tahu pelanggannya yang telah berhenti membeli produk atau yang telah pindah pemasok, agar dapat memahami penyebab mengapa pelanggan tersebut berpindah ke tempat lain. Dengan adanya peningkatan *customer lost rate*, di mana peningkatan *customer lost rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuskan pelanggannya

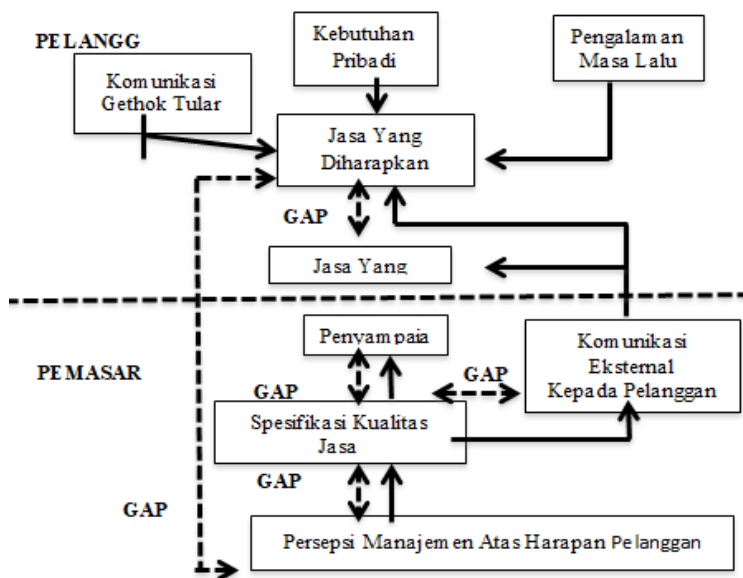
### 4. Survei Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar riset kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik survei melalui pos, telepon, *e-mail*, *website*, maupun wawancara langsung. Melalui *survey* perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung (*feedback*) dari pelanggan dan juga akan memberikan kesan positif terhadap para pelanggannya.

### 2.1.4 Model *Servqual*

Metode yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan yang banyak digunakan adalah metode *Servqual*. Metode tersebut didasarkan pada “*GAB Analysis Model*” yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1990), yang berkaitan erat dengan model kepuasan pelanggan. Model kepuasan pelanggan berdasarkan ancangan diskonfirmasi Tjiptono (2005) bahwa “Ancangan tersebut menegaskan bahwa kinerja (*Performance*) pada suatu atribut meningkat lebih besar daripada harapan (*Expectations*) atas atribut tersebut, maka persepsi atas kualitas tersebut akan bernilai positif atau sebaliknya”.

Berikut ini merupakan diagram yang menampilkan keterkaitan antara kelima gab dalam *Servqual* :



Gambar 2.1 Diagram keterkaitan antara kelima gab

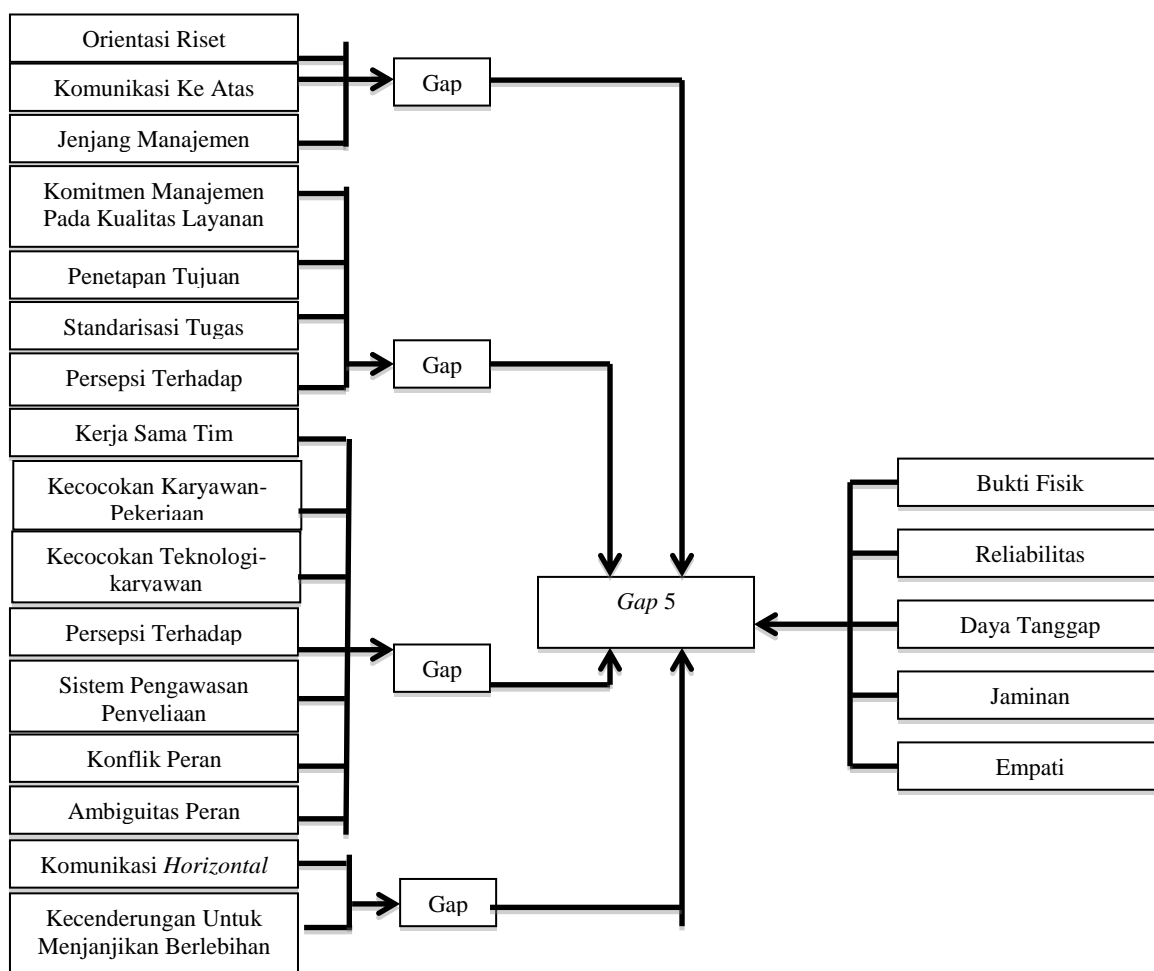
Sumber : Tjiptono dan Chandra (2011)

Pada gambar diatas dapat dijelaskan bahwa garis putus putus *horizontal* yang memisahkan dua bagian tersebut yaitu, bagian atas yang berkaitan dengan pelanggan dan bagian bawah yang berkaitan dengan penyedia jasa.

- a. *Gap 1 (Knowledge Gap)*  
*Gap* antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen. *Gap* ini berarti bahwa pihak manajemen mempersepsikan ekspektasi pelanggan terhadap kualitas jasa secara tidak akurat. Beberapa kemungkinan penyebabnya antara lain adalah informasi yang didapatkan dari riset pasar dan analisis permintaan kurang akurat, interpretasi yang kurang akurat atas informasi mengenai ekspektasi pelanggan, tidak adanya analisis permintaan, dan buruknya aliran informasi ke atas dari staf kontak pelanggan ke pihak manajemen.
- b. *Gap 2 (Standards Gap)*  
*Gap* antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa. *Gap* ini berarti bahwa spesifikasi kualitas jasa tidak konsisten dengan persepsi manajemen terhadap ekspektasi kualitas. Penyebabnya antara lain yaitu tidak adanya standar kinerja yang jelas, kesalahan perencanaan yang buruk, dan kurang penetapan tujuan utama yang jelas dalam organisasi.
- c. *Gap 3 (Delivery Gap)*  
*Gap* antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. *Gap* ini berarti bahwa spesifikasi kualitas jasa tidak terpenuhi oleh kinerja dalam proses produksi dan penyampaian jasa. Penyebabnya antara lain yaitu spesifikasi kualitas terlalu rumit dan kaku, kurang terlatihnya karyawan, spesifikasi tidak sejalan dengan budaya korporat yang ada, dan manajemen operasi jasa yang buruk.
- d. *Gap 4 (Communications Gap)*  
*Gap* antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. *Gap* ini berarti janji-janji yang disampaikan melalui aktivitas komunikasi pemasaran tidak konsisten dengan jasa yang disampaikan kepada para pelanggan. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, antara lain yaitu perencanaan komunikasi pemasaran tidak terintegrasi dengan operasi jasa dan kurangnya koordinasi antara aktivitas pemasaran eksternal dan operasi jasa.
- e. *Gap 5 (Service Gap)*  
*Gap* antara jasa yang dipersepsikan dan jasa yang diharapkan. *Gap* ini berarti bahwa jasa yang dipersepsikan tidak konsisten dengan jasa yang diharapkan. *Gap* ini bisa menimbulkan sejumlah konsekuensi negatif, seperti kualitas buruk (*negatively confirmed quality*) dan masalah kualitas, komunikasi gethok tular

yang *negative*, dampak *negative* terhadap citra korporat dan kehilangan pelanggan.

Perkembangan *Gab Model* yang dikemukakan Parsuraman, Zeithaml dan Berry pada tahun 1985 dikembangkan lebih lanjut dengan mengemukakan faktor penyebab *gap 1* sampai 4, sedangkan *gap5* merupakan keseluruhan *gap* yang biasa disebut *Extended Model of Service Quality*. Berikut ini *Extended Model of Service Quality* :



Gambar 2.2 B- *Extended Model of Service Quality*.

Sumber : Tjiptono dan Chandra (2011)

Fungsi *gap* pada *Servqual* tersebut dapat mengetahui kesenjangan antara harapan konsumen terhadap layanan yang diberikan perusahaan. Harapan konsumen tersebut merupakan keinginan atau permintaan ideal konsumen terhadap layanan perusahaan yang akan diberikan. Harapan konsumen seharusnya menjadi acuan kusus

bagi perusahaan untuk mendesain, menghasilkan dan menyampaikan layanan kepada konsumen. Sedangkan persepsi konsumen merupakan penilaian konsumen atas layanan yang telah diperoleh. Selisih antara persepsi dan harapan tersebut yang dinamakan *gap*.

Untuk mendapatkan *gap* tersebut instrumen yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah menggunakan kuesioner. Sugiyono (2011) menyatakan bahwa “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti atau dengan pasti variabel yang akan diukur dan atau apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu yang dilakukan peneliti dengan cara membagi daftar pertanyaan atau kuesioner kepada responden untuk menjawab dengan didampingi oleh peneliti guna menghindari pertanyaan yang kurang dipahami dan bisa diisi orang lain”. Kuesioner tersebut menggunakan skala Likert seperti yang dikemukakan Sugiyono (2014: 93) bahwa “skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Berikut ini tabel yang menunjukkan interval dari skala Likert:

Tabel 2.1 Skala Likert

Skala 1-7	Skala 1-5	Skala 1-4
7 = sangat setuju	5 = sangat setuju	4 = sangat setuju
6 = setuju	4 = setuju	3 = setuju
5 = cukup setuju	3 = ragu-ragu	2 = tidak setuju
4 = ragu-ragu	2 = tidak setuju	1 = sangat tidak setuju
3 = kurang setuju	1 = sangat tidak setuju	
2 = tidak setuju		
1 = sangat tidak setuju		

Sumber : Nursya'bani Purnama (2006)

### 2.1.5 Teori Set Fuzzy

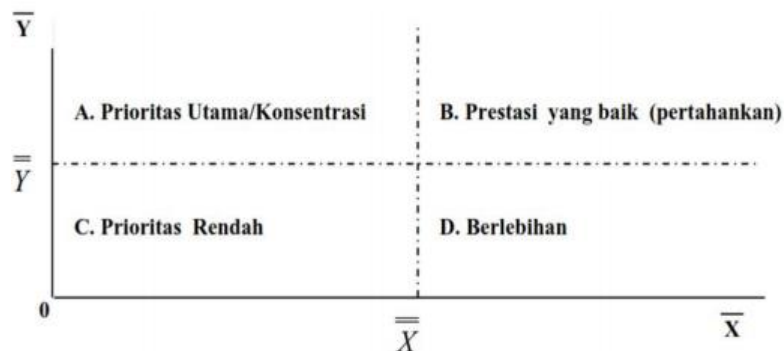
Kata “*Fuzzy*” umumnya mengarah pada situasi dimana tidak ada batas dari aktivitas dan penilaian yang dapat didefinisikan secara tepat. Menurut Kusumadewi (2002) “logika *fuzzy* adalah salah satu komponen pembentuk soft computing. Logika *fuzzy* pertama kali diperkenalkan oleh Prof. Lotfi A. Zadeh pada tahun 1965. Dasar logika *fuzzy* adalah teori himpunan *fuzzy*. Pada teori himpunan *fuzzy*, peranan derajat keanggotaan sebagai penentu keberadaan elemen dalam suatu himpunan sangatlah

penting. Nilai keanggotaan atau derajat keanggotaan atau membership *function* menjadi ciri utama dalam penalaran dengan logika *fuzzy* tersebut. Prof. Lotfi A. Zadeh memodifikasi teori himpunan dimana setiap anggotanya memiliki derajat keanggotaan yang bersifat *kontinue*, antara 0 sampai 1. Himpunan ini disebut Himpunan Kabur (*Fuzzy Set*). Sebagai contoh, kita dapat dengan mudah menggolongkan orang yang berusia 22 tahun kedalam kelas “laki-laki muda”, sementara itu tidak mudah untuk menentukan apakah pria berusia 35 tahun termasuk kedalam kelas tersebut, karena kata “muda” tidak memiliki batasan yang jelas. Sesuatu yang bersifat “*Fuzzy*” seperti ini sangat sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari, seperti kelas “penting” pada *customer need*, kelas untuk mobil “bagus”, dan sebagainya.

Teori set *fuzzy* memberikan sarana untuk mempresentasikan ketidak pastian dan merupakan alat yang bagus untuk pemodelan ketidak pastian yang berhubungan dengan kesamaran, ketidak presisian dan kekurangan informasi mengenai elemen tertentu dari problem yang dihadapi. Kekuatan yang mendasari teori *set Fuzzy* adalah menggunakan variabel linguistik daripada variabel kuantitatif untuk mempresentasikan konsep yang tidak presisi. Teori set *fuzzy* merupakan suatu set yang mengandung elemen-elemen yang mempunyai derajat keanggotaan yang berbeda-beda dan sangat kontras dengan set klasik (*crisp*), karena anggota set *crisp* tidak akan menjadi anggota kecuali apabila keanggotaannya penuh dalam set tersebut, sedangkan dalam *set fuzzy* untuk dapat menjadi anggota tidak perlu lengkap.

#### 2.1.6 Diagram *Kartesianus*

Untuk mendapatkan gambaran apa yang harus diperbuat untuk memperbaiki keadaan digunakan Diagram *kartesianus* Menurut Supranto (2006) diagram *kartesianus* adalah “Suatu bangunan yang dibagi atas 4 bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (X, Y)”. Titik X merupakan rata-rata dari tingkat kepuasan dan titik Y merupakan rata-rata dari tingkat kepentingan”. Diagram ini dibagi menjadi 4 bagian, seperti gambar dibawah:



Gambar 2.3 Diagram Kaertesius

Sumber : Supranto (2006)

Berikut merupakan penjelasan dari 4 dimensi diagram *kartesius* menurut (Supranto,2006):

1. Bagian pertama (I), disebut dengan daerah prioritas utama yang harus dibenahi, karena harapan tinggi sedangkan persepsi rendah.
2. Bagian kedua (II), disebut dengan daerah yang harus dipertahankan, karena harapan tinggi dan persepsi juga tinggi.
3. Bagian ketiga (III), disebut juga sebagai daerah prioritas rendah, karena daerah ini menunjukkan harapan rendah dan persepsi rendah.
4. Bagian keempat (IV), dikategorikan sebagai daerah berlebihan, karena harapan rendah namun persepsi tinggi, jadi bukan menjadi prioritas yang dibenahi.

Selanjutnya, setiap butir instrumen ditempatkan pada empat bagian diagram tersebut sesuai dengan rata-rata kepentingan/harapan dan persepsi/apa yang dialami sehingga dapat diketahui butir-butir mana yang berada di tiap bagian hasil yang tetap. Dengan demikian, masalah reliabilitas tes atau instrumen berhubungan dengan masalah ketetapan hasil. Jika terjadi perubahan pada hasil tes atau instrumen, maka perubahan tersebut dianggap tidak berarti.

## 2.2 Kajian Induktif

Berdasarkan pada penelitian sebelumnya mengenai metode yang mengevaluasi mengenai kualitas pelayanan terdapat beberapa metode seperti *Servqual* yang diintegrasikan dengan QFD, SWOT, Kano, *Fuzzy*, IPA atau lain sebagainya. Dari



beberapa penelitian yang telah dilakukan, di sini peneliti menerapkan metode *Service Quality* untuk mengetahui aspek ketidakpuasan pelanggan kemudian menggunakan metode *Fuzzy* untuk mentolerir terjadinya kesalahan dalam penilaian maka penelitian ini mengintegrasikan *Fuzzy* dan *Servqual*.

Berikut ini beberapa penelitian sebelumnya yang menggunakan metode *fuzzy Servqual*. Penelitian yang dilakukan oleh Kartika dan Suprayogi (2017) dengan judul “Implementasi *Fuzzy-Service Quality* Terhadap Tingkat Kepuasan Layanan Mahasiswa”. Dalam penelitian ini digunakan metode *Fuzzy Servqual*. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam peningkatan kinerja serta kualitas pelayanan dalam bidang akademik, sarana dan prasarana. Hasil keseluruhan *gap* dari penelitian ini yaitu menunjukkan nilai *gap* negatif yang artinya persepsi dan ekspektasi mahasiswa yang tidak sesuai. Pada atribut kenyamanan, kebersihan, dan ketersediaan lahan parkir merupakan *gap* terbesar dengan nilai (-2.55) sehingga perlu diadakan perbaikan dan menjadi perhatian khusus.

Penelitian yang dilakukan oleh Harto (2015) dengan judul “Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan *Fuzzy Servqual* Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus di Bengkel Resmi BAJAJ Padang)”. Dalam penelitian ini digunakan metode *Fuzzy Servqual* agar dapat merepresentasikan ketidakpastian dalam mengukur kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini yaitu nilai rata-rata kualitas pelayanan bernilai sedang yang berarti pihak bengkel perlu melakukan perbaikan agar sesuai dengan yang diinginkan pelanggan. Terdapat 2 dimensi yang memiliki nilai rendah yaitu *Reliability* dan *Responsivness*, dimana dimensi ini menjadi prioritas untuk ditingkatkan kualitasnya

Penelitian yang dilakukan oleh Stefano, Casarotto, arichello dan Sohn (2015) dengan judul “A *Fuzzy SERVQUAL Based Method For Evaluated of Service Quality in the Hotel Industry*”. Dalam penelitian ini menggunakan metode *Fuzzy Servqual* dan *Fuzzy AHP*. Dimensi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *tangibles*, *reliability*, *assurance*, *emphaty* dan *access*. Dari hasil penelitian didapatkan nilai *gap* (-) pada beberapa atribut. Atribut dengan nilai terbesar yaitu pada layanan yang diberikan sesuai dengan yang telah dijanjikan

Pada umumnya metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu dengan *Service Quality*. Akan tetapi, metode ini masih memiliki kekurangan sehingga diperlukan integrasi dengan metode lain. Pada metode *Servqual* akan diketahui bagaimana penilaian konsumen terhadap jasa yang diberikan, dimana penilaian tersebut bersifat subyektif dan masih terdapat bias. Hal ini dikarenakan apa yang dirasakan konsumen terkadang tidak sesuai dengan pernyataan tingkat kepuasan. Maka diperlukan sebuah metode yang dapat menterjemahkan bahasa penilaian yang tidak pasti dengan membuat suatu interval. Metode yang digunakan yaitu *Fuzzy Servqual*. Selain dengan metode tersebut, terdapat bantuan *tools* dalam analisis data yaitu diagram *kartesiuis*. Diagram *kartesiuis* akan membantu untuk menentukan prioritas perbaikan yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Bank BPD *Syariah* Cabang Universitas Islam Indonesia yang berada di jalan Kaliurang Km 14,5 Sleman, Yogyakarta. Dengan subjek yang dipilih adalah nasabah Bank BPD *Syariah* Cabang Universitas Islam Indonesia.

#### **3.2 Identifikasi Masalah**

Dalam tahapan ini dilakukan identifikasi masalah yang dihadapi, yaitu bagaimana meningkatkan kualitas pelayanan di Bank BPD *Syariah* Cabang Universitas Islam Indonesia Jalan Kaliurang Km 14.5, Sleman, Yogyakarta. Dengan membantu menganalisa apakah pelayanan yang diberikan pihak Bank telah sesuai dengan harapan nasabah dan atribut apa saja yang perlu diperhatikan untuk dikembangkan dan diperbaiki kualitas pelayanannya dengan mengaplikasikan dimensi CARTER dan dimensi *Fuzzy Servqual*.

#### **3.3 Pengumpulan Data**

Data-data yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

##### **3.3.1 Data Primer**

Data primer dalam penelitian ini adalah nasabah Bank BPD *Syariah* Cabang UII. Dalam mengumpulkan data, peneliti melakukan wawancara dan penyebaran kuesioner secara

langsung baik dalam suasana formal maupun nonformal pada para nasabah yang merupakan subjek penelitian. Sebagaimana yang dikatakan oleh Azwar (2004) bahwa “Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian sebagai sumber informasi yang dicari”.

### **3.3.2 Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang didapatkan atau diperoleh dari dokumentasi, sejumlah jurnal, buku, laporan, dan lain-lain dimana untuk membantu dalam pengolahan data. Dengan kata lain data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian. Sebagaimana yang dikatakan Azwar (2004) bahwa “data sekunder adalah data yang diperoleh lewat pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subjek penelitiannya yang biasanya berupa dokumen atau laporan”.

### **3.4 Metode Pengumpulan Data**

#### **a. Observasi**

Penelitian dilakukan dengan pengamatan langsung dengan keadaan, keinginan, cara kerja dan pencatatan.

#### **b. Penyebaran Kuesioner**

Merupakan daftar pertanyaan tertulis yang diberikan langsung kepada pelanggan untuk mendapatkan informasi mengenai penilaian kualitas pelayanan jasa.

#### **c. Wawancara**

Pengumpulan data dengan tanya jawab kepada pelanggan secara langsung mengenai masalah yang berkaitan dengan pelanggan

#### **d. Kajian Pustaka**

Perlunya kajian pustaka untuk informasi lain selain dari penelitian yang ada dilapangan dan dari buku, jurnal, atau informasi lainnya. Kajian pustaka dapat mendukung terbentuknya landasan teori sehingga dapat digunakan sebagai landasan yang kuat dalam analisis penelitian.

### 3.5 Alat Bantu Analisis Data

Pada kali ini alat bantu analisis data yang digunakan oleh peneliti untuk membantu menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Laptop
2. *Software PASW Statistics 18.0*
3. Microsoft Excel 2007
4. Perlengkapan Alat Tulis

### 3.6 Pengolahan Data

#### 3.6.1 Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimal yang harus diisi responden sehingga dapat diproses keproses selanjutnya. Dalam Penelitian ini jumlah Populasi tidak diketahui, sehingga sampel atau responden didapatkan secara acak yang berada dilokasi penelitian yang bisa dijadikan sumber data atau biasa disebut dengan cara aksidental sampling. Menentukan ukuran sampel dengan kondisi seperti demikian dapat menggunakan Rumus Paul Leedy (Supranto, 1996) untuk menentukan jumlah minimal dari data atau sampel yang diperlukan. Berikut merupakan penentuan jumlah kecukupan data yang diperlukan :

Maka :

$$n = \frac{(Z\alpha/2)^2 p(1-p)}{e^2} \quad (\text{jika ada kecacatan data pada kuesioner})$$

Sumber: Supranto, 1996

Keterangan:

n = Jumlah data yang dibutuhkan

N = Jumlah populasi

p = Proporsi yang diduga.

Z = Tingkat ketelitian dengan melihat Tabel Z

e = Kesalahan maksimum

Pada penelitian ini tingkat kepercayaan yang digunakan sebesar 90% ( $Z_{\alpha/2} = 1.64$ ) dengan *standard error* sebesar 10%.

### 3.6.2 Uji Validasi

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur tersebut sesuai. Pengujian ini dilakukan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dilakukan secara dua kali, karena kuesioner tersebut berisi tentang kepuasan pelanggan pada X. Pengukuran ini dilakukan dengan menggunakan *software PASW Statistics 18.0 for Windows* dengan maksud mengetahui  $r_{hitung}$  dengan tingkat signifikansi sebesar 5% dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-2$ .

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Hipotesis Penelitian
  - H<sub>0</sub> : Data butir pertanyaan kuesioner valid
  - H<sub>1</sub> : Data butir pertanyaan kuesioner tidak valid
2. Daerah Kritis
  - $R_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> diterima
  - $R_{hitung} \leq r_{tabel}$ , maka H<sub>0</sub> ditolak

Untuk menentukan  $r_{hitung}$  pada uji validitas bisa dengan menggunakan *software PASW Statistics 18.0 Windows* dengan cara: Klik *Analyze > Correlate > Bivariate*

### 3.6.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang diperuntukan untuk mengukur tingkat kestabilan dalam suatu kejadian pada data kuesioner. Tujuan dari uji reliabilitas ini adalah mengetahui apakah hasil dari kuesioner tersebut stabil dalam mengukur suatu kejadian. Dalam uji reliabilitas dilakukan dengan cara menggunakan analisis *Cronbach Alpha* dengan tingkat signifikansi  $\alpha$  sebesar 5% dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-2$ . Kemudian akan dilakukan perbandingan antara  $r_{alpha}$  dan  $r_{tabel}$ . Jika  $r_{alpha} > r_{tabel}$ , maka data tersebut reliabel. Namun jika  $r_{alpha} < r_{tabel}$ , maka data tersebut tidak reliabel.

Menurut pemaparan dari Putra, *et al.* (2014) bahwa “jika nilai  $\alpha > 0.7$  artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika  $\alpha > 0.80$  ini mensugestikan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten secara internal karena memiliki reliabilitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakananya jika  $\alpha > 0.90$ , maka reliabilitas sempurna. Jika  $\alpha >$  antara  $0.70 - 0.90$ , maka reliabilitas tinggi. Jika  $\alpha$  antara  $0.50 - 0.70$ , maka reliabilitas moderat. Jika  $\alpha < 0.50$ , maka reliabilitas rendah. Jika  $\alpha$  rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliabel. Untuk menentukan  $r_{\alpha}$  dalam perhitungan uji reliabilitas bisa dengan cara menggunakan *software PASW Statistics 18.0 for Windows* dengan cara: Klik *Analyze > Scale > Reliability Analysis*”.

### 3.7 Integrasi Dimensi Model Caerter dan Perhitungan *Fuzzy Servqual*

Pada penelitian ini akan membahas keterlibatan *fuzzy* yang digunakan untuk menyeimbangkan pengaruh dari nilai subjektif responden sebagai *input* dalam perhitungan *Servqual* dimana dalam perhitunga *servqual* terdapat integrasi dari dimensi model CARTER. Berikut *input* dan *output* dalam model:

#### 3.7.1 *Input Model*

##### 1. Data

Data yang akan diproses dalam *fuzzy servqual* merupakan data primer yang didapat dari penilaian responden berdasarkan 6 dimensi CARTER yang didapat dari penyebaran kuesioner sejumlah 100 kuesioner

##### 2. Model Matematis algoritma *fuzzy servqual*

Berikut ini merupakan lima langkah prosedur perhitungan dari *fuzzy Servqual*:

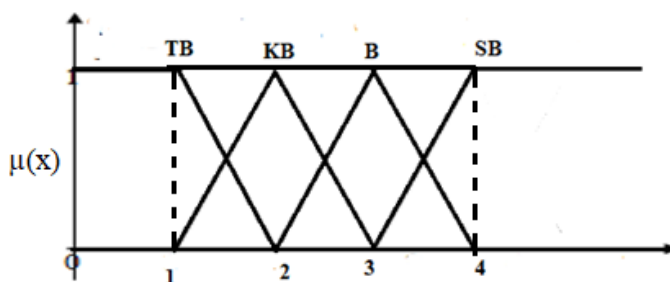
##### a. Penilaian bobot setiap atribut

Pada tahap penilaian bobot responden dapat memberikan skala penilaian dalam bentuk bilangan TFN yang disusun berdasarkan variabel linguistik. Selanjutnya nilai *fuzzy* dapat didefinisikan bagi setiap atribut. Dalam algoritma ada dua macam metode untuk mendapatkan bobot masing-masing alternatif yaitu :

1. Metode Subjektif yaitu setiap responden memberikan nilai sebagai bobot sesuai dengan subjektif tiap bobot yang telah disediakan.
2. Metode Objektif yaitu nilai bobot dihitung secara matematis sehingga mengabaikan subyektifitas dari pengambil keputusan. Nilai dari suatu alternatif berasal dari nilai intrinstik alternatif yang secara objektif diterjemahkan ke dalam nilai keanggotaan melalui fungsi lain keanggotaan. *Output* dari tahap ini merupakan penilaian atribut dari responden yang berupa penilaian dalam bentuk variabel linguistik *fuzzy*.

b. Proses *Fuzzifikasi*

1. Menentukan kondisi *fuzzy set*, berikut ini contoh gambar fungsi keanggotaan untuk variabel TFN



Gambar 3.1 Gambar fungsi keanggotaan untuk variabel TFN Penilaian Responden

Keterangan :

- TB = Tidak Baik
- KB = Kurang Baik
- B = Baik
- SB = Sangat Baik

2. Menentukan rata-rata TFN untuk kondisi Tidak Baik (TB)

$$TFN TB = \frac{\sum_{i=1}^k NiTB}{n} \dots\dots\dots(3.1)$$

Keterangan

- Ni TB = Nilai TFN jawaban Kuesioner pada atribut ke i untuk kategori tidak baik
- N = Jawaban kuesioner untuk kategori tidak baik



I = 1,2,3... ,k  
 K = jumlah atribut

3. Menentukan rata-rata TFN untuk kondisi Kurang Baik (KB)

$$TFN KB = \frac{\sum_{i=1}^k NiKB}{n} \dots\dots\dots(3.2)$$

Keterangan

Ni KB = Nilai TFN jawaban Kuesioner pada atribut ke i untuk kategori kurang baik

N = Jawaban kuesioner untuk kategori kurang baik

I = 1,2,3... ,k

K = jumlah atribut

4. Menentukan rata-rata TFN untuk kondisi Baik (B)

$$TFN B = \frac{\sum_{i=1}^k NiB}{n} \dots\dots\dots(3.3)$$

Keterangan

Ni B = Nilai TFN jawaban Kuesioner pada atribut ke i untuk kategori baik

N = Jawaban kuesioner untuk kategori baik

I = 1,2,3... ,k

K = jumlah atribut

5. Menentukan rata-rata TFN untuk kondisi Sangat Baik (SB)

$$TFN SB = \frac{\sum_{i=1}^k NiSB}{n} \dots\dots\dots(3.4)$$

Keterangan

Ni B = Nilai TFN jawaban Kuesioner pada atribut ke i untuk kategori sangat baik

N = Jawaban kuesioner untuk kategori sangat baik

I = 1,2,3... ,k

K = jumlah atribut

c. Proses *Defuzzifikasi*

Setelah masing-masing kriteria didapatkan selisihnya, maka pada tahap ketiga adalah melakukan *defuzzifikasi* untuk mendapatkan suatu nilai tunggal yang representatif berikut ini merupakan langkah-langkah *defuzzifikasi*:

1. Penentuan derajat keanggotaan atribut dengan fungsi keanggotaan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \mu_M [X] &= 0; & x \leq a, x \geq c \\ (x-a)/(b-a) & & a \leq x \leq b & \dots\dots\dots(3.5) \\ (c-x)/(c-b) & & b \leq x \leq c \end{aligned}$$

2. Proses *defuzzifikasi* pada setiap atribut menggunakan titik berat

$$Z = \frac{\sum_{i=0}^n z_i \mu_c(z_i)}{\sum_{i=0}^n \mu_c(z_i)} \dots\dots\dots(3.6)$$

Dimana  $c(x)$  merupakan fungsi keanggotaan yang diskrit dari  $x$  pada himpunan *fuzzy c*, sedangkan untuk fungsi *kontinue* :

$$Z = \frac{\int_{n_i}^{m_i} \mu_c(z) dz}{\int_{n_i}^{m_i} \mu_c(z) dz} \dots\dots\dots(3.7)$$

d. Pengukuran *Service Quality*

Untuk mengukur *Service Quality* dibutuhkan 2 langkah, yaitu sebagai berikut :

1. Pengukuran gap tiap dimensi

$$\text{Skor } \textit{Servqual} = \text{Skor Presepsi} - \text{Skor Harapan} \dots\dots\dots(3.8)$$

2. Perhitungan nilai kualitas pelayanan tiap dimensi

$$\text{Kualitas (Q)} = \frac{\text{Kepuasan (P)}}{\text{Kepentingan (H)}} \dots\dots\dots(3.9)$$

Hipotesis :

Jika Kualitas (Q) > 1, maka kualitas pelayanan dinyatakan baik

Jika Kualitas (Q) = 1, maka kualitas pelayanan dinyatakan sesuai standar

Jika Kualitas (Q) < 1, maka kualitas pelayanan dinyatakan tidak sesuai standar

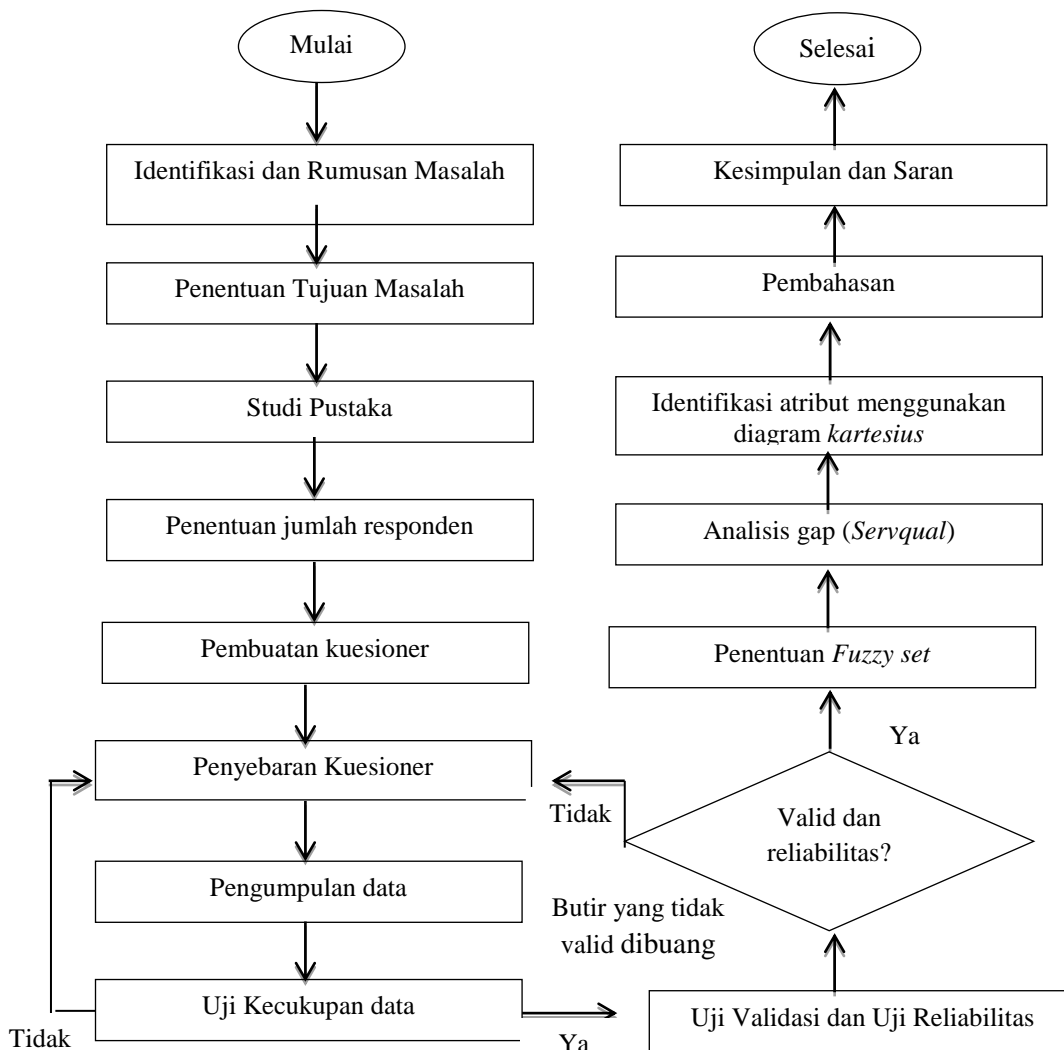
e. Pemilihan atribut yang akan dilakukan perbaikan

### 3.7.2 *Output Model*

Hasil dari model tersebut berupa informasi ranking kualitas dari atribut berupa *gab*, untuk mengetahui variabel-variabel yang harus diperhatikan untuk dilakukan perbaikan.

### 3.8 Flow Chart Penelitian

Berikut ini merupakan *Flow Chart* alur penelitian:



Gambar 3.2 *Flow Chart* Penelitian

### 3.9 Analisa dan Pembahasan

Setelah dilakukan pengolahan data selanjutnya dilakukan analisis dan pembahasan terhadap hasil pengolahan data yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran secara lengkap mengenai penelitian yang telah dilakukan sebagai jawaban terhadap rumusan masalah yang ada.

### **3.10 Kesimpulan**

Langkah langkah terakhir dari suatu penelitian adalah berpa penarikan kesimpulan berdasarkan pengumpulandata, analisis data, dan pengambilan keputusan. Penarikan kesimpulan ini berguna untuk merangkum hasil akhir dari suatu penelitian.

## **BAB IV**

### **PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

#### **4.1 Deskripsi Perusahaan**

##### **4.1.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Bank BPD *Syariah* Cabang Pembantu Universitas Islam Indonesia yang berlokasi di Gedung Bookstore, Jalan Kaliurang Km.14.5 Sleman Yogyakarta.

##### **4.1.2 Sejarah Berdirinya BPD *Syariah***

“Bank BPD DIY didirikan pada tahun 1961, tanggal 15 Desember berdasarkan akta notaris Nomor 11, Notaris R.M. Soerjanto Partaningrat. Sebagai suatu perusahaan daerah, pertama kalinya Bank BPD DIY diatur melalui Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 1976. Dengan berjalannya waktu, dilakukan berbagai penyesuaian.” (BPD *Syariah*, 2018a)

“Saat ini, landasan hukum pendirian Bank BPD DIY adalah Peraturan Daerah Propinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Nomor 2 Tahun 1993, junctis Peraturan Daerah Nomor 11 Tahun 1997 dan Nomor 7 Tahun 2000. Tujuan pendirian Bank adalah untuk membantu mendorong pertumbuhan perekonomian dan pembangunan daerah di segala bidang serta sebagai salah satu sumber pendapatan daerah dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak” (BPD *Syariah*, 2018a).

“Bank BPD DIY merupakan salah satu alat kelengkapan otonomi daerah di bidang perbankan yang memiliki tugas sebagai penggerak, pendorong laju

pembangunan daerah, sebagai pemegang kas daerah/menyimpan uang daerah, dan sebagai salah satu sumber pendapatan daerah serta menjalankan usahanya sebagai Bank umum” (BPD *Syariah*, 2018a).

#### **4.1.3 Visi Misi BPD *Syariah***

Berikut merupakan visi dan misi dari BPD *Syariah* DIY :

1. Visi  
“Menjadi Bank Terpercaya, Istimewa dan Pilihan Masyarakat” (BPD *Syariah*, 2018b)
2. Misi :
  - a. Menyediakan solusi kebutuhan keuangan masyarakat dengan memberikan pengalaman perbankan yang berkesan
  - b. Menjalankan prinsip kehati-hatian dan menerapkan bisnis yang beretika untuk meningkatkan nilai perusahaan.
  - c. Mencapai SDM yang unggul, berintegritas dan profesional.
  - d. Mengembangkan keunggulan kompetitif dengan layanan prima dan produk yang inovatif berbasis budaya untuk menjadi Regional Champion yang berkelanjutan. Menjalankan fungsi Agen Pembangunan yang fokus mengembangkan sektor UMKM, mendorong pertumbuhan perekonomian daerah dan menjaga lingkungan. (BPD *Syariah*, 2018b).

#### **4.1.4 Produk BPD *Syariah***

Terdapat 3 pelayanan yang diberikan Bank BPD *Syariah* DIY yaitu Simpanann kredit dan layanan lainnya. Berikut ini uraian dari jasa yang diberikan Bank BPD *Syariah* DIY:

1. Simpanan
  - a. Giro
  - b. Tabungan
  - c. Deposito
2. Kredit
3. Layanan

## 4.2 Pengolahan Data

Berikut merupakan tahapan dari pengolahan data dari hasil kuesioner:

### 4.2.1 Uji Kecukupan Data

Uji kecukupan data digunakan untuk menentukan jumlah sampel minimal yang diuganan untuk melakukan sebuah penelitian yang akan diproses selanjutnya menggunakan *rumus Paul Leedy* (Supranto, 1996) sebagai berikut:

$$n = \frac{(Z\alpha/2)^2 p(1-p)}{e^2} \dots\dots\dots (4.1)$$

Keterangan:

- n = Jumlah data yang dibutuhkan
- N = Jumlah populasi
- p = Proporsi yang diduga.
- Z = Tingkat ketelitian dengan melihat Tabel Z
- e = Kesalahan maksimum

Tingkat Kepercayaan = 90%

Tingkat Ketelitian ( $\alpha$ ) = 0,1

Maka  $\alpha/2 = 0,05$  dengan  $Z\alpha/2=1,64$

Karena besarnya proporsi sampel tidak diketahui maka nilai (1-P) juga tidak dapat diketahui, dengan nilai  $0 < P < 1$ . Maka P maksimum adalah :

$$f(P) = P - P^2$$

$$df(P) / d(P) = 1 - 2P$$

df(P) / d(P) bernilai maksimal jika df(P) / d(P) = 0

$$0 = 1 - 2P$$

$$P = 0,5$$

Harga maksimum dari f(P) adalah :

$$P(1-P) = 0,5 (1-0,5)$$

$$= 0,25$$



Jadi besarnya sampel jika digunakan tingkat kepercayaan (*confidence level*) 90% dan kesalahan yang terjadi tidak lebih dari 10% adalah :

$$n = \frac{\left(Z \frac{\alpha}{2}\right)^2 P(1 - P)}{E^2}$$

$$n = \frac{(1,64)^2(0,25)}{0,1^2}$$

$$n = 67,24 \approx 68$$

Jadi minimal sampel yang harus digunakan untuk pengolahan data selanjutnya adalah 68 responden. Data responden yang telah didapatkan dalam penelitian ini berjumlah  $100 > 68$ , maka data dapat dikatakan cukup.

#### 4.2.2 Data Responden

Karakteristik responden dapat terbagi menjadi 5 kelompok yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, jenis pekerjaan dan penghasilan setiap bulan.

##### a. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Persentase (%)
Perempuan	69	69%
Laki-laki	31	31%
Jumlah	100	100%

Dari Tabel 4.1 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan dengan jumlah sebanyak 69 orang (69%) sedangkan 31 orang (31%) lainnya berjenis kelamin laki-laki.

##### b. Karakteristik responden berdasarkan usia

Tabel 4.2 Karakteristik Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase (%)
<20	47	47%
20-30	34	34%
30-40	12	12%
>40	7	7%
Jumlah	100	100%

Dari Tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa sebgaiian besar responden berusia <20 tahun dengan jumlah sebanyak 47 responden (47%), usia 20-30 tahun sebanyak 34 responden (34%) sedangkan responden usia 30-40 tahun sebanyak 12 responden (12%) dan usia >40tahun sebanyak 7 responden (7%).

c. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Tabel 4.3 Karakteristik Berdasarkan Pendidikan

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentasi (%)</b>
SMA	76	76%
S1	16	16%
S2	8	8%
S3	-	-
Jumlah	100	100%

Dari Tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa sebgaiian besar responden dengan pendidikan terakhir SMA dengan jumlah sebanyak 76 responden (76%), responden dengan pendidikan terakhir S1 dengan jumlah sebanyak 16 responden (16%), sedangkan responden dengan pendidikan terakhir S2 sebanyak 8 responden (8%) dan tidak responden dengan pendidikan terakhir S3.

d. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Tabel 4.4 Karakteristik Berdasarkan Jenis Pekerjaan

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentasi (%)</b>
Mahasiswa	74	74%
PNS	7	7%
Wiraswasta	10	10%
Pegawai swasta	9	9%
Jumlah	100	100%

Dari Tabel 4.4 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki jenis pekerjaan mahasiswa dengan jumlah sebanyak 74 responden (74%), kemudian dilanjutkan dengan PNS dengan jumlah sebanyak 7 responden (7%), sebagai wiraswasta sebanyak 10 responden (10%), dan pegawai swasta sebanyak 9 responden (9%).

e. Karakteristik responden berdasarkan penghasilan setiap bulan

Tabel 4.5 Karakteristik Berdasarkan penghasilan setiap bulan

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentasi (%)</b>
< Rp.1.000.000	9	9%
Rp.1.000.001 - Rp.2.000.000	56	56%
Rp.2.000.001- Rp.3.000.000	8	8%
> Rp.4.000.000	27	27%
Jumlah	100	100%

Dari Tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki penghasilan setiap bulan dengan jumlah < Rp.1.000.000 sebanyak 9 responden (9%), kemudian penghasilan dengan jumlah Rp.1.000.001 - Rp.2.000.000 sebanyak 56 responden (56%), sedagkan penghasilan setiap bulan Rp.2.000.001- Rp.3.000.000 sebanyak 8 orang (8%), dan penghasilan setiap bulan > Rp.4.000.000 sebanyak 27 responden (27%).

#### 4.2.3 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan *software PASW Statistics 18.0*. Jumlah data yang digunakan yaitu sebanyak 100 data dari hasil kuesioner. Berikut merupakan langkah-langkah dalam pengujian validitas data:

a. Menentukan hipotesis

Ho : Atribut pernyataan dalam kuesioner valid

H1 : Atribut pernyataan dalam kuesioner tidak valid

b. Menentukan nilai  $r_{tabel}$

Untuk nilai  $r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5%

$$\begin{aligned} \text{derajat kebebasan (df)} &= n - 2 \\ &= 100 - 2 \\ &= 98 \end{aligned}$$

Maka untuk mencari nilai  $r_{tabel}$  dapat menggunakan cara interpolasi, yaitu sebagai berikut:

df	r <sub>tabel</sub>
95	0.200
98	X
100	0.195

$$\frac{x - 0,200}{0,195 - 0,200} = \frac{98 - 95}{100 - 95}$$

$$\frac{x - 0,200}{-0,005} = \frac{3}{5}$$

$$x - 0,200 = \frac{3}{5} (-0,005)$$

$$x = -0,003 + 0,200$$

$$x = 0,197$$

Sehingga didapatkan nilai r<sub>tabel</sub> sebesar 0,197

c. Mencari nilai r<sub>hitung</sub>

Nilai r<sub>hitung</sub> dapat dicari dengan menggunakan bantuan *software PASW Statistics 18.0* yaitu dapat dilihat pada hasil *output* pada nilai *Corrected Item – Total Correlation*.

d. Kriteria pengujian

Jika r<sub>hitung</sub> bernilai positif dan r<sub>hitung</sub> ≥ r<sub>tabel</sub>, maka Ho diterima

Jika r<sub>hitung</sub> bernilai positif dan r<sub>hitung</sub> < r<sub>tabel</sub>, maka Ho ditolak

Jika r<sub>hitung</sub> bernilai negatif dan r<sub>hitung</sub> < r<sub>tabel</sub>, maka Ho ditolak

e. Membuat kesimpulan

Hasil perhitungan nilai r<sub>hitung</sub> terhadap semua atribut pernyataan bernilai positif dengan menggunakan bantuan *software PASW Statistics 18.0* dan r<sub>hitung</sub> ≥ r<sub>tabel</sub>, maka Ho diterima yang berarti atribut pernyataan dalam kuesioner valid. Berikut merupakan nilai r<sub>hitung</sub> yang telah diolah dengan menggunakan *software PASW Statistics 18.0*:

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas

Dimensi	Pertanyaan	r hitung		rtabel	Status
		Keentingan	Kepuasan		
Pemenuhan (Compliance) X1	Bank BPD Syariah menjalankan prinsip dan hukum islam	0.446	0.401	0,197	Valid
	Bank BPD Syariah menerapkan ketentuan layanan dan produk Islam	0.371	0.435	0,197	Valid
	Bank BPD Syariah menerapkan ketentuan bebas bunga pinjaman	0.385	0.417	0,197	Valid
	Bank BPD Syariah menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi	0.515	0.276	0,197	Valid
Jaminan (Assurance) X2	Memberikan layanan secara menyeluruh dan tuntas	0.496	0.519	0,197	Valid
	Pegawai senangtiasa bersikap ramah, sopan, dan bersahabat dengan nasabah	0.435	0.479	0,197	Valid
	Kejujuran Pegawai	0.574	0.520	0,197	Valid
	Pegawai memberikan layanan sesuai dengan prosedur	0.581	0.560	0,197	Valid
	Keamanan dan kenyamanan dalam layanan	0.555	0.624	0,197	Valid
	Jaminan keamanan bagi nasabah	0.549	0.539	0,197	Valid
	Layanan yang diberikan memberikan jaminan kepastian hukum bagi nasabah	0.594	0.598	0,197	Valid
Kehandalan (Reliability) X3	Ketepatan waktu layanan (jam buka/tutup)	0.610	0.548	0,197	Valid
	Setiap nasabah mendapat layanan yang sama dan adil	0.556	0.577	0,197	valid
	Lamanya layanan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan (seperti membuat kartu ATM)	0.590	0.487	0,197	Valid
Bentuk Fisik (Tangibles) X4	Kecukupan Pegawai yang menunjang pelaksanaan tugas	0.545	0.448	0,197	valid
	Penampilan pegawai rapi dan professional	0.551	0.496	0,197	valid

Dimensi	Pertanyaan	r hitung		rtabel	Status
		Keputusan	Kepuasan		
	Kemudahan memperoleh formulir bagi nasabah	0.609	0.422	0,197	valid
	Persyaratan menjadi nasabah mudah	0.463	0.288	0,197	valid
	Formulir transaksi tidak membingungkan	0.524	0.504	0,197	valid
	Lokasi mudah dicari	0.228	0.282	0,197	valid
	Kenyamanan dan kebersihan ruangan	0.542	0.596	0,197	valid
	Tersedia tempat sampah sebagai penunjang kebersihan	0.494	0.467	0,197	valid
	Tersedianya fasilitas layanan (contoh: bolpoin)	0.509	0.525	0,197	valid
	Empati (Empathy) X5	Memberikan kontak pengaduan nasabah	0.597	0.530	0,197
Memberikan Informasi baru kepada nasabah		0.486	0.495	0,197	valid
Pihak Bank memerlakukan nasabah dengan penuh perhatian		0.588	0.513	0,197	valid
Terjadi komunikasi yang baik anatar pihak Bank dengan nasabah		0.489	0.479	0,197	valid
Ketanggapan (Responsiveness) X6	Cepat tanggap dalam keluhan nasabah	0.546	0.632	0,197	valid
	Pihak Bank memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	0.530	0.591	0,197	valid

#### 4.2.4 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan terhadap butir pernyataan yang termasuk dalam kategori valid. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan cara menguji coba instrument sekali saja. kemudian dianalisis dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Kuesioner dikatakan andal apabila koefisien reliabilitas bernilai positif dan lebih besar dari pada 0.7. Adapun hasil dari uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

a) Hipotesis Penelitian

H0 : Data butir pertanyaan kuesioner reliabel

H1 : Data butir pertanyaan kuesioner tidak reliabel

## b) Daerah Kritis

$r_{\alpha} > r_{\text{tabel}}$ , maka data reliabel

$r_{\alpha} < r_{\text{tabel}}$ , maka tidak reliabel

## c) Tingkat Signifikansi

Jumlah kuesioner yang telah disebar sebanyak 100 kuesioner dan data yang sah sebanyak 100 kuesioner, maka dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-2 = 98$  dan tingkat signifikansi sebesar 5%, sehingga  $r_{\text{tabel}}$  yang diperoleh yaitu 0.197 dan  $Cronbach's Alpha > 0.7$ , maka data tersebut telah reliabel.

## d) Uji Statistik dan Kesimpulan

Setelah dilakukan uji statistik untuk reliabilitas kuesioner, maka dapat dilihat dari hasil  $r_{\alpha}$  (*Cronbach's Alpha*) sebagai berikut :

Tabel 4.7 Hasil Uji *Reliabilitas* Skala Kepuasan

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	29

Tabel 4.8 Hasil Uji *Reliabilitas* Skala Kepentingan

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	29

Dapat dilihat dari tabel 4.7 dan 4.8 bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk nilai *Cronbach Alpha* pada tingkat kepuasan sebesar 0,886 dan pada tingkat kepentingan sebesar 0,902, maka dapat disimpulkan bahwa atribut pertanyaan yang terdapat dikuesioner tersebut telah reliabel.

#### 4.2.5 Integrasi Dimensi CARTER dan Perhitungan *Fuzzy Servqual*

Keterlibatan *fuzzy* pada penelitian ini digunakan untuk menghilangkan bias dari hasil data kuesioner responden yang bersifat subjektif. Data dari responden tersebut digunakan sebagai *input* perhitungan *servqual*. Setelah proses tersebut dilanjutkan dengan perhitungan *fuzzy* dan pengukuran *servqual*.

## A. *Input Model*

### 1. Data

*Input* data merupakan penilaian dari nasabah yang dihasilkan dari kuesioner yang telah disebarkan selama penelitian. Data yang akan diolah menggunakan *fuzzy servqual* berbentuk data primer atau data langsung dari nasabah. Berikut atribut atribut pengukuran kualitas layanan di Bank BPD *Syariah* Cabang Universitas Islam Indonesia yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah:

Tabel 4.9 Atribut Atribut Pengukuran Kualitas Layanan

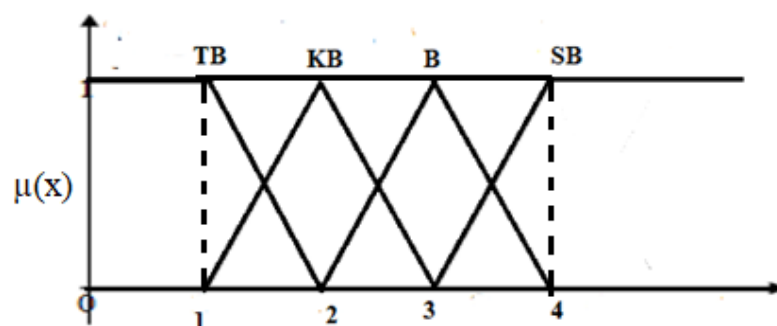
<b>Dimensi</b>	<b>Atribut</b>	<b>Keterangan</b>
<b>Penenuhan (Compliance) X1</b>	X <sub>11</sub>	Bank BPD <i>Syariah</i> menjalankan prinsip dan hukum islam
	X <sub>12</sub>	Bank BPD <i>Syariah</i> menerapkan ketentuan layanan dan produk Islam
	X <sub>13</sub>	Bank BPD <i>Syariah</i> menerapkan ketentuan bebas bunga pinjaman
	X <sub>14</sub>	Bank BPD <i>Syariah</i> menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investas
<b>Jaminan (Assurance) X2</b>	X <sub>21</sub>	Memberikan layanan secara menyeluruh dan tuntas
	X <sub>22</sub>	Pegawai senangtiasa bersikap ramah, sopan, dan bersahabat dengan nasabah
	X <sub>23</sub>	Kejujuran Pegawai
	X <sub>24</sub>	Pegawai memberikan layanan sesuai dengan prosedur
	X <sub>25</sub>	Keamanan dan kenyamanan dalam layanan
	X <sub>26</sub>	Jaminan keamanan bagi nasabah
	X <sub>27</sub>	Layanan yang diberikan memberikan jaminan kepastian hukum bagi nasabah
<b>Kehandalan (Reliability) X3</b>	X <sub>31</sub>	Ketepatan waktu layanan (jam buka/tutup)
	X <sub>32</sub>	Setiap nasabah mendapat layanan yang sama dan adil
	X <sub>33</sub>	Lamanya layanan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan (seperti membuat kartu ATM)
<b>Bukti Fisik (Tangibles) X4</b>	X <sub>41</sub>	Kecukupan Pegawai yang menunjang pelaksanaan tugas
	X <sub>42</sub>	Penampilan pegawai rapi dan professional
	X <sub>43</sub>	Kemudahan memperoleh formulir bagi nasabah
	X <sub>44</sub>	Persyaratan menjadi nasabah mudah.
	X <sub>45</sub>	Formulir transaksi tidak membingungkan
	X <sub>46</sub>	Lokasi mudah dicari
	X <sub>47</sub>	Kenyamanan dan kebersihan ruangan
	X <sub>48</sub>	Tersedia tempat sampah sebagai penunjang kebersihan
X <sub>49</sub>	Tersedianya fasilitas layanan (contoh: bolpoin)	



Dimensi	Atribut	Keterangan
Empati ( <i>Empathy</i> ) X5	X <sub>51</sub>	Memberikan kontak pengaduan nasabah
	X <sub>52</sub>	Memberikan Informasi baru kepada nasabah
	X <sub>53</sub>	Pihak Bank memperlakukan nasabah dengan penuh perhatian
	X <sub>54</sub>	Terjadi komunikasi yang baik anatar pihak Bank dengan nasabah
Ketanggapan ( <i>Responsiveness</i> ) X6	X <sub>61</sub>	Cepat tanggap dalam keluhan nasabah
	X <sub>62</sub>	Pihak Bank memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti

### B. Proses Fuzzifikasi

Proses *fuzzifikasi* dilakukan untuk mengetahui skor yang seharusnya diberikan responden dalam setiap kriteria didalam kuesioner. Berikut merupakan nilai yang digunakan dalam penentuan bobot *fuzzifikasi*:



Gambar 4.1 Fungsi keanggotaan variabel TFN

TFN didapat dari rata rata jumlah hasil tabulasi jawaban responden setiap atribut yang sesuai dengan kategorinya.

TFN untuk kategori Tidak Baik (TB)	: 0,1,2
TFN untuk kategori Kurang Baik (KB)	: 1,2,3
TFN untuk kategori Baik (B)	: 2,3,4
TFN untuk kategori Sangat Baik (SB)	: 3,4

Contoh perhitungan TFN untuk kategori kurang baik untuk skala kepuasan, atribut 1 sebagai berikut :

$$\text{TFN KB} = \frac{\sum N1 kb}{n kb}$$

$$\text{TFN KB} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 1) + (3 \times 59)}{60}$$

$$\text{TFN KB} = 2,98$$

Dari perhitungan seperti diatas didapatkan data hasil *fuzzifikasi* untuk skala kepuasan menurut responden, sebagai berikut:

Tabel 4.10 Hasil *fuzzifikasi* untuk skala kepuasan

Atribut	TFN			
	TB (1,2)	KB (1,2,3)	B (2,3,4)	SB (3,4)
X <sub>11</sub>	2	2.98	3.39	3.40
X <sub>12</sub>	0	3.00	3.43	3.43
X <sub>13</sub>	2	2.94	3.33	3.39
X <sub>14</sub>	2	2.91	3.29	3.37
X <sub>21</sub>	2	2.92	3.33	3.40
X <sub>22</sub>	2	2.91	3.53	3.59
X <sub>23</sub>	2	2.98	3.45	3.46
X <sub>24</sub>	2	2.95	3.38	3.42
X <sub>25</sub>	2	2.96	3.47	3.50
X <sub>26</sub>	2	2.96	3.42	3.45
X <sub>27</sub>	2	2.95	3.37	3.41
X <sub>31</sub>	2	2.92	3.30	3.37
X <sub>32</sub>	2	2.88	3.42	3.51
X <sub>33</sub>	2	2.91	3.39	3.46
X <sub>41</sub>	2	2.83	3.16	3.32
X <sub>42</sub>	2	2.77	3.35	3.53
X <sub>43</sub>	2	2.88	3.36	3.46
X <sub>44</sub>	2	2.75	3.06	3.31
X <sub>45</sub>	2	2.95	3.38	3.42
X <sub>46</sub>	2	2.61	2.69	3.10
X <sub>47</sub>	2	2.96	3.49	3.52
X <sub>48</sub>	2	2.97	3.37	3.40
X <sub>49</sub>	2	2.91	3.51	3.57
X <sub>51</sub>	2	2.95	3.37	3.41
X <sub>52</sub>	2	2.92	3.33	3.40
X <sub>53</sub>	2	2.95	3.34	3.38
X <sub>54</sub>	0	3.00	3.40	3.40
X <sub>61</sub>	2	2.94	3.44	3.48
X <sub>62</sub>	2	2.96	3.42	3.45

Selain pengolahan *fuzzy* untuk tingkat kepuasan, dilakukan pula pada tingkat kepentingan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank BPD *Syariah* Cabang Universitas Islam Indonesia.

Contoh perhitungan TFN untuk kategori kurang baik untuk skala kepentingan, atribut 1 sebagai berikut :

$$\text{TFN KB} = \frac{\sum N1 kb}{n kb}$$

$$\text{TFN KB} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 53)}{53}$$

$$\text{TFN KB} = 3,00$$

Dari perhitungan seperti diatas didapatkan data hasil *fuzzifikasi* untuk skala kepentingan menurut responden, sebagai berikut:

Tabel 4.11 Hasil *fuzzifikasi* untuk skala kepentingan

Atribut	TFN			
	TB(1,2)	KB (1,2,3)	B (2,3,4)	SB (3,4)
X <sub>11</sub>	0	3.00	3.47	3.47
X <sub>12</sub>	0	3.00	3.36	3.36
X <sub>13</sub>	2	2.86	3.27	3.40
X <sub>14</sub>	2	2.91	3.40	3.47
X <sub>21</sub>	0	3.00	3.39	3.39
X <sub>22</sub>	2	2.98	3.53	3.55
X <sub>23</sub>	2	2.98	3.51	3.53
X <sub>24</sub>	2	2.94	3.46	3.51
X <sub>25</sub>	2	2.94	3.50	3.55
X <sub>26</sub>	2	2.96	3.47	3.50
X <sub>27</sub>	2	2.95	3.42	3.46
X <sub>31</sub>	2	2.95	3.37	3.41
X <sub>32</sub>	2	2.98	3.54	3.56
X <sub>33</sub>	2	2.95	3.40	3.44
X <sub>41</sub>	2	2.97	3.34	3.37
X <sub>42</sub>	2	2.98	3.52	3.54
X <sub>43</sub>	2	2.95	3.58	3.61
X <sub>44</sub>	0	3.00	3.83	3.83
X <sub>45</sub>	2	2.98	3.37	3.38
X <sub>46</sub>	0	3.00	3.68	3.68
X <sub>47</sub>	2	2.98	3.52	3.54

Atribut	TFN			
	TB(1,2)	KB (1,2,3)	B (2,3,4)	SB (3,4)
X <sub>48</sub>	2	2.98	3.53	3.55
X <sub>49</sub>	2	2.98	3.48	3.49
X <sub>51</sub>	2	2.95	3.32	3.36
X <sub>52</sub>	2	2.97	3.38	3.41
X <sub>53</sub>	2	2.98	3.46	3.47
X <sub>54</sub>	2	2.98	3.36	3.37
X <sub>61</sub>	2	2.98	3.48	3.49
X <sub>62</sub>	2	2.98	3.47	3.48

### C. Proses Defuzzifikasi

Sedangkan *defuzzifikasi* merupakan proses terakhir dalam perhitungan *fuzzy*, dimana proses ini bertujuan untuk mengkonversikan ke dalam bilangan real. Pada lampiran akan memperlihatkan perhitungan derajat keanggotaan serta nilai *defuzzifikasi* dari kepentingan dan kepuasan pelanggan.

Contoh perhitungan derajat keanggotaan kepentingan pada atribut 1 :

$$\begin{aligned}
 \text{i) } \mu(x) \text{ TB} &= \frac{x-a}{b-a} \\
 &= \frac{2-2}{3-2} \\
 &= 0
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{ii) } \mu(x) \text{ KB} &= \frac{x-a}{b-a} \\
 &= \frac{2,98-2}{3-2} \\
 &= 0,98
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{iii) } \mu(x) \text{ B} &= \frac{c-x}{c-b} \\
 &= \frac{4-3,39}{4-3} \\
 &= 0,61
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 \text{iv) } \mu(x) \text{ SB} &= \frac{c-x}{c-b} \\
 &= \frac{4-3,4}{4-3} \\
 &= 0,60
 \end{aligned}$$

Contoh perhitungan *defuzzifikasi* kepuasan pada atribut 1 dengan menggunakan metode *centroid*:

$$Z = \frac{\sum_{ni=0} Z_i \times \mu_c(Z_i)}{\sum_{ni=0} Z_i}$$

$$Z = \frac{(2 \times 0) + (2,98 \times 0,98) + (3,339 \times 0,61) + (3,40 \times 3,60)}{0 + 0,98 + 0,61 + 0,60}$$

$$Z = 3,21$$

Tabel 4.12 *Defuzzifikasi* dimensi kepuasan

Atribut	$\mu(x)$				<i>Defuzzifikasi</i>
	TB	KB	B	SB	
X <sub>11</sub>	0	0.98	0.61	0.60	3.21
X <sub>12</sub>	0	1.00	0.57	0.57	3.23
X <sub>13</sub>	0	0.94	0.67	0.61	3.18
X <sub>14</sub>	0	0.91	0.71	0.63	3.16
X <sub>21</sub>	0	0.92	0.67	0.60	3.18
X <sub>22</sub>	0	0.91	0.47	0.41	3.23
X <sub>23</sub>	0	0.98	0.55	0.54	3.23
X <sub>24</sub>	0	0.95	0.62	0.58	3.20
X <sub>25</sub>	0	0.96	0.53	0.50	3.23
X <sub>26</sub>	0	0.96	0.58	0.55	3.22
X <sub>27</sub>	0	0.95	0.63	0.59	3.20
X <sub>31</sub>	0	0.92	0.70	0.63	3.16
X <sub>32</sub>	0	0.88	0.58	0.49	3.20
X <sub>33</sub>	0	0.91	0.61	0.54	3.20
X <sub>41</sub>	0	0.83	0.84	0.68	3.09
X <sub>42</sub>	0	0.77	0.65	0.47	3.16
X <sub>43</sub>	0	0.88	0.64	0.54	3.18
X <sub>44</sub>	0	0.75	0.94	0.69	3.03
X <sub>45</sub>	0	0.95	0.62	0.58	3.20
X <sub>46</sub>	0	0.61	1.31	0.90	2.80
X <sub>47</sub>	0	0.96	0.51	0.48	3.24
X <sub>48</sub>	0	0.97	0.63	0.60	3.20
X <sub>49</sub>	0	0.91	0.49	0.43	3.23
X <sub>51</sub>	0	0.95	0.63	0.59	3.20
X <sub>52</sub>	0	0.92	0.67	0.60	3.18
X <sub>53</sub>	0	0.95	0.66	0.62	3.19
X <sub>54</sub>	0	1.00	0.60	0.60	3.22
X <sub>61</sub>	0	0.94	0.56	0.52	3.22
X <sub>62</sub>	0	0.96	0.58	0.55	3.22

Selain pengolahan *defuzzifikasi* untuk tingkat kepuasan, dilakukan pula pada tingkat kepentingan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh Bank BPD

*Syariah* Cabang Universitas Islam Indonesia. Berikut ini hasil *defuzzifikasi* data dari responden untuk skala kepentingan:

Tabel 4.13 *Defuzzifikasi* dimensi kepentingan

Atribut	$\mu(x)$				Defuzzifikasi
	TB	KB	B	SB	
X <sub>11</sub>	0.00	1.00	0.53	0.53	3.24
X <sub>12</sub>	0.00	1.00	0.64	0.64	3.20
X <sub>13</sub>	0.00	0.86	0.73	0.60	3.14
X <sub>14</sub>	0.00	0.91	0.60	0.53	3.20
X <sub>21</sub>	0.00	1.00	0.61	0.61	3.21
X <sub>22</sub>	0.00	0.98	0.47	0.45	3.25
X <sub>23</sub>	0.00	0.98	0.49	0.47	3.25
X <sub>24</sub>	0.00	0.94	0.54	0.49	3.22
X <sub>25</sub>	0.00	0.94	0.50	0.45	3.23
X <sub>26</sub>	0.00	0.96	0.53	0.50	3.23
X <sub>27</sub>	0.00	0.95	0.58	0.54	3.21
X <sub>31</sub>	0.00	0.95	0.63	0.59	3.20
X <sub>32</sub>	0.00	0.98	0.46	0.44	3.25
X <sub>33</sub>	0.00	0.95	0.60	0.56	3.21
X <sub>41</sub>	0.00	0.97	0.66	0.63	3.19
X <sub>42</sub>	0.00	0.98	0.48	0.46	3.25
X <sub>43</sub>	0.00	0.95	0.42	0.39	3.25
X <sub>44</sub>	0.00	1.00	0.17	0.17	3.21
X <sub>45</sub>	0.00	0.98	0.63	0.62	3.20
X <sub>46</sub>	0.00	1.00	0.32	0.32	3.27
X <sub>47</sub>	0.00	0.98	0.48	0.46	3.25
X <sub>48</sub>	0.00	0.98	0.47	0.45	3.25
X <sub>49</sub>	0.00	0.98	0.52	0.51	3.24
X <sub>51</sub>	0.00	0.95	0.68	0.64	3.18
X <sub>52</sub>	0.00	0.97	0.62	0.59	3.20
X <sub>53</sub>	0.00	0.98	0.54	0.53	3.23
X <sub>54</sub>	0.00	0.98	0.64	0.63	3.20
X <sub>61</sub>	0.00	0.98	0.52	0.51	3.24
X <sub>62</sub>	0.00	0.98	0.53	0.52	3.24

#### D. Pengukuran *Servqual*

##### 1. Perhitungan GAP tiap atribut

Hasil penghitungan Nilai *Servqual* (*Gap*) setiap atribut dari selisih dimensi kepuasan dan dimensi kepentingan menunjukkan sampai sejauh mana pihak Bank BPD *Syariah* Cabang Universitas Islam Indonesia telah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan nasabah. Peran gap setiap atribut akan memberikan nilai selisih antara

kepuasan dan kepentingan. Berikut data hasil perhitungan nilai gap setiap atribut beserta ranking:

Tabel 4.14 Kepuasa, kepentingan dan Gap setiap atribut

<b>Atribut</b>	<b>Kepuasan</b>	<b>Kepentingan</b>	<b>Gap</b>	<b>RANK</b>
X <sub>11</sub>	3.21	3.24	-0.03	12
X <sub>12</sub>	3.23	3.20	0.03	28
X <sub>13</sub>	3.18	3.14	0.04	29
X <sub>14</sub>	3.16	3.20	-0.04	9
X <sub>21</sub>	3.18	3.21	-0.04	10
X <sub>22</sub>	3.23	3.25	-0.02	15
X <sub>23</sub>	3.23	3.25	-0.02	19
X <sub>24</sub>	3.20	3.22	-0.02	14
X <sub>25</sub>	3.23	3.23	0.00	25
X <sub>26</sub>	3.22	3.23	-0.01	20
X <sub>27</sub>	3.20	3.21	-0.02	18
X <sub>31</sub>	3.16	3.20	-0.03	11
X <sub>32</sub>	3.20	3.25	-0.05	6
X <sub>33</sub>	3.20	3.21	-0.01	23
X <sub>41</sub>	3.09	3.19	-0.10	3
X <sub>42</sub>	3.16	3.25	-0.09	4
X <sub>43</sub>	3.18	3.25	-0.07	5
X <sub>44</sub>	3.03	3.21	-0.18	2
X <sub>45</sub>	3.20	3.20	0.00	24
X <sub>46</sub>	2.80	3.27	-0.46	1
X <sub>47</sub>	3.24	3.25	-0.01	22
X <sub>48</sub>	3.20	3.25	-0.05	7
X <sub>49</sub>	3.23	3.24	-0.01	21
X <sub>51</sub>	3.20	3.18	0.02	27
X <sub>52</sub>	3.18	3.20	-0.03	13
X <sub>53</sub>	3.19	3.23	-0.05	8
X <sub>54</sub>	3.22	3.20	0.02	26
X <sub>61</sub>	3.22	3.24	-0.02	16
X <sub>62</sub>	3.22	3.24	-0.02	17

## 2. Perhitungan GAP setiap dimensi

Setelah dilakukan analisis gap secara keseluruhan, dilakukan pula analisis gap setiap dimensi untuk mengetahui atribut apa saja yang perlu diperbaiki berdasarkan dimensi *Service Quality* yaitu dimensi *Compliance, tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*. Hasil penghitungan gap setiap dimensi dari selisih tingkat kepuasan dan kepentingan mengetahui sampai sejauh mana Bank BPD Syariah Cabang Universitas Islam Indonesia telah memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan nasabah. Peran gap setiap dimensi akan memberikan tingkat kepentingan

seberapa jauh peran keenam dimesi tersebut dalam memberikan peningkatan kualitas pelayanan. Analisis gap setiap dimensi dengan menggunakan nilai rata rata gap setiap dimensi. Berikut data hasil perhitungan gap setiap dimensi:

Tabel 4.15 Rata rata Gap setiap dimensi

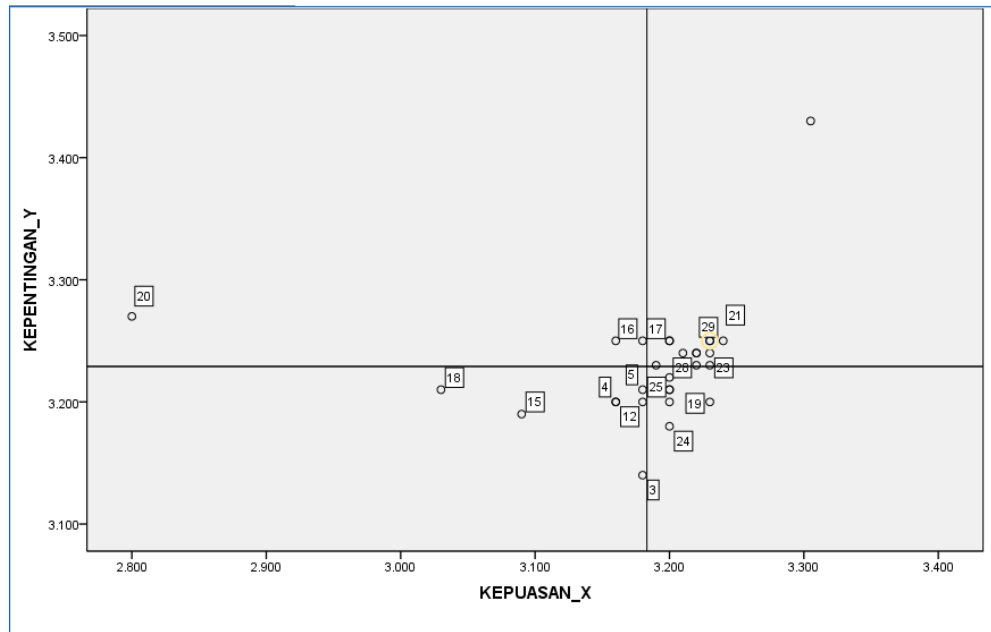
<b>Dimensi</b>	<b>Kepuasan (A)</b>	<b>Kepentingan (B)</b>	<b>Gap</b>	<b>Q=A/B</b>	<b>Rank</b>
<i>Compliance</i>	3.195	3.197	-0.002	0.999	6
<i>Assurance</i>	3.212	3.230	-0.018	0.994	4
<i>Reliability,</i>	3.187	3.219	-0.032	0.990	2
<i>Tangible</i>	3.126	3.233	-0.108	0.967	1
<i>Empathy</i>	3.195	3.204	-0.009	0.997	5
<i>Responsiveness</i>	3.219	3.238	-0.020	0.994	3
Rata-rata	3.189	3.220	-0.032	0.990	

Apabila nilai  $(Q) > 1$ , maka dapat dikatakan kualitas pelayanan pada perusahaan tersebut baik. Dapat dilihat pada Tabel 4.15 bahwa nilai  $(Q) = 0.990$  hal ini menunjukkan  $(Q) < 1$  yang artinya kualitas pelayanan perlu diadakan perbaikan walaupun nilai Q hamper mendekati 1.

#### 4.2.6 Diagram Kartesius

Dengan diagram *kartesius* dapat dilihat letak posisi kualitas di tiap atribut. Untuk membuat diagram *kartesius*, diperlukan data hasil perhitungan *fuzzy* berupa nilai kepuasan dan kepentingan per atributnya. Sehingga dari hasil diagram *kartesius* dapat dilihat atribut mana yang akan mendapatkan perbaikan terlebih dahulu oleh perusahaan. Berikut ini diagram *kartesius* yang didapat menggunakan PASW *Statistics* 18.0:





Gambar 4.2 Diagram *Kartesian*

## BAB V

### PEMBAHASAN

#### 5.1 Analisis Data Hasil Kuesioner

##### 5.1.1 Penentuan Ukuran Sampel

Berdasarkan hasil pengolahan data pada perhitungan uji kecukupan didapatkan jumlah responden minimal sebanyak 68 orang dengan menggunakan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) = 10% = 0,1;  $\alpha/2 = 0,05$ ;  $Z_{\alpha/2} = 1,645$ . Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang, maka jumlah responden dianggap sudah cukup untuk mewakili sebagai sampel dari suatu populasi dikarenakan data minimal yang dibutuhkan 68 orang

##### 5.1.2 Pengujian Validitas

Pada pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan bantuan *software* PASW *Statistics* 18.0,. Langkah pertama yang dilakukan yaitu mencari nilai dari  $r_{tabel}$ , dengan menggunakan 100 responden dan tingkat signifikansi 5% maka didapatkan hasil  $r_{tabel}$  sebesar 0,197. Langkah selanjutnya yaitu mencari nilai  $r_{hitung}$ , dimana hasilnya dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation*. Data dikatakan valid jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ . Hasil *output* PASW *Statistics* 18.0 menunjukkan bahwa semua atribut pernyataan valid karena  $r_{hitung} > r_{tabel}$ . Dikarenakan semua atribut pernyataan telah valid, maka iterasi pada penelitian ini hanya dilakukann satu kali saja

### 5.1.3 Pengujian Reliabilitas

Pada pengujian reliabilitas menggunakan bantuan *software* PASW *Statistics* 18.0. Untuk mengetahui suatu data reliabel atau tidak dapat dilihat dari nilai *Cronbach Alpha*. Suatu data dikatakan reliabel ketika memiliki nilai *Cronbach Alpha*  $> 0,7$  dan akan lebih baik lagi ketika mendekati 1. Berdasarkan hasil pengolahan data, nilai dari *Cronbach Alpha* pada tingkat kepuasan sebesar 0,886 dan pada tingkat kepentingan sebesar 0,902, maka dapat disimpulkan bahwa atribut pertanyaan yang terdapat dikuesioner tersebut telah reliabel. Hal ini menunjukkan bahwa apabila kuesioner disebar beberapa kali kepada responden yang berbeda, maka hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh terhadap rata-rata jawaban responden atau dapat dikatakan jawaban responden akan stabil atau konsisten.

### 5.1.4 Analisis Fuzzy Servqual

Pada perhitungan *servqual gap* 5 dilakukan dengan menghitung kesenjangan (*gap*) yang terjadi antara harapan dan pelayanan yang didapatkan pelanggan setelah menjadi nasabah Bank BPD Syariah DIY. Apabila *gap* bernilai negatif, maka kinerja perusahaan belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah dan sebaliknya jika *gap* bernilai positif, maka perusahaan sudah dapat memenuhi harapan dari nasabah dan hal tersebut akan berdampak positif terhadap citra perusahaan. Nilai *gap* terbesar yaitu pada dimensi *tangible*, dimana dimensi ini memiliki nilai rata-rata kepentingan sebesar 3,233 dan 3,126 untuk nilai rata-rata kepuasan, sehingga didapatkan nilai *gap* sebesar -0,108. Pada pengolahan data yang telah dilakukan didapatkan atribut yang menduduki ranking pertama pada dimensi *tangible* adalah lokasi mudah dicari ( $X_{46}$ ).

Kemudian nilai *gap* terbesar kedua yaitu pada dimensi *reliability*, dimana dimensi ini memiliki nilai rata-rata kepentingan sebesar 3,219 dan 3,187 untuk nilai rata-rata kepuasan, sehingga didapatkan nilai *gap* sebesar -0,032. Pada pengolahan data yang telah dilakukan didapatkan atribut yang menduduki ranking pertama pada dimensi *reliability* dan ranking kelima pada semua dimensi adalah Setiap nasabah mendapat layanan yang sama dan adil ( $X_{32}$ ).

Dilanjutkan dengan dimensi *Responsiveness* yang memiliki nilai *gap* sebesar -0,020 yang didapatkan dari selisih antara nilai rata-rata kepentingan sebesar 3,238 dan rata-rata kepuasan sebesar 3,219. Atribut yang memiliki nilai *gap* terbesar pada dimensi *Responsiveness* dan ranking kesebelas pada semua dimensi yaitu cepat tanggap dalam keluhan nasabah ( $X_{61}$ ).

Lalu dimensi dimensi *Assurance*, dimana dimensi ini memiliki nilai rata-rata kepentingan sebesar 3,230 dan 3,212 untuk nilai rata-rata kepuasan, sehingga didapatkan nilai *gap* sebesar -0,018. Pada pengolahan data yang telah dilakukan didapatkan atribut yang menduduki ranking pertama pada dimensi *Assurance* adalah Memberikan layanan secara menyeluruh dan tuntas ( $X_{21}$ ). Kemudian *emphaty* menjadi dimensi kelima yang memiliki nilai *gap* sebesar -0,009 yang didapatkan dari selisih antara nilai rata-rata kepentingan sebesar 3,204 dan rata-rata kepuasan sebesar 3,195 Atribut yang memiliki nilai *gap* terbesar pada dimensi *emphaty* yaitu Pihak Bank memerlakukan nasabah dengan penuh perhatian ( $X_{53}$ ).

Niai *gap* terkecil dari keenam dimensi yaitu pada dimensi *Compliance*, dimana dimensi ini memiliki nilai rata-rata kepentingan sebesar 3,197 dan 3,195 untuk nilai rata-rata kepuasan, sehingga didapatkan nilai *gap* sebesar -0,002. Pada pengolahan data yang telah dilakukan didapatkan atribut yang menduduki ranking pertama pada dimensi *Compliance* adalah Bank BPD *Syariah* menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investas ( $X_{14}$ ).

Berdasarkan hasil perhitungan kualitas enam dimensi menunjukkan bahwa nilai kualitas masih  $< 1$ , hal ini berarti secara kualitas perusahaan belum dapat memenuhi harapan dari nasabahnya. Untuk rata-rata nilai kualitas sebesar 0,990, walaupun nilai mendekati 1 akan tetapi perusahaan masih perlu perbaikan lagi agar dapat memenuhi harapan nasabah sepenuhnya.

### 5.1.5 Diagram *Kartesi*

#### a. Kuadran 1

Atribut yang termasuk dalam kuadran 1 ini merupakan atribut yang mendapatkan prioritas utama, dimana kepentingan lebih besar daripada kepuasan. Hal ini

menunjukkan bahwa atribut tersebut dianggap sangat penting bagi nasabah tetapi perusahaan belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan dari nasabah. Dalam kuadran 1 ini menunjukkan ketidakpuasan nasabah terhadap kinerja yang diberikan pihak Bank. Jika dilihat dari diagram *kartesian* tidak terdapat atribut yang berada dalam kuadran 1. Berikut ini atribut yang berada dalam kuadran 1 berdasarkan ranking gab yaitu :

Tabel 5.1 Daftar Atribut kuadran 1

<b>Pertanyaan</b>	<b>Kuadran</b>	<b>Rank</b>
Lokasi mudah dicari	kuadran1	1
Penampilan pegawai rapi dan professional	kuadran1	4
Kemudahan memperoleh formulir bagi nasabah	kuadran1	5

#### **b. Kuadran 2**

Atribut dalam kuadran 2 merupakan atribut yang harus dipertahankan oleh Bank BPD *Syariah* DIY, dimana kepuasan nasabah dan kepentingan sama-sama tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa atribut yang dianggap sangat penting bagi nasabah sudah dijalankan dengan baik oleh pihak Bank, sehingga membuat nasabah merasa puas. Atribut yang termasuk dalam kuadran 2 sebanyak 12 butir. Atribut yang berada pada kuadran 2 merupakan kekuatan Bank BPD *Syariah* DIY untuk dapat bersaing dengan Bank lainnya. Ke-12 atribut ini harus dipertahankan prestasinya, sehingga nasabah akan tetap setia menggunakan Bank BPD *Syariah* DIY. Adapun urutan atribut berdasarkan dengan nilai *gap* yang terbesar adalah sebagai berikut:

Tabel 5.2 Daftar Atribut kuadran 2

<b>Pertanyaan</b>	<b>Kuadran</b>	<b>Rank</b>
Setiap nasabah mendapat layanan yang sama dan adil	kuadran2	6
Tersedia tempat sampah sebagai penunjang kebersihan	kuadran2	7
Pihak Bank memerlakukan nasabah dengan penuh perhatian	kuadran2	8
Bank BPD <i>Syariah</i> menjalankan prinsip dan hukum islam	kuadran2	12
Pegawai senagtiasa bersikap ramah, sopan, dan bersahabat dengan nasabah	kuadran2	15
Cepat tanggap dalam keluhan nasabah	kuadran2	16
Pihak Bank memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	kuadran2	17
Kejujuran Pegawai	kuadran2	19
Jaminan keamanan bagi nasabah	kuadran2	20

<b>Pertanyaan</b>	<b>Kuadran</b>	<b>Rank</b>
Tersedianya fasilitas layanan (contoh: Pena)	kuadran2	21
Kenyamanan dan kebersihan ruangan	kuadran2	22
Keamanan dan kenyamanan dalam layanan	kuadran2	25

### c. Kuadran 3

Atribut dalam kuadran 3 merupakan atribut dengan prioritas perbaikan yang rendah, dimana kepentingan nasabah dan kepuasan Bank yang sama-sama rendah. Hal ini menunjukkan bahwa atribut yang dianggap kurang penting bagi nasabah dan dijalankan oleh pihak perusahaan dengan biasa saja dikarenakan kurang dianggap penting bagi nasabah. Jumlah atribut yang masuk dalam kuadran 3 adalah sebanyak 7 butir. Walaupun pada kuadran 3 memiliki tingkat kepentingan yang kurang penting bagi nasabah, tetapi pihak Bank juga harus memperhatikan serta memperbaikinya, karena dimasa yang akan datang akan menjadi tuntutan dalam meningkatkan kualitas kinerja perusahaan. adapun urutan perbaikan yang dilakukan berdasarkan dengan nilai *gap* yang didapatkan sebelumnya adalah sebagai berikut:

Tabel 5.3 Daftar Atribut kuadran 3

<b>Pertanyaan</b>	<b>Kuadran</b>	<b>Rank</b>
Persyaratan menjadi nasabah mudah	kuadran3	2
Kecukupan Pegawai yang menunjang pelaksanaan tugas	kuadran3	3
Bank BPD <i>Syariah</i> menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi	kuadran3	9
Memberikan layanan secara menyeluruh dan tuntas	kuadran3	10
Ketepatan waktu layanan (jam buka/tutup)	kuadran3	11
Memberikan Informasi baru kepada nasabah	kuadran3	13
Bank BPD <i>Syariah</i> menerapkan ketentuan bebas bunga pinjaman	kuadran3	29

### d. Kuadran 4

Atribut dalam kuadran D merupakan atribut yang berlebihan, dimana kinerja Bank lebih besar daripada harapan nasabah. hal ini menunjukkan bahwa atribut yang dianggap kurang penting bagi nasabah tetapi dijalankan oleh pihak Bank dengan sangat baik. atribut yang masuk dalam kuadran d berjumlah 7 butir adalah sebagai berikut:

Tabel 5.4 Daftar Atribut kuadran 4

<b>Pertanyaan</b>	<b>Kuadran</b>	<b>Rank</b>
Pegawai memberikan layanan sesuai dengan prosedur	kuadran4	14
Layanan yang diberikan memberikan jaminan kepastian hukum bagi nasabah	kuadran4	18
Lamanya layanan sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan (seperti membuat kartu ATM)	kuadran4	23
Formulir transaksi tidak membingungkan	kuadran4	24
Terjadi komunikasi yang baik anatar pihak Bank dengan nasabah	kuadran4	26
Memberikan kontak pengaduan nasabah	kuadran4	27
Bank BPD <i>Syariah</i> menerapkan ketentuan layanan dan produk Islam	kuadran4	28

## BAB VI

### PENUTUP

#### 6.1 KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil pengolahan dan analisis kepuasan nasabah Dengan pendekatan *Fuzzy Servqual* yang diintegrasikan dengan model CARTER dalam upaya peningkatan layanan perbankan *Syariah* yang telah dilakukan, maka terdapat beberapa kesimpulan yang didapatkan, yaitu:

1. Nilai rata-rata kualitas pelayanan Bank BPD *Syariah* DIY Cabang Universitas Islam Indonesia adalah sebesar 0.990, dimana nilai tersebut masih belum sesuai secara keseluruhan. Hal ini berarti pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank masih belum memenuhi harapan dari nasabah. Dari nilai rata-rata kualitas pelayanan tersebut dapat dikatakan kualitas pelayanan Bank BPD *Syariah* Cabang Universitas Islam Indonesia kurang baik dikarenakan  $(Q) < 1$
2. Atribut yang harus diperhatikan untuk meningkatkan kualitas pelayanan berada dalam kuadran A. Terdapat 3 atribut yang masuk dalam kuadran A yaitu, lokasi mudah dicari ( $X_{46}$ ), penampilan pegawai rapi dan profesional ( $X_{42}$ ) dan kemudahan memperoleh formulir bagi nasabah ( $X_{43}$ )

#### 6.2 SARAN

Adapun saran yang diberikan peneliti untuk pihak Bank BPD *Syariah* DIY Cabang Universitas Islam Indonesia adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil dari pengolahan *Fuzzy Servqual* dan diagram *kartesianus* pihak Bank selalu memperhatikan atribut yang dianggap penting oleh nasabah dengan terus melakukan perbaikan untuk dapat meningkatkan kualitas layanan.



2. Perbaikan atribut yang penting diperhatikan merupakan atribut ( $X_{46}$ ) yaitu lokasi yang mudah dicari. Perbaikan yang dapat dilakukan pihak perbankan dapat menambahkan plang dipinggir jalan sehingga lokasi mudah ditemukan atau dapat memindahkan lokasi kantor ditepi jalan sehingga mudah dicari. Selain itu terdapat atribut dikuadran A yang penting dilakukan perbaikan merupakan memperbaiki penampilan setiap pegawai untuk lebih rapi dan memperbanyak penyediaan formulir.
3. Atribut yang perlu diperhatikan setelah kuadran A, terdapat dikuadran C yaitu persyaratan menjadi nasabah mudah, kecukupan pegawai yang menunjang pelaksanaan tugas, Bank BPD *Syariah* menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi, memberikan layanan secara menyeluruh dan tuntas, ketepatan waktu layanan (jam buka/tutup), memberikan informasi baru kepada nasabah dan Bank BPD *Syariah* menerapkan ketentuan bebas bunga pinjaman
4. Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat menjadi masukan dan bahan evaluasi bagi pihak Bank.

### Daftar Pustaka

- Abdul,Qawi,Othman dan Lynn,Owen. 2001. The Multi Dimensionality of CARTER Model to Measure Customer Service Quality (SQ) in Islamic Banking Industry ( A Study in Kuwait Finance House). *International Journal of Islamic Financial Service*. Vol. 3, No. 4.
- Anderassen ,T. W. dan B. Lindestad. 1998. Customer Loyalty and Complex Services: The Impact of Corporate Image on Quality, Customer Satisfaction and Loyalty for Customers with Varying Degrees of Service Expertise. *International Journal of Service Industry Management*. Vol.9, no.1, 7-23.
- Azwar, Saifuddin. 2004. *Metode Penelitian*.Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- BPD Syariah. 2018a. “Sejarah Singkat Bank BPD DIY”. Diakses 26 Juli 2018.<https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/FMfcgxvzKQmmjCnxFQGHPPFWBwpwvNNq?projector=1&messagePartId=0.1>
- BPD Syariah. 2018b. “Visi dan Misi Bank BPD DIY”. Diakses 26 Juli 2018. <http://www.bpddiy.co.id/index.php?page=profile&sub=visi>
- Bitner, Mary Jo, Zeithaml,Valarie A. 2003. *Services Marketing*. Edisi 3. Boston MCGraw-Hill.
- Harto, B. 2015. Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Fuzzy Servqual Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus di Bengkel Resmi BAJAJ Padang). *Jurnal TEKNOIF*, 20-30.
- Kartika, N. F., & Suprayogi. 2017. Implementasi Fuzzy-Service Wuality Terhadap Tingkat Kepuasan Layanan Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah SISFOTENIKA*, 38-49.
- Kusumadewi, Sri. 2002. *Analisis Desain Sistem Fuzzy Menggunakan Tool Box Matlab*. Jogjakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:PT. Prenhallindo
- Kotler, P., dkk. 2004 . *Marketing 6th Edition*. Pearson Education Australia. New South Wales.
- Lukman, Sampara. 2001. Pengembangan Pelaksanaan Pelayanan prima. Bahan Ajar Diklatpim Tingkat III, Lembaga Administrasi Negara Republik Indonesia. Jakarta.
- MUI.2008. Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1 Tahun 2004 Tentang BUNGA(INTERSAT/FA’IDAH). Diakses tanggal 27 Juli 2018. <https://almanaar.wordpress.com/2008/04/16/fatwa-mui-tentang-bunga-bank/>
- Mursid, M. 1993. *Manajemen Pemasaran* . Jakarta : Penerbit Bumi Aksara.
- Nasution, M. N. 2005. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. 1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future. *Journal of Marketing*. *Journal of Marketin*. Vol.49, No.4, 41-50.
- Purnama, Nursya’bani. 2006. *Manajemen Kualitas, Perspektif Global*.Yogyakarta: Ekonisa.
- Putra, Zahreza Fajar Setiara., Sholeh, Mohammad., Widyastuti, Naniek. 2014. Analisis Kualitas Layanan Website BTKP-DIY Menggunakan Metode Webqual 4.0. AKPRIND Yogyakarta. *Jurnal JARKOM* Vol. 1 No. 2 Januari 2014 ISSN: 2338-6312

- Sedarmayanti. 1999. *Restruktur dan Pemberdayaan Organisasi Untuk Menghadapi Dinamika Esensial dan Aktual*. Bandung: Mandar Maju.
- Stefano, Casarotto, F. N., Barichello, & Sohn. 2015. A fuzzy SERVQUAL based method for evaluated of service quality in the hotel industry. *ScienceDirect*, 433-438
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Afabet.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Supranto, J. 1996. *Statistik- Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono,Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono,Fandy. 2005. *Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama, Yogyakarta: Bayumedia Publising.
- Tjiptono,Fandy.dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality and Satisfaction* (ed 3). Yogyakarta: Andi Offset.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. 1990. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. New York: The Free Pass, A Division of Macmillan







### B-Data Kuesioner Kepuasan

No	Atribut																													
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
	11	12	13	14	21	22	23	24	25	26	27	31	32	33	41	42	43	44	45	46	47	48	49	51	52	53	54	61	62	
1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4
4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
5	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	3
6	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2
9	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	3	2	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	2	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4
13	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
14	2	3	3	3	2	3	3	2	4	4	2	4	2	2	3	3	4	3	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
15	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3
16	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3
17	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
18	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4
19	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
21	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3
22	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	2	2	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
23	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	4	2	3	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	2	4	3	4	2	3	3	3	4	3	4	4	3	2	4	2	4	4

No	Atribut																												
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
	11	12	13	14	21	22	23	24	25	26	27	31	32	33	41	42	43	44	45	46	47	48	49	51	52	53	54	61	62
27	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3
29	4	4	3	4	3	2	3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	2	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3
30	3	3	4	2	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4
31	3	3	2	3	2	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3	3
34	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	3	4	2	4	4	4	3	3	3	3	3	3
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
37	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3
40	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	3	4
42	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	3
43	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
47	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
48	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3
52	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3
53	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
54	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3
55	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3
56	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	2	3	2	3	2	3	4	4	3	4	3	4	3	4



No	Atribut																													
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X			
	11	12	13	14	21	22	23	24	25	26	27	31	32	33	41	42	43	44	45	46	47	48	49	51	52	53	54	61	62	
57	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	
58	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	
59	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	
60	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3
61	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3
62	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	
63	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	
64	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	
65	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	
66	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	
67	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4
68	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	4	2	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
69	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
70	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	2	3	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3
71	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4
72	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
73	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3
74	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
75	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
76	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	2	2	3	2	3	2	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
77	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	2	4	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3
78	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
79	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4
80	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	4
81	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4
82	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4
83	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	2	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
84	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3
85	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3
86	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4

No	Atribut																												
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X		
	11	12	13	14	21	22	23	24	25	26	27	31	32	33	41	42	43	44	45	46	47	48	49	51	52	53	54	61	62
87	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4
88	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
89	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4
90	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4
91	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4
92	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4
93	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4
94	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
95	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3
96	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4
97	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3
98	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
99	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3
100	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4

### C-Data Kuesioner Kepentingan

No	Atribut																												
	X 11	X 12	X 13	X 14	X 21	X 22	X 23	X 24	X 25	X 26	X 27	X 31	X 32	X 33	X 41	X 42	X 43	X 44	X 45	X 46	X 47	X 48	X 49	X 51	X 52	X 53	X 54	X 61	X 62
1	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
6	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	2	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2
9	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	3	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	2	3	3
13	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3
14	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4
15	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3
16	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
17	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
19	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3
21	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
22	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
23	3	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4

No	Atribut																												
	X 11	X 12	X 13	X 14	X 21	X 22	X 23	X 24	X 25	X 26	X 27	X 31	X 32	X 33	X 41	X 42	X 43	X 44	X 45	X 46	X 47	X 48	X 49	X 51	X 52	X 53	X 54	X 61	X 62
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	3	3	3	3	3	4	3	2	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3
27	3	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3
30	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
31	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
33	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
34	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3
37	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3
40	4	4	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	4
41	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3
42	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	3	3
43	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4
46	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
47	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3

No	Atribut																												
	X 11	X 12	X 13	X 14	X 21	X 22	X 23	X 24	X 25	X 26	X 27	X 31	X 32	X 33	X 41	X 42	X 43	X 44	X 45	X 46	X 47	X 48	X 49	X 51	X 52	X 53	X 54	X 61	X 62
49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
51	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
52	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4
53	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
54	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4
55	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4
56	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3
57	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4
58	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4
59	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3
60	3	3	2	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4
61	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3
62	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3
63	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3
64	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4
65	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4
66	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
67	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
68	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
69	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3
70	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3
71	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3
72	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
73	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4

No	Atribut																												
	X 11	X 12	X 13	X 14	X 21	X 22	X 23	X 24	X 25	X 26	X 27	X 31	X 32	X 33	X 41	X 42	X 43	X 44	X 45	X 46	X 47	X 48	X 49	X 51	X 52	X 53	X 54	X 61	X 62
74	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3
75	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4
76	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	
77	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3
78	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
79	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4
80	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4
81	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4
82	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3
83	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3
84	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4
85	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4
86	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4
87	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4
88	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4
89	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4
90	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
91	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
92	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3
93	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4
94	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3
95	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
96	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
97	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3
98	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4

No	Atribut																												
	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	11	12	13	14	21	22	23	24	25	26	27	31	32	33	41	42	43	44	45	46	47	48	49	51	52	53	54	61	62
99	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3
100	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4

**D-Hasil PASW Statistics Kepentingan Pelanggan**

		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15
p1	Pearson Correlation	1	.337	.239	.247	.520	.081	.233	.266	.270	.034	.155	.134	.140	.227	.235
	Sig. (2-tailed)		.001	.017	.013	.000	.425	.020	.007	.007	.738	.124	.185	.165	.023	.019
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p2	Pearson Correlation	.337	1	.179	.307	.126	.117	.146	.204	.187	.158	.147	.219	.063	.251	.152
	Sig. (2-tailed)	.001		.075	.002	.210	.245	.147	.042	.062	.116	.145	.029	.535	.012	.130
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p3	Pearson Correlation	.239	.179	1	.257	.283	.084	.070	.164	.073	.009	.167	.181	.170	.274	.216
	Sig. (2-tailed)	.017	.075		.010	.004	.404	.490	.104	.470	.926	.096	.072	.090	.006	.031
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p4	Pearson Correlation	.247	.307	.257	1	.190	.192	.317	.266	.216	.262	.224	.323	.212	.501	.247
	Sig. (2-tailed)	.013	.002	.010		.058	.056	.001	.008	.031	.009	.025	.001	.034	.000	.013
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p5	Pearson Correlation	.520	.126	.283	.190	1	.290	.241	.261	.276	.178	.246	.287	.195	.127	.149
	Sig. (2-tailed)	.000	.210	.004	.058		.003	.016	.009	.005	.076	.013	.004	.051	.207	.139
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p6	Pearson Correlation	.081	.117	.084	.192	.290	1	.333	.369	.398	.362	.201	.263	.312	-.007	.074
	Sig. (2-tailed)	.425	.245	.404	.056	.003		.001	.000	.000	.000	.045	.008	.002	.945	.463
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p7	Pearson Correlation	.233	.146	.070	.317	.241	.333	1	.331	.432	.431	.370	.289	.240	.197	.212
	Sig. (2-tailed)	.020	.147	.490	.001	.016	.001		.001	.000	.000	.000	.004	.016	.050	.034
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p8	Pearson Correlation	.266	.204	.164	.266	.261	.369	.331	1	.388	.281	.316	.432	.214	.217	.328
	Sig. (2-tailed)	.007	.042	.104	.008	.009	.000	.001		.000	.005	.001	.000	.032	.030	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p9	Pearson Correlation	.270	.187	.073	.216	.276	.398	.432	.388	1	.384	.391	.249	.312	.131	.210



		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15
	Sig. (2-tailed)	.007	.062	.470	.031	.005	.000	.000	.000		.000	.000	.013	.002	.193	.036
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p10	Pearson Correlation	.034	.158	.009	.262	.178	.362	.431	.281	.384	1	.380	.433	.274	.278	.218
	Sig. (2-tailed)	.738	.116	.926	.009	.076	.000	.000	.005	.000		.000	.000	.006	.005	.030
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p11	Pearson Correlation	.155	.147	.167	.224	.246	.201	.370	.316	.391	.380	1	.384	.291	.205	.378
	Sig. (2-tailed)	.124	.145	.096	.025	.013	.045	.000	.001	.000	.000		.000	.003	.040	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p12	Pearson Correlation	.134	.219	.181	.323	.287	.263	.289	.432	.249	.433	.384	1	.286	.378	.195
	Sig. (2-tailed)	.185	.029	.072	.001	.004	.008	.004	.000	.013	.000	.000		.004	.000	.052
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p13	Pearson Correlation	.140	.063	.170	.212	.195	.312	.240	.214	.312	.274	.291	.286	1	.331	.324
	Sig. (2-tailed)	.165	.535	.090	.034	.051	.002	.016	.032	.002	.006	.003	.004		.001	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p14	Pearson Correlation	.227	.251	.274	.501	.127	-.007	.197	.217	.131	.278	.205	.378	.331	1	.511
	Sig. (2-tailed)	.023	.012	.006	.000	.207	.945	.050	.030	.193	.005	.040	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p15	Pearson Correlation	.235	.152	.216	.247	.149	.074	.212	.328	.210	.218	.378	.195	.324	.511	1
	Sig. (2-tailed)	.019	.130	.031	.013	.139	.463	.034	.001	.036	.030	.000	.052	.001	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p16	Pearson Correlation	.253	.252	.187	.172	.265	.276	.166	.246	.242	.128	.250	.418	.369	.394	.274
	Sig. (2-tailed)	.011	.011	.063	.088	.008	.005	.099	.014	.015	.206	.012	.000	.000	.000	.006
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p17	Pearson Correlation	.216	.161	.163	.219	.246	.263	.377	.315	.337	.375	.226	.400	.387	.370	.302
	Sig. (2-tailed)	.031	.109	.105	.029	.014	.008	.000	.001	.001	.000	.024	.000	.000	.000	.002
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p18	Pearson Correlation	.159	.062	.156	.265	.144	.103	.239	.183	.167	.247	.248	.260	.215	.331	.196

		p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10	p11	p12	p13	p14	p15
	Sig. (2-tailed)	.113	.539	.122	.008	.154	.307	.016	.068	.096	.013	.013	.009	.032	.001	.051
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p19	Pearson Correlation	.104	.152	.292	.382	.227	.283	.388	.250	.125	.318	.233	.305	.231	.334	.287
	Sig. (2-tailed)	.303	.130	.003	.000	.023	.004	.000	.012	.215	.001	.020	.002	.021	.001	.004
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.088	-.066	.057	-.007	.197	.122	.013	.182	.077	.041	.212	.033	.136	-.008	.162
p20	Sig. (2-tailed)	.386	.514	.572	.942	.050	.225	.896	.070	.446	.682	.035	.743	.178	.938	.108
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.176	.011	.093	.205	.226	.202	.314	.315	.380	.271	.320	.383	.369	.183	.199
	Sig. (2-tailed)	.080	.912	.358	.041	.024	.044	.001	.001	.000	.006	.001	.000	.000	.069	.047
p21	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.158	.117	.210	.159	.132	.145	.333	.403	.225	.254	.411	.334	.200	.275	.224
p22	Sig. (2-tailed)	.116	.245	.036	.115	.192	.149	.001	.000	.024	.011	.000	.001	.046	.006	.025
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	-.022	.109	.189	.225	.090	.206	.390	.101	.311	.446	.309	.293	.412	.204	.213
	Sig. (2-tailed)	.831	.280	.059	.025	.373	.039	.000	.316	.002	.000	.002	.003	.000	.042	.034
p23	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.189	.217	.227	.234	.254	.148	.317	.215	.170	.387	.433	.321	.319	.284	.337
p24	Sig. (2-tailed)	.060	.030	.023	.019	.011	.142	.001	.032	.090	.000	.000	.001	.001	.004	.001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.158	.171	.178	.091	.359	.105	.096	.258	.137	.111	.140	.315	.201	.341	.373
	Sig. (2-tailed)	.116	.088	.076	.365	.000	.298	.342	.010	.175	.271	.166	.001	.044	.001	.000
p25	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.208	.138	.301	.218	.398	.135	.354	.342	.347	.265	.409	.285	.267	.303	.276
p26	Sig. (2-tailed)	.038	.170	.002	.029	.000	.182	.000	.000	.000	.008	.000	.004	.007	.002	.005
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
p27	Pearson Correlation	.243	.168	.139	.226	.162	.112	.102	.196	.251	.114	.286	.283	.253	.314	.224









**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	29

**E-Hasil PASW Statistics Kepuasan Pelanggan**

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
P1	Pearson Correlation	1	.248	.112	.265	.178	.217	.207	.332	.244	.171	.348	.011	.347	.264	.185
	Sig. (2-tailed)		.013	.266	.008	.076	.030	.038	.001	.014	.089	.000	.917	.000	.008	.065
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	.248	1	.214	.196	.171	.183	.416	.247	.218	.263	.414	.112	.266	.251	.136
	Sig. (2-tailed)	.013		.033	.051	.088	.068	.000	.013	.030	.008	.000	.265	.007	.012	.177
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	.112	.214	1	.205	.229	.112	.146	.284	.254	.142	.161	.363	.246	.224	.081
	Sig. (2-tailed)	.266	.033		.040	.022	.269	.147	.004	.011	.160	.109	.000	.014	.025	.423
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	.265	.196	.205	1	.106	.019	.066	.064	.142	.126	.106	.104	.198	.202	.239
	Sig. (2-tailed)	.008	.051	.040		.294	.849	.514	.528	.158	.213	.295	.304	.048	.044	.016
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	.178	.171	.229	.106	1	.139	.278	.307	.246	.303	.221	.162	.238	.247	.194
	Sig. (2-tailed)	.076	.088	.022	.294		.169	.005	.002	.014	.002	.027	.108	.017	.013	.053
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	.217	.183	.112	.019	.139	1	.308	.444	.327	.417	.399	.348	.426	.160	.243
	Sig. (2-tailed)	.030	.068	.269	.849	.169		.002	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.112	.015
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P7	Pearson Correlation	.207	.416	.146	.066	.278	.308	1	.352	.390	.258	.441	.365	.388	.248	.278
	Sig. (2-tailed)	.038	.000	.147	.514	.005	.002		.000	.000	.010	.000	.000	.000	.013	.005
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P8	Pearson Correlation	.332	.247	.284	.064	.307	.444	.352	1	.518	.347	.406	.185	.428	.164	.298
	Sig. (2-tailed)	.001	.013	.004	.528	.002	.000	.000		.000	.000	.000	.065	.000	.103	.003
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P9	Pearson Correlation	.244	.218	.254	.142	.246	.327	.390	.518	1	.428	.399	.297	.471	.181	.136



		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
	Sig. (2-tailed)	.014	.030	.011	.158	.014	.001	.000	.000		.000	.000	.003	.000	.071	.177
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P10	Pearson Correlation	.171	.263	.142	.126	.303	.417	.258	.347	.428	1	.432	.216	.198	.117	.254
	Sig. (2-tailed)	.089	.008	.160	.213	.002	.000	.010	.000	.000		.000	.031	.048	.247	.011
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P11	Pearson Correlation	.348	.414	.161	.106	.221	.399	.441	.406	.399	.432	1	.295	.320	.272	.153
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.109	.295	.027	.000	.000	.000	.000	.000		.003	.001	.006	.128
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P12	Pearson Correlation	.011	.112	.363	.104	.162	.348	.365	.185	.297	.216	.295	1	.429	.318	.299
	Sig. (2-tailed)	.917	.265	.000	.304	.108	.000	.000	.065	.003	.031	.003		.000	.001	.002
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P13	Pearson Correlation	.347	.266	.246	.198	.238	.426	.388	.428	.471	.198	.320	.429	1	.389	.224
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.014	.048	.017	.000	.000	.000	.000	.048	.001	.000		.000	.025
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P14	Pearson Correlation	.264	.251	.224	.202	.247	.160	.248	.164	.181	.117	.272	.318	.389	1	.134
	Sig. (2-tailed)	.008	.012	.025	.044	.013	.112	.013	.103	.071	.247	.006	.001	.000		.184
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P15	Pearson Correlation	.185	.136	.081	.239	.194	.243	.278	.298	.136	.254	.153	.299	.224	.134	1
	Sig. (2-tailed)	.065	.177	.423	.016	.053	.015	.005	.003	.177	.011	.128	.002	.025	.184	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P16	Pearson Correlation	.125	-.090	.119	.073	.296	.139	.120	.261	.314	.146	.217	.144	.201	.160	.225
	Sig. (2-tailed)	.214	.373	.240	.470	.003	.168	.234	.009	.001	.148	.030	.152	.045	.112	.025
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P17	Pearson Correlation	.096	.084	.123	.131	.090	.112	.089	.221	.216	.151	.021	.272	.187	.168	.248
	Sig. (2-tailed)	.343	.408	.221	.193	.371	.266	.379	.027	.031	.135	.839	.006	.062	.094	.013
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P18	Pearson Correlation	.258	-.018	.111	.007	.107	.074	.067	-.036	.033	-.015	.134	.033	.012	.043	.100

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15
	Sig. (2-tailed)	.010	.861	.272	.946	.288	.462	.506	.725	.743	.884	.185	.747	.905	.669	.322
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P19	Pearson Correlation	.151	.247	.217	.128	.340	-.004	.139	.120	.244	.174	.270	.251	.184	.227	.088
	Sig. (2-tailed)	.133	.013	.030	.204	.001	.965	.169	.233	.014	.083	.007	.012	.067	.023	.385
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P20	Pearson Correlation	.071	-.023	.196	.091	.160	.013	.032	-.039	.051	-.032	.175	.071	-.057	.211	-.058
	Sig. (2-tailed)	.481	.817	.050	.370	.112	.898	.754	.701	.618	.753	.082	.480	.574	.035	.569
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P21	Pearson Correlation	.179	.072	.197	.026	.355	.292	.285	.252	.448	.224	.167	.310	.352	.220	.217
	Sig. (2-tailed)	.075	.474	.049	.800	.000	.003	.004	.011	.000	.025	.097	.002	.000	.028	.030
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P22	Pearson Correlation	.172	.081	.167	.043	.094	.280	.198	.315	.271	.268	.223	.340	.300	.052	.159
	Sig. (2-tailed)	.087	.424	.097	.674	.351	.005	.048	.001	.006	.007	.026	.001	.002	.610	.114
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P23	Pearson Correlation	.072	.284	.132	.098	.282	.181	.271	.308	.422	.313	.261	.147	.334	.243	.166
	Sig. (2-tailed)	.474	.004	.189	.333	.005	.071	.006	.002	.000	.002	.009	.145	.001	.015	.098
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P24	Pearson Correlation	.166	.227	.262	.009	.352	.109	.120	.236	.193	.259	.215	.295	.198	.304	.184
	Sig. (2-tailed)	.098	.023	.008	.931	.000	.280	.236	.018	.055	.009	.031	.003	.048	.002	.068
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P25	Pearson Correlation	.005	.350	.100	.106	.159	.231	.176	.112	.213	.303	.287	.257	.092	.277	.280
	Sig. (2-tailed)	.964	.000	.322	.294	.114	.021	.080	.266	.033	.002	.004	.010	.363	.005	.005
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P26	Pearson Correlation	.138	.128	.061	-.028	.291	.097	.134	.244	.245	.413	.292	.263	.116	.153	.232
	Sig. (2-tailed)	.171	.204	.548	.780	.003	.335	.183	.014	.014	.000	.003	.008	.252	.129	.020
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P27	Pearson Correlation	-.064	.157	.067	.086	.209	.242	.158	.143	.387	.238	.196	.220	.210	.190	.187









**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	29

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0