

**Analisis Kualitas Pelayanan BANK BRI Cabang Cik Ditiro
(Jl. Cik Ditiro No. 3 Terban, Gondokusuman, Kota Yogyakarta,
DIYogyakarta)**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Yogi Koswara
Nomor Mahasiswa : 12311463
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2018**

Analisis Kualitas Pelayanan BANK BRI Cabang Cik Ditiro
(Jl. Cik Ditiro No. 3 Terban, Gondokusuman, Kota Yogyakarta,
DIYogyakarta)

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar sarjana strata-1 dijurusan manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Yogi Koswara
Nomor Mahasiswa : 12311463
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2018

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, Januari 2018

Penulis,



Yogi Koswara

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Analisis Kualitas Pelayanan BANK BRI Cabang Cik Ditiro
(Jl. Cik Ditiro No. 3 Terban, Gondokusuman, Kota Yogyakarta,
DIYogyakarta)

Oleh :

Nama : Yogi Koswara
Nomor Mahasiswa : 12311463
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, Januari 2018

Telah disetujui, dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



(Drs. Mochamad Nasito, M.M)

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR /SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
BANK BRI CABANG CIKDITIRO YOGYAKARTA**

Disusun Oleh : **YOGI KOSWARA**

Nomor Mahasiswa : **12311463**

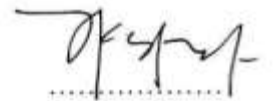
Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari Senin, tanggal: 5 Februari 2018

Penguji/ Pembimbing Skripsi : Moch. Nasito, Drs., MM.



Penguji : Siti Nur Syamsiah, Dra., MM.



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Dr. D. Agus Harjito, M.Si.

PERSEMBAHAN

*Karya ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang tercinta,
karena berkat doa mereka saya dapat mengerjakan skripsi ini
dengan lancar tanpa kendala.*

ABSTRACT

This research takes the title "Analysis Customer Interests BANK BRI Branch Cik Ditiro (Jl. Cik Ditiro No. 3 Terban, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, DIYogyakarta)" The purpose of this research is to know the level of importance of service service of Customer Satisfaction of Bank BRI Branch of Cikditiro Yogyakarta, To know the service performance of Bank BRI Branch Cikditiro expected by customer after receiving service of Bank BRI Branch Cikditiro, and to know factors that must selected in the services provided by Bank BRI Branch Cikditiro.

The population in this study are all customers of Bank BRI Branch Cikditiro. The sample taken in this research is part of customer representing all consumers of Bank BRI Branch Cikditiro. Data analysis in this research using *Importance-Performance* Analysis method.

The result of this research is customer satisfaction index on service quality at Bank BRI Branch Cikditiro Based on servqual analysis shows that the level of *Importance* or customer's expectation on service quality is 3.80 which means that the *Importance* value or expectation the customer is in a high state and based on the servqual analysis shows that the level of *Performance* or the customer's perception on the quality of service is 3.78 which means that the *Performance* value or service quality performance is in high state. This shows the level of performance is in accordance with the level of expectations. This situation means that the overall expectation of respondents to service Bank BRI Branch Cikditiro Yogyakarta has been met. So based on Cartesian diagram, it can be concluded that quadrant B is a thing that needs to be priority to be improved in order to increase customer satisfaction while to be maintained in quadrant C.

Keywords: Service Quality, *Importance-Performance Analysis*, and Cartesian diagram

ABSTRAK

Penelitian ini mengambil judul “Analisis Kualitas Pelayanan BANK BRI Cabang Cik Ditiro (Jl. Cik Ditiro No. 3 Terban, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, DIYogyakarta)”. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepentingan nasabah mengenai kualitas pelayanan jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Cikditiro Yogyakarta, Untuk mengetahui kinerja kualitas pelayanan jasa Bank BRI Cabang Cikditiro yang diharapkan oleh nasabah setelah menerima pelayanan jasa Bank BRI Cabang Cikditiro, dan untuk mengetahui faktor-faktor yang harus diperbaiki dalam pelayanan jasa yang diberikan oleh Bank BRI Cabang Cikditiro.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank BRI Cabang Cikditiro. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebagian nasabah yang mewakili seluruh konsumen Bank BRI Cabang Cikditiro. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *Importance-Performance Analysis*.

Hasil penelitian ini adalah indeks kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan pada Bank BRI Cabang Cikditiro Berdasarkan analisis servqual menunjukkan bahwa tingkat *Importance* (kebutuhan/kepentingan) atau harapan nasabah terhadap kualitas layanan adalah sebesar 3,80 yang berarti bahwa nilai *importance* (kebutuhan/kepentingan) atau harapan nasabah dalam keadaan tinggi dan Berdasarkan analisis servqual menunjukkan bahwa tingkat *Performance* (Kinerja/Dirasakan) atau persepsi nasabah terhadap kualitas layanan adalah sebesar 3,78 yang berarti bahwa nilai *Performance* (Kinerja/Dirasakan) atau kinerja kualitas layanan dalam keadaan tinggi. Hal ini menunjukkan tingkat kinerja sudah sesuai dengan tingkat harapan. Keadaan ini berarti bahwa secara keseluruhan harapan responden akan pelayanan Bank BRI Cabang Cikditiro Yogyakarta sudah terpenuhi. Maka berdasarkan diagram kartesius, dapat disimpulkan bahwa kuadran B merupakan hal yang perlu menjadi prioritas untuk diperbaiki guna meningkatkan kepuasan nasabah sementara yang perlu dipertahankan berada pada kuadran C.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, *Importance-Performance Analysis*, dan diagram kartesius

KATA PENGANTAR



ASSALAMUALAIKUM Wr. Wb.

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan anugrahNya, yang telah memberikan petunjuk, kemudahan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Kualitas Pelayanan BANK BRI Cabang Cik Ditiro (Jl. Cik Ditiro No. 3 Terban, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, DIYogyakarta)**”.

Skripsi ini dalam rangka menyelesaikan pendidikan Sarjana Strata 1 (S-1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang secara langsung maupun tidak langsung turut membantu, mendorong, dan mendoakan penulis selama masa kuliah hingga saat diselsaikannya skripsi ini, yaitu kepada :

1. Nandang Sutrisno, SH., M.Hum., LL.M., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Drs. Dwipraptono Agus Harjito, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Dr. Sutrisno, MM selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
4. Drs. Mochammad Nasito, M.M selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan banyak waktu untuk membimbing dengan penuh pengabdian telah memberikan ilmu dan pengetahuannya, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Segenap manajemen dan karyawan Bank BRI Cabang Cik Ditiro yang telah bersedia memberikan ijin saya melakukan penelitian & para nasabah yang bersedia dijadikan responden dalam penelitian ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia yang telah banyak membantu penulis selama perkuliahan.

7. Kedua Orangtua saya yang telah memberikan dorongan, semangat, dukungan baik moril maupun materil selama penulis menjalani *study* di bangku perkuliahan. *You Are My Best Parents...*
8. Adekku untuk do'a, semangat dan perhatiannya. *You're my beloved brother and sister...*
9. Keluarga Besarku yang selalu mendukung dalam setiap langkahku, kalian saudara-saudara yang aku cintai.
10. Teman-teman angkatan tahun 2012 yang telah mendukungku.
11. Teman teman terhebatku yang tidak dapat disebutkan satu persatu. Terimakasih dukungannya.
12. Serta ucapan terimakasih kepada semua pihak yang belum tersebut di atas, yang telah berkenan meluangkan segenap tenaga dan waktunya dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Sehingga penulis membutuhkan saran dan kritik yang akan bermanfaat dalam melengkapi dan menyempurnakan skripsi ini agar penulis dapat lebih maju lagi. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Amin WASSALAMUALAIKUM Wr.Wb.

Yogyakarta, Januari 2018

Penulis,

Yogi Koswara

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAKSI	vii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	6
2.1. Hasil Penelitian Terdahulu.....	6
2.2. Landasan Teori	6
2.2.1. Pengertian Jasa	6
2.2.1.1. Karakteristik Jasa	7
2.2.2. Kualitas Pelayanan	9

2.2.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan	9
2.2.2.2. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	13
2.2.2.3. Model Kualitas Pelayanan	14
2.2.2.4. Acuan Analisis	18
2.3. Kerangka Pemikiran	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1. Objek Penelitian	21
3.2. Jenis Penelitian	21
3.3. Variabel Penelitian Dan Devinisi Operasional	21
3.4. Populasi, Sampel, Dan Teknik Penarikan Sampel	23
3.4.1. Populasi	23
3.4.2. Sampel	24
3.4.3. Teknik Penarikan Sampel	26
3.5. Jenis Dan Sumber Data	26
3.6. Metode Pengumpulan Data	27
3.7. Skala Pengukuran Variabel	27
3.8. Teknik Pengolahan Data	28
3.9. Metode Analisis Data	29
3.9.1. Metode Analisis Kuantitatif	29
3.10. Uji Kualitas Data	29
3.11. Alat Analisis	30
3.11.1. Analisis GAP	30
3.11.2. Analisis <i>Importance-Performance</i> dan Diagram Kartesius	30

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
4.1. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	35
4.1.1. Uji Validitas	35
4.1.2. Uji Reliabilitas	38
4.2. Analisis Deskriptif Responden	39
4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan	40
4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Jasa Perbankan Lain	42
4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Masalah Yang Dihadapi	42
4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Banyak Uang Ditabung	43
4.3. Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian	44
4.3.1. Analisis Penilaian Variabel Penelitian Persepsi Responden Terhadap Kualitas Layanan	45
4.3.2. Analisis Penilaian Variabel Penelitian Harapan Responden Terhadap Kualitas Layanan	53
4.4. Analisa Servqual	61
4.5. Diagram Kartesius	69
4.6. Pembahasan	78
BAB V KESIMPULAN.....	81
5.1. Kesimpulan	81
5.2. Saran	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

4.1. Hasil Uji Validitas	35
4.2. Hasil Uji Reliabilitas	38
4.3. Jenis Kelamin Responden	40
4.4. Lama Menjadi Pelanggan	41
4.5. Penggunaan Jasa Perbankan lain Responden	42
4.6. Masalah yang Dihadapi Responden	43
4.7. Banyak Uang Yang diTabung selama 1 Bulan	44
4.8. Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Tangibles	46
4.9. Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Reliability	47
4.10. Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Responsiveness	49
4.11. Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Assurance	50
4.12. Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Emphaty	52
4.13. Hasil Analisis Harapan Terhadap Variabel Tangibles	53
4.14. Hasil Analisis Harapan Terhadap Variabel Reliability	55
4.15. Hasil Analisis Harapan Terhadap Variabel Responsiveness	57
4.16. Hasil Analisis Harapan Terhadap Variabel Assurance	59
4.17. Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Emphaty	60
4.18. Hasil Analisis Servqual	62
4.19. Titik Potong Masing-Masing Indikator Dan Titik Potong Diagram Kartesius	71

DAFTAR GAMBAR

2.1. Model Kualitas Pelayanan	17
2.2. Kerangka Pemikiran	20
3.1. Diagram Cartesius	33
4.1. Hasil Analisis Diagram Kartesius	73

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era globalisasi ini diperlukan sumber daya manusia yang yang berkualitas yang didukung fisik dan mental yang sehat, sehingga mampu berkompetisi paling optimal. Tanpa didukung dengan fisik dan mental yang baik, sumber daya manusia tidak akan mampu berkompetisi secara optimal. Dengan begitu perusahaan harus memantapkan tentang kualitas pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen. Tidak hanya kualitas produk yang konsumen inginkan, akan tetapi kualitas pelayanan juga akan mempengaruhi kepuasan konsumen dengan baik. Ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh konsumen dalam menilai suatu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Menurut (Koestanto, Tri Hari, 2014), Ada lima dimensi yang berhasil mengidentifikasi kualitas jasa, yaitu: Bukti langsung (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Perhatian (*emphaty*). Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Kualitas layanan dapat berpengaruh kepada kepuasan konsumen dan kemudian berdampak terhadap kepercayaan, serta dapat menimbulkan loyalitas konsumen. Menurut (Munhurrun, et, al, 2010) mengemukakan bahwa harapan pelanggan adalah keyakinan tentang layanan yang berfungsi sebagai standar terhadap mana kinerja

layanan dinilai. Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan untuk tercapainya keinginan atau harapan konsumen. Perusahaan yang memberikan komitmen pada kualitas dan secara konsisten memberikan kualitas pelayanan dalam menikmati keunggulan persaingan sehingga perusahaan dapat dengan mudah membina hubungan yang baik dengan konsumen. Sesuai paparan diatas bahwa kualitas jasa (*Service Quality*) dapat diartikan sebagai suatu aspek yang dapat memeberikan kontribusi terhadap kesuksesan organisasi/perusahaan.

Pada tahun 2017 ini pelayanan jasa didunia perbankan mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis perbankan yang kompetitif dan ketat. Sehingga tidak dapat dipungkiri lagi setiap bank dituntut untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat masyarakat dan berlomba – lomba dalam memperbanyak nasabah. Bank sendiri adalah sebagai lembaga keuangan yang mempunyai fungsi utama dalam memberikan jasa penyimpanan dan menyalurkannya kembali dalam berbagai alternatif pinjaman kepada masyarakat dan menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan, Bank disebutkan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah, yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran (<http://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Umum.aspx>, diakses pada 10 oktober 2017), juga perlu memfokuskan pada kinerja pelayanan untuk memuaskan pelanggannya. Selain untuk mencari laba dari kegiatan pelayanan jasa yang diberikan, Bank harus selalu memantau kepuasan pelanggan atau nasabahnya agar terjalin

hubungan yang memuaskan pada kondisi pasar pembeli, nasabah dapat memilih macam tawaran produk atau jasa bank, bank harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dan apabila tidak dilakukan, maka nasabah akan berpaling ke bank lain yang dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik agar bank dapat memenangkan persaingan dan tetap bertahan, maka bank harus berwawasan pelanggan, sehingga bank yang unggul dalam persaingan adalah bank yang disamping pandai merekayasa produk/jasa, juga cermat dalam merekayasa pasar. Perusahaan yang berorientasi pada pelayanan jasa perbankan dituntut untuk tetap mampu eksis dengan cara mendapatkan dan mempertahankan nasabah yang loyal, salah satu cara yang digunakan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik dengan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga mampu melahirkan kepuasan bagi nasabah. Penelitian mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen perlu dilakukan oleh suatu perusahaan agar perusahaan mengetahui sejauhmana pelayanan yang diberikannya berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Keberhasilan suatu perusahaan dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan memuaskan nasabah. Kepuasan nasabah secara individu sangat sulit dicapai karena keanekaragaman keinginan nasabah, oleh karena itulah pelayanan nasabah hendaknya diarahkan kepada pelayanan yang berkesinambungan.

Menurut (Koestanto, 2014. p.2) Hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan adalah mendengar suara konsumen, berarti perusahaan harus melakukan interaksi dengan konsumen dengan maksud untuk memperoleh umpan balik (*feed back*) berupa tanggapan konsumen tentang sarana dan prasarana yang berhubungan dengan pelayanan yang diberikan sebagai control dan ukuran keberhasilan.

Oleh karena itu disini penulis ingin meneliti lebih lanjut lagi tentang bagaimana sebuah perusahaan Perbankan itu dalam memberikan pelayanan jasanya kepada para nasabahnya. Sehingga, dari latar belakang yang dikemukakan oleh penelitian ini akhirnya penulis mencoba untuk meneliti hal tersebut yaitu dengan mengambil topic **“Analisis Kualitas Pelayanan BANK BRI Cabang Cik Ditiro (Jl. Cik Ditiro No. 3 Terban, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, DIYogyakarta)”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka yang ingin penulis pecahkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kualitas pelayanan BANK BRI KC Cik Ditiro Yogyakarta ?
2. Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa BANK BRI KC Cik Ditiro ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun penelitian ini memiliki tujuan yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan BANK BRI KC Cik Ditiro Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui Faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi kualitas pelayanan BANK BRI KC Cik Ditiro Yogyakarta.

1.4. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak sebagai berikut :

1. Bagi penulis, sebagai kegiatan untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama berada di bangku kuliah.

2. Bagi perusahaan, untuk memberikan masukan tentang persepsi nasabah atas layanan yang diterimanya sehingga perbankan dapat menciptakan pelayanan jasa yang sesuai dengan harapan konsumen.
3. Bagi Pembaca, Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi dampak positif kepada pembaca dengan cara pembaca dapat lebih termotivasi untuk belajar dan dapat berpikir lebih kritis lagi. Dan tentunya untuk menambah informasi pengetahuan bagi pembaca.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu

Pada penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dan memiliki beberapa persamaan dengan yang dilakukan penulis antara lain yang dilakukan oleh Christiana Okky Augusta Lovenia, Mahasiswi fakultas Ekonomika dan Bisnis UNDIP “Dipenogoro” Semarang pada tahun 2012 dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang). Dalam analisis ini dijelaskan tentang variable kualitas pelayanan dan cara mengatur kepuasan konsumen dengan kuisisioner. Analisis penulis juga sama – sama menjelaskan tentang variable kualitas pelayanan dan mengetahui kepuasan konsumen dengan metode kuisisioner. Terdapat perbedaan pada objek penelitian, peneliti terdahulu pada Nasabah Bank Jateng, sementara penulis pada “Analisis Kualitas Pelayanan BANK BRI Cabang Cik Ditiro (Jl. Cik Ditiro No. 3 Terban, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, DIYogyakarta)”

2.2. Landasan Teori

Dalam mendukung realibilitas suatu penelitian dibutuhkan suatu teori yang mendasarinya. Demikian pada penelitian Analisis Kualitas Pelayanan BANK BRI Cabang Cik Ditiro (Jl. Cik Ditiro No. 3 Terban, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, DIYogyakarta) Terdapat beberapa teori sebagai berikut :

2.2.1. Pengertian Jasa

Menurut (*Kotler* ,1996 (dalam Lovenia 2012:10-11), jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Jasa pada dasarnya tidak merupakan aktivitas-aktivitas yang tidak nyata yang memberikan keinginan, kepuasan yang tidak perlu melekat pada penjualan daripada produk atau jasa lainnya. (Stanton, 1991).

Sementara Menurut (Rangkuti 2004:90 (dalam Triswindari, 2011), Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, di mana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Dari berbagai definisi diatas, dapat dilihat bahwa pada dasarnya jasa selalu menghasilkan interaksi konsumen dan penawar jasa yang tanpa bisa disadari. Jasa bukan merupakan barang melainkan jasa adalah suatu proses atau aktivitas yang tidak berwujud dan membutuhkan partisipasi konsumen dalam proses pembuatan, penyampaian, dan pengkonsumsian jasa, dan dari jasa yang diperoleh tidak dapat menghasilkan kepemilikan apapun.

Jasa pelayanan nasabah bank dalam penelitian ini juga memiliki karakteristik tidak berwujud. Seperti halnya nasabah datang ke Bank untuk melakukan konsultasi menemui teller atau karyawan Bank, maka akan diberikan pelayanan jasa terhadap nasabah dan itu tidak menghasilkan kepemilikan apapun.

2.2.1.1. Karakteristik Jasa

Berdasarkan pemaparan definisi diatas menurut Yamit (2001:21) karakteristik jasa pelayanan adalah :

1. Tidak dapat diraba (*intangibility*). Jasa adalah sesuatu yang sering kali tidak dapat disentuh atau tidak dapat diraba. Jasa

mungkin berhubungan dengan sesuatu secara fisik, seperti pesawat udara, kursi dan meja dan peralatan makan restoran, tempat tidur pasien dirumah sakit. Bagaimanapun juga pada kenyataannya konsumen membeli dan memerlukan sesuatu yang tidak dapat diraba. Hal ini banyak terdapat pada biro perjalanan atau biro travel dan tidak terdapat pada pesawat terbang maupun kursi, meja dan peralatan makan, bukan terletak pada tempat tidur dirumah sakit, tetapi lebih pada nilai. Oleh karena itu, jasa atau pelayanan yang terbaik menjadi penyebab khusus yang secara alami disediakan.

2. Tidak dapat disimpan (*inability to inventory*). salah satu ciri khusus dari jasa adalah tidak dapat disimpan. Misalnya, ketika menginginkan jasa tukang potong rambut, maka apabila pemotongan rambut telah dilakukan tidak dapat sebagaimana disimpan untuk besok. Ketika kita menginap dihotel tidak dapat dilakukan untuk setengah malam dan setengahnya lagi dilanjutkan besok, jika hal ini dilakukan konsumen tetap dihitung menginap dua hari.
3. *Produksi dan konsumsi secara bersama*. Jasa adalah sesuatu yang dilakukan secara bersama dengan produksi. Misalnya, tempat praktek dokter, restoran, pengurusan asuransi mobil dan lain sebagainya.
4. *Memasukinya lebih mudah*. Mendirikan usaha dibidang jasa membutuhkan investasi yang lebih sedikit, mencari lokasi

lebih mudah dan banyak tersedia, tidak membutuhkan teknologi tinggi. Untuk kebanyakan usaha jasa hambatan untuk memasukinya lebih rendah.

5. *Sangat dipengaruhi oleh factor luar.* Jasa sangat dipengaruhi oleh factor dari luar seperti: teknologi, peraturan pemerintah dan kenaikan harga energi. Sector jasa keuangan merupakan contoh yang paling banyak dipengaruhi oleh peraturan dan perundang – undangan pemerintah, dan teknologi computer dengan kasus *mellinium bug* pada abad dua satu.

2.2.2. Kualitas Pelayanan

2.2.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut *Wyckof, et al.* (1988) dalam Purnama (2006:19). Berkata bahwa pengertian kualitas layanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen, sedangkan menurut Parasuraman, et al. (1988) kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Sementara Kualitas jasa menurut Fandy Tjiptono (2005 : 259) dalam Sudirman (2011) adalah: Pada prinsipnya berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dan Fredy Rangkuti (2003 :28)

mengemukakan bahwa jenis kualitas yang digunakan untuk menilai jasa adalah sebagai berikut :

1. Kualitas teknis (*outcome*), yaitu kualitas hasil kerja penyampaian jasa itu sendiri.
2. Kualitas pelayanan (*proses*), yaitu cara penyampaian jasa tersebut.

Menurut Yamit, (2001:22.P2) Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan baik standar pelayanan internal maupun standar pelayanan eksternal. Beberapa pengertian yang terkait dengan definisi kualitas jasa pelayanan :

1. *Exellent* adalah standar kinerja pelayanan yang diperoleh.
2. *Customer* adalah perorangan, kelompok, departemen atau perusahaan yang menerima, membayar output pelayanan.
3. *Service* adalah kegiatan utama atau pelengkap yang tidak secara langsung terlibat dalam proses pembuatan produk, tetapi lebih menekankan pada pelayanan transaksi antara pembeli dan penjual.
4. *Quality* adalah sesuatu yang secara khusus dapat diraba atau tidak dapat diraba dari sifat yang dimiliki produk atau jasa.
5. *Levels* suatu pernyataan atas sistem yang digunakan untuk memonitor dan mengevaluasi.

6. *Consistent* adalah tidak memiliki variasi dan semua pelayanan berjuang sesuai standar yang telah ditetapkan.
7. *Delivery* adalah memberikan pelayanan yang benar dengan cara yang benar dan dalam waktu yang tepat.

Dengan demikian pengertian kepuasan pelanggan menunjuk kepada kinerja suatu produk atau jasa yang sekurang – kurangnya harus sama dengan harapan pelanggan. Seperti yang dikatakan *Parasuraman, et al.* (1985) dalam *Khatimah (jurnal)* mengungkapkan kualitas pelayanan sebagai suatu bentuk penilaian terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan, para pelanggan menjadi tidak tertarik pada penyedia jasa yang bersangkutan. Sedangkan bila yang terjadi sebaliknya (*Perceived* lebih besar daripada *Expected*) ada kemungkinan para pelanggan menggunakan penyedia jasa itu lagi.

Dan jika dilihat dari pendapatnya *Garvin* (1995) dalam *Purnama* (2006:11 P.2) terdapat lima perspektif terhadap kualitas produk antara lain:

1. *Transcedental Aproach*

Dalam pendekatan ini, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*. Dimana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioprasionalkan. Sudut pandang ini banyak digunakan melalui pernyataan atau pesan – pesan seperti kehalusan dan kelembutan kulit untuk produk sabun mandi, *prestise* dan nyaman untuk produk mobil. Suasana

kerja yang santai dan menyenangkan untuk supermarket dan sebagainya.

2. *Product Based Approach*

Pendekatan kualitas ini merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan atau dapat diukur. Misalnya, pernyataan sikap konsumen berdasarkan skala likert yakni sangat setuju. Setuju, ragu – ragu, tidak setuju. Dan sangat tidak setuju.

3. *User Based Approach*

Pendekatan ini beranggapan bahwa tinggi rendah kualitas tergantung pada perspektif si pemakai. Keputusan yang dirasakan pembeli itulah yang tinggi.

4. *Manufacturing Based Approach*

Pendekatan ini mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau sama dengan persyaratan (*Conformance To Requirement*).

5. *Value Based Approach*

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Perbedaan kinerja dan harga semakin memuaskan konsumen.

Dengan demikian pembahasan – pembahasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Tapi tidak cukup sampai disini saja karena untuk mengukur kepuasan pelanggan bias diukur dengan *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability*

(keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empaty). Parasuraman, et al. (1988) dalam Purnama (2006:22 P.3)

2.2.2.2. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Menurut *Zeithaml & Bitner* yang dikutip kembali oleh Fandy Tjiptono (2014), ada empat faktor utama yang sering kali menjadi penyebab dalam timbulnya masalah komunikasi dalam bidang jasa. Oleh sebab itu ia merekomendasikan empat strategi utama komunikasi jasa yang salah satunya adalah dengan meningkatkan edukasi pelanggan. Bentuk dari edukasi pelanggan yang dibutuhkan antara lain :

1. Menyiapkan pelanggan untuk proses jasa
2. Mengkonfirmasi kinerja dengan standart dan ekspektasi
3. Mengklarifikasikan ekspektasi setelah penjualan
4. Mendidik pelanggan agar menghindari periode permintaan puncak.

2.2.2.3. Model Kualitas Pelayanan

Parasuraman Zeithmal dan *Berry* (1985, hal 42) ,menyatakan bahwa kualitas jasa mencakup suatu perbandingan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap kinerja jasa yang mereka terima. Berdasarkan hal tersebut, *Parasuraman Zeithmal* dan *Berry* (1985, hal 44) mengembangkan sebuah model yang merupakan dasar dari skala SERVQUAL, dimana mereka berpendapat bahwa dalam mengevaluasi kualitas jasa konsumen akan membandingkan antara jasa yang mereka harapkan dengan persepsi

atas jasa yang mereka terima. Skala SERVQUAL mendasarkan pemikirannya pada suatu pengertian bahwa kualitas jasa adalah suatu bentuk persepsi konsumen atas jasa yang mereka terima. Perbedaan antara harapan konsumen terhadap kinerja jasa secara umum dan penilaian terhadap kinerja aktual dari perusahaan tertentu akan mengarahkan konsumen terhadap kualitas suatu jasa (*gap theory*). Secara spesifik kualitas jasa diukur dengan membandingkan antara persepsi konsumen atas jasa yang mereka terima dengan harapan terhadap kinerja jasa tersebut.

Model kualitas pelayanan jasa, dikembangkan oleh A. Parasuraman, L.L. Berry V.A. Zeithaml (Berry, 1985) dalam Yamit (2001:25-26) yang berupa untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan kesenjangan pelayanan tersebut.

Secara umum, kesenjangan pelayanan dapat dibedakan ke dalam dua kelompok, yaitu :

1. Kesenjangan yang muncul dari dalam perusahaan (*company gaps*). Kesenjangan ini dapat menghambat kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan berkualitas. Kesenjangan yang muncul dari dalam perusahaan dapat dibedakan ke dalam empat jenis kesenjangan, yaitu :
 - a. Kesenjangan 1 : tidak mengetahui harapan konsumen akan pelayanan
 - b. Kesenjangan 2 : tidak memiliki desain dan standar pelayanan yang tepat

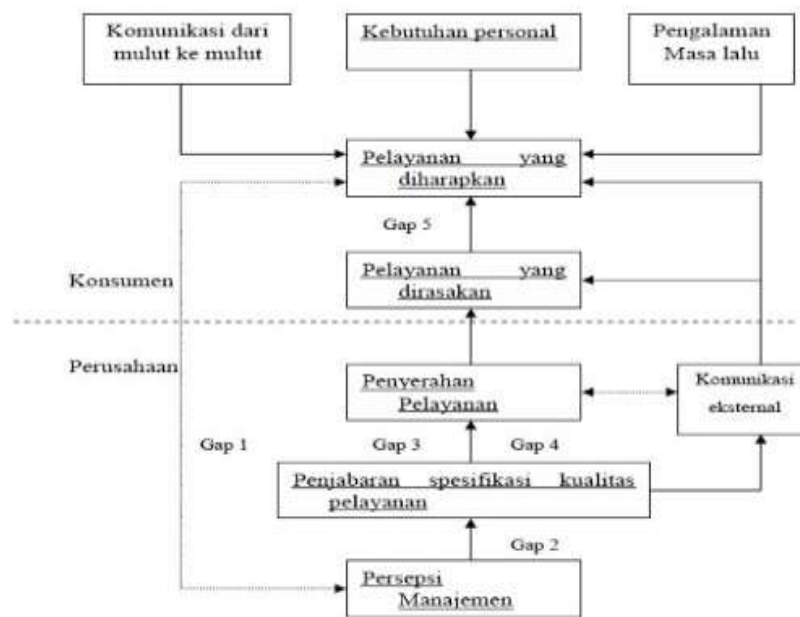
- c. Kesenjangan 3 : tidak memberikan pelayanan berdasar standar pelayanan
 - d. Kesenjangan 4 : tidak memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan
2. Kesenjangan yang muncul dari luar perusahaan.

Kesenjangan yang muncul dari luar perusahaan yang disebut kesenjangan 5 terjadi karena ada perbedaan antara persepsi konsumen dengan harapan konsumen terhadap pelayanan.

Hubungan dari kelima kesenjangan itu dapat digambarkan seperti terlihat dalam gambar 2.1 berikut :

Gambar 2.1.

Model Kualitas Pelayanan



2.2.2.4. Acuan Analisis

Analisis ini mengacu kepada lima dimensi yang diantaranya : berwujud (*tangible*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan dan kepastian (*assurance*), serta empati (*empaty*). (*Parasuraman et al.* dalam Lupiyoadi dan Hamdani (2009:182)

1. Bukti langsung (*tangible*)

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik seperti gedung, gudang, perlengkapan dan peralatan yang digunakan serta penampilan pegawai.

2. Keandalan (*reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpati, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. Daya tanggap (*responsiveness*)

Suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan (*assurance*)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

5. Perhatian (*empaty*)

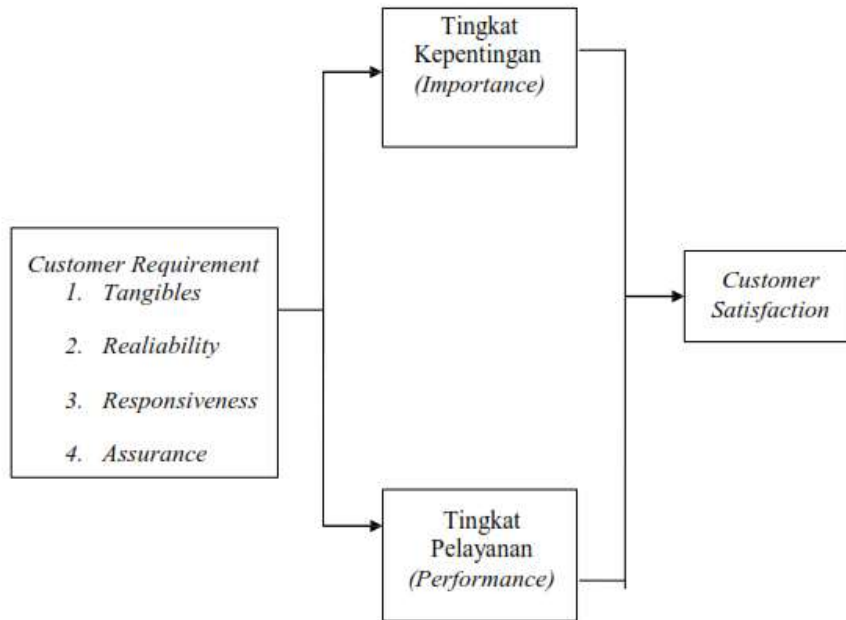
Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Setiap perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2.3. Kerangka Pemikiran

Penentuan tingkat kebutuhan pelanggan pada perusahaan penyedia layanan jasa dapat dilakukan berdasarkan dimensi kualitas jasa yaitu, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Berdasarkan dimensi kualitas jasa tersebut, maka dapat dilakukan *survey* tentang kepuasan pelanggan. Dengan demikian kerangka teoritis yang dapat dikembangkan terdapat pada Gambar 2.2 :

Gambar 2.2

Kerangka Teoritis Penelitian



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah Bank BRI KC CIK DITIRO yang terletak di jalan Cik Di Tiro No.3, Terban, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55223.

3.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian *survey* (*survey research*). Penelitian *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian – kejadian relatif, distribusi, dan hubungan – hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono, 2004:7).

3.3. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian dari penelitian yang akan di teliti adalah kepuasan nasabah sebagai variabel dependen (Y) dan kualitas pelayanan berupa wujud fisik (*tangibles*) (X₁), kualitas pelayanan berupa kehandalan (*reliability*) (X₂), kualitas pelayanan berupa jaminan (*assurance*) (X₃), kualitas pelayanan berupa daya tanggap (*responsiveness*) (X₄), dan kualitas pelayanan berupa kepedulian (*emphaty*) (X₅), sebagai variabel independen (X) (Kotler, 2000).

1. Kepuasan Nasabah (Y) Tjiptono, (2014 : 392)

Loyalitas pelanggan disebut juga perilaku kepuasan nasabah, yang mana kerap kali dihubungkan dengan loyalitas jasa Tjiptono, (2014 : 392).

Indikator yang bisa di lihat :

- Tidak ada komplain atau keluhan terhadap pelayanan

- Berapa lama menjadi pelanggan
- Akan merekomendasikan kepada orang terdekat

2. Kualitas Pelayanan Bukti Fisik (*Tangibles*) (X_1) Solomon, (2014 : 307).

Merupakan bukti langsung yang terdiri dari fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, serta sarana komunikasi Solomon (2014 : 307). Indikator yang bisa dilihat:

- Peralatan yang modern
- Fasilitas yang menarik secara visual
- Teknologi yang maju untuk memudahkan nasabah bertransaksi

3. Kualitas Pelayanan Keandalan (*Reliability*) (X_2) Solomon, (2014 : 307).

Merupakan kemampuan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan memuaskan, Solomon, (2014 : 307). Indikator yang bisa dilihat:

- Pelayanan yang disediakan sesuai dengan yang diinformasikan
- Tepat waktu dalam melaksanakan keperluan nasabah
- Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan

4. Kualitas Pelayanan Jaminan (*Assurance*) (X_3) Solomon, (2014 : 307).

Jaminan ini mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, Solomon, (2014 : 307). Indikator yang bisa dilihat adalah:

- Pegawai mampu menanamkan rasa aman
- Pegawai dapat dipercaya
- Pegawai memiliki pengetahuan yang cukup

5. Kualitas Pelayanan Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X4) Solomon, (2014 : 307).

Merupakan keinginan para karyawan dan staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, Solomon, (2014 : 307). Indikator yang bisa dilihat adalah:

- Pegawai memberitahukan mengenai jadwal pelayanan
- Pegawai memberikan pelayanan secara cepat dan tepat
- Bersedia menanggapi semua keluhan masalah

6. Kualitas Pelayanan Perhatian (*Emphaty*) (X5) Solomon, (2014 : 307).

Merupakan perhatian yang tulus yang diberikan kepada nasabah. Mencakup semua kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen, Solomon, (2014 : 307). Indikator yang bisa dilihat adalah:

- Memberikan perhatian personal
- Sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan nasabah
- Perhatian individual kepada perusahaan

3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Umar (2003), populasi adalah kumpulan elemen yang mempunyai karakteristik tertentu yang sama dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. Menurut Kartini (1996), populasi adalah keseluruhan gejala maupun satuan yang diteliti. Populasi merupakan objek secara keseluruhan atau generalisasi dari keseluruhan objek atau subjek yang memiliki

karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penulis untuk dipelajari dan diambil kesimpulannya.

Sasaran populasi yang merupakan batasan ideal tentang populasi yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah nasabah Bank BRI KC CIK DITIRO yang terletak di jalan Cik Di Tiro No.3, Terban, Gondokusuman, Kota Yogyakarta, Daerah Istimewa Yogyakarta 55223.

3.4.2. Sample

Menurut Umar (2003), sampel adalah merupakan bagian dari populasi atau bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang akan diteliti. Menurut beberapa sumber dan ahli penelitian, sampel penelitian yang digunakan minimal 30 orang, tetapi ada jg yang berpendapat lain. Dalam penelitian ini penulis tidak dapat meneliti seluruh populasi, maka peneliti menetapkan 30 orang sampel penelitian / responden yang merupakan nasabah Bank BRI KC Cik Ditiro dan pernah merasakan jasa layanan di Bank BRI KC Cik Ditiro. Karena menurut Roscoe (1975) dalam Uma Sekaran (1992: 252), memberikan pedoman penentuan jumlah sampel sebagai berikut:

1. Sebaiknya ukuran sampel diantara 30 s/d 500 elemen.
2. Jika sampel dipecah lagi ke dalam subsample (laki /perempuan /SMP /SMU,dsb) jumlah minimum sampel harus 30.

Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Menurut Sutrisno Hadi (1992:46) *accidental sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang dilakukan terhadap responden yang secara kebetulan ditemui pada objek penelitian ketika observasi sedang berlangsung. Dengan pertimbangan bahwa populasinya bervariasi, berbeda – beda karakternya, dan bersifat homogen.

$$n = \left[\frac{Z_{\frac{1}{2}\alpha}}{E} \right]^2$$

N = jumlah sampel

$Z_{\frac{1}{2}\alpha}$ = batas interval

α = standar deviasi populasi atau tingkat kesalahan data yang ditolerir peneliti

E = deviasi *sampling* maksimum atau besar kesalahan maksimum yang diinginkan peneliti.

Penelitian ini menggunakan standar deviasi sebesar $\alpha=5\%$, karena pada umumnya taraf kesalahan dalam pengujian statistik ditetapkan sebesar 5%. Karena besarnya $\alpha=5\%$, maka $Z_{\frac{1}{2}\alpha}=1,96$ (dari tabel Z).

Sedangkan tingkat kesalahan maksimal yang mungkin terjadi pada penyebaran kuesioner adalah 20% atau $E = 0,20$. Dari data diatas maka jumlah responden yang akan diteliti untuk dimintai datanya adalah sebanyak :

$$n = \left[\frac{1,96}{0,20} \right]^2$$

$$n=96,04$$

$$n=30(\text{pembulatan keatas})$$

3.4.3. Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *random sampling*, yaitu anggota atau elemen – elemen populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dicomot. Selain itu digunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling*, yaitu pengambilan sampel yang didasarkan pada

pertimbangan untuk menyesuaikan diri dengan beberapa kriteria penelitian agar dapat meningkatkan ketetapan sampel (*Cooper dan Emory, 1999 : 70*).

3.5. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (*Marzuki, 2005*).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan di usahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti (*Marzuki, 2005*). Data sekunder diperoleh dari berbagai bahan pustaka, baik berupa buku, jurnal - jurnal dan dokumen lainnya yang ada hubungannya dengan materi kajian.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah Kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang mencakup semua pertanyaan dan pertanyaan yang akan digunakan bisa melalui telepon, surat ataupun tatap muka (*Ferdinand, 2006*). Pertanyaan yang di ajukan pada responden harus jelas dan tidak meragukan responden.

3.7. Skala Pengukuran Variabel

Dalam hal ini digunakan skala *likert*, menurut (*Sugiyono. 2004:86*) skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam skala *likert*, variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan dasar untuk menyusun *item* instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap

item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif samapai sangat negatif. Dalam penelitian ini menggunakan 5 tingkat penelitian antara tingkat kepentingan (*importance*) dan tingkat kinerja (*performance*).

Untuk keperluan analisis kuantitatif, ke – 5 penilaian tersebut diberikan skor sebagai berikut :

1. Tingkat kepentingan/kebutuhan (*importance*)

Sebagai pedoman bagi konsumen untuk menilai tingkat harapan kualitas layanan, digunakan skala *Likert* dengan pilihan nilai 1-5

- a. Sangat penting (SP) : skor 5
- b. Penting (P) : skor 4
- c. Cukup penting (CP) : skor 3
- d. Tidak penting (TP) : skor 2
- e. Sangat tidak penting (STP) : skor 1

2. Tingkat kinerja/Dirasakan (*performance*)

Sebagai pedoman bagi konsumen untuk menilai tingkat kinerja kualitas layanan, juga digunakan skala *Likert* dengan pilihan nilai 1-5

- a. Sangat setuju (SS) : skor 5
- b. Setuju (S) : skor 4
- c. Cukup setuju (CS) : skor 3
- d. Tidak setuju (TS) : skor 2
- e. Sangat tidak setuju (STS) : skor 1

3.8. Teknik Pengolahan Data

Menurut Iqbal Hasan, 2002, pengolahan data adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan atau angka ringkasan dengan menggunakan cara atau rumus tertentu. Tahap-tahap pengolahan data adalah sebagai:

1. *Editing*

Editing adalah pengecekan atau pengoreksian data yang telah dikumpulkan karena kemungkinan data yang masuk atau data yang terkumpul itu tidak logis dan meragukan. Tujuan *editing* adalah untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi.

2. *Coding*

Coding adalah pemberian atau pembuatan kode-kode pada tiap-tiap data yang termasuk dalam kategori yang sama. Kode adalah isyarat yang dibuat dalam bentuk angka-angka atau huruf-huruf yang memberikan petunjuk atau identitas pada suatu informasi atau data yang dianalisis responden.

3. Tabulasi

Tabulasi adalah membuat tabel-tabel yang berisikan data yang telah diberi kode sesuai dengan analisis yang dibutuhkan. Setelah proses tabulasi selesai kemudian data-data dalam tabel tersebut akan diolah dengan bantuan *software* statistik yaitu SPSS.

3.9. Metode Analisis Data

3.9.1. Metode Analisis Kuantitatif

Menurut Iqbal Hasan, 2002, analisis kuantitatif adalah analisis yang menggunakan alat analisis berkuantitatif. Alat analisis yang bersifat kuantitatif adalah alat analisis yang menggunakan model-model, seperti model matematika

atau model statistik dan ekonometrik. Hasil analisis dalam bentuk angka-angka yang kemudian dijelaskan dan diinterpretasikan dalam suatu uraian.

3.10. Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak sahnya suatu kuesioner. Kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner itu.

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Kuesioner dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap kuesioner stabil dari waktu ke waktu.

3.11. Alat Analisis

3.11.1. Analisis GAP

Harapan konsumen terhadap layanan yang dijabarkan ke dalam lima dimensi kualitas layanan harus bisa dipahami oleh perusahaan dan diupayakan untuk bias diwujudkan. Hal ini merupakan tugas berat bagi perusahaan, sehingga dalam kenyataannya sering muncul keluhan yang dilontarkan oleh konsumen karena layanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan, inilah yang disebut Gap (kesenjangan) kualitas layanan. Gap kualitas layanan terjadi karena perbedaan persepsi manajemen dengan harapan konsumen.

$$\text{Gap/kesenjangan} = \text{Kinerja/persepsi} - \text{Harapan/kepentingan}$$

3.11.2. Analisis *Importance-Performance* dan Diagram Kartesius

Importance performance analysis ini digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan (*importance*) dengan

tingkat kinerja (*performance*). Dimensi kualitas layanan yang digunakan adalah lima dimensi kualitas layanan yang dikembangkan oleh Pasuraman et. al. dalam Syabani, 2006 : 162.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan prioritas peningkatan factor – factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur tingkat kesesuaian responden adalah :

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \%$$

Dimana :

TK_i = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian kinerja

Y_i = Skor harapan nasabah

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik – titik dimana :

$$(\bar{X}, \bar{Y}),$$

\bar{X} = Rata – rata dari rata – rata skor tingkat pelaksanaan / kepuasan pelanggan.

\bar{Y} = Rata- rata dari rata – rata skor tingkat kepentingan pelanggan.

Berdasarkan jumlah faktor yang dimiliki dalam kuisioner dibagikan, maka selanjutnya dilakukan perhitungan sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{Y}_i}{K}$$

Dimana :

\bar{X} = Skor rata – rata dari seluruh faktor tingkat kinerja karyawan Bank Bank BRI KC Cik Ditiro Yogyakarta.

\bar{Y} = Skor rata – rata dari seluruh faktor harapan konsumen pengguna Bank BRI KC Cik Ditiro Yogyakarta.

K = Banyaknya variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa.

Rata – rata hasil penelitian keseluruhan konsumen kemudian digambarkan ke dalam *importance – performance matrix* atau sering disebut dengan diagram kartesius, dengan sumber absis (X) adalah tingkat kinerja dan sumbu kordinat (Y) adalah tingkat kepentingan (Syabani, 2006 : 163).

Gambar 3.1

Diagram Cartesius

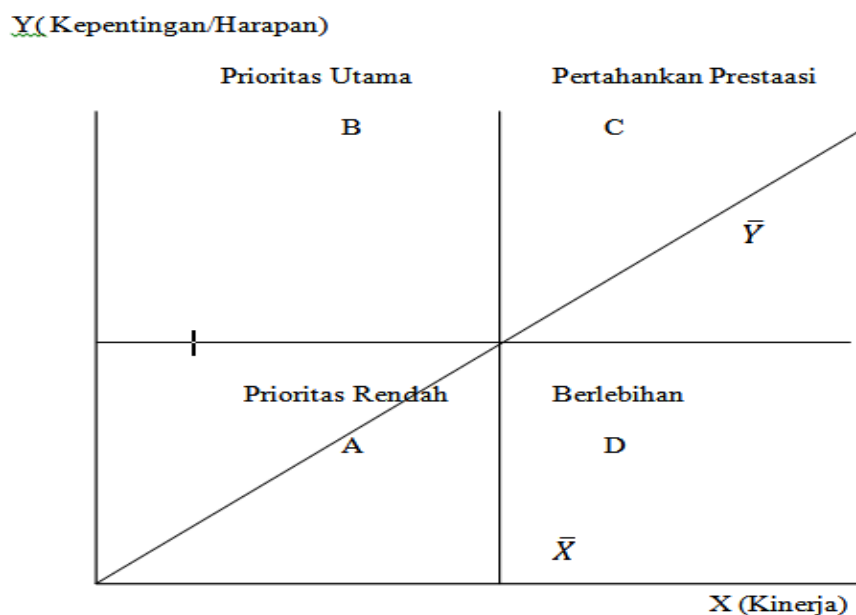


Diagram ini digunakan untuk menggambarkan prioritas atribut yang diperbaiki dan bisa menjadi petunjuk formulasi strategi. Peta posisi kuadran masing – masing atribut atau dimensi kualitas layanan mengindikasikan derajat urgensi *relative* untuk perbaikan.

- A : Pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut atau dimensi layanan rendah, tingkat kinerja yang ditunjukkan atribut atau dimensi layanan juga rendah, Sehingga atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini mendapat prioritas rendah untuk diperbaiki.
- B : Pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut atau dimensi layanan tinggi, namun tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan rendah. Kondisi ini dinilai berbahaya karena antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja berlawanan arah, sehingga perbaikan harus diprioritaskan atau dikonsentrasikan untuk atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini.
- C : Pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut atau dimensi layanan tinggi, tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan juga tinggi, sehingga atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini dinilai aman dan harus dipertahankan kinerjanya.
- D : Pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut atau dimensi layanan rendah, namun tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan

tinggi. Kemungkinan hal ini terjadi karena perusahaan memberikan layanan yang berlebihan, sehingga perusahaan harus mengurangi aktifitas atau menghemat sumber daya untuk atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur apakah instrument penelitian benar-benar mampu mengukur konstruk yang digunakan. Untuk memperoleh validitas kuesioner, usaha dititik beratkan pada pencapaian validitas isi. Validitas tersebut menunjukkan sejauh mana perbedaan yang diperoleh dengan instrument pengukuran merefleksikan perbedaan sesungguhnya pada responden yang diteliti. Pengujian validitas ini dilakukan dengan bantuan program software SPSS dengan membandingkan nilai r_{tabel} dengan r_{hitung} (r_{x-y}) pada taraf signifikansi 5%. Nilai r_{tabel} dengan jumlah responden sebanyak 96 responden diperoleh nilai sebesar 0.196. Nilai sebuah instrumen dikatakan valid apabila nilai $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$. Hasil uji validitas dapat dilihat dalam tabel seperti dibawah ini :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung} Harapan Nasabah	r_{hitung} Persepsi Nasabah	r_{tabel}	Kesimpulan
Tangibles	1	0.996	0,748	0.196	Valid
	2	0.843	0,887		Valid
	3	0.856	0,882		Valid
	4	0,479	0,897		Valid
Reliability	1	0.842	0,919	0.196	Valid
	2	0.764	0,924		Valid
	3	0.861	0,916		Valid
	4	0.872	0,790		Valid
Responsiveness	1	0.784	0,784	0.196	Valid
	2	0.868	0,741		Valid

	3	0.856	0,761		Valid
	4	0.685	0,735		Valid
Assurance	1	0.684	0,528	0.196	Valid
	2	0.734	0,556		Valid
	3	0,846	0,824		Valid
	4	0.824	0,788		Valid
	5	0,466	0,744		Valid
Emphaty	1	0,941	0,917	0.196	Valid
	2	0.918	0,906		Valid
	3	0,920	0,843		Valid

Sumber : Data Diolah

Seperti dikemukakan diatas bahwa, bila koefisien korelasi sama dengan koefisien korelasi kritis ($r_{\text{tabel}} = 0.349$) atau lebih, maka butir instrumen dinyatakan valid. Dan hasil uji validitas tersebut ternyata koefisien korelasi semua butir instrumen pernyataan variabel penelitian dapat dinyatakan valid sehingga pertanyaan-pertanyaan yang tertuang dalam angket penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui tingkat konsistensi terhadap instrumen-instrumen yang mengukur konsep. Reliabilitas merupakan syarat untuk tercapainya validitas suatu kuesioner dengan tujuan tertentu. Dalam mengukur reliabilitas alat pengukuran yang digunakan adalah Teknik Alpha Cronbach. Apabila nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinilai dinyatakan reliable. Jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,6 maka jawaban dari para responden pada kuesioner sebagai alat pengukur dinyatakan tidak reliable (Ghozali, 2005).

Tabel 4.2

Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alfa Harapan	Nilai Cronbach Alfa Persepsi	Kesimpulan
<i>Tangibles</i>	0.771	0,876	Reliabel
<i>Reliability</i>	0.856	0,910	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0.801	0,749	Reliabel
<i>Assurance</i>	0.759	0,732	Reliabel
<i>Emphaty</i>	0.917	0,867	Reliabel

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0,6. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa seluruh instrument penelitian dapat dinyatakan reabel / handal dan dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.. Artinya kuisisioner ini memiliki hasil yang konsisten jika dilakukan pengukuran dalam waktu dan model atau desain yang berbeda.

4.2 Analisis Deskriptif Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Hasil analisis data ini diperoleh presentase responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut :

Tabel 4.3

Jenis Kelamin Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-laki	62	64,58%
Perempuan	34	35,42%
Total	96	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.3 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi dua kategori yaitu laki-laki dan perempuan. Pengumpulan data yang dilakukan menghasilkan data responden laki-laki sebanyak 62 orang atau 64,58% dan perempuan sebanyak 34 orang atau 35,42%. Dengan demikian, responden terbanyak adalah laki-laki dengan 62 orang atau 64,58%, hal ini disebabkan karena kaum laki-laki lebih dominan dalam memutuskan hal-hal yang berkaitan dengan perbankan dibandingkan dengan kaum wanita.

4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan

Karakteristik responden berdasarkan lama menjadi pelanggan dapat ditunjukkan pada table berikut :

Tabel 4.4
Lama Menjadi Pelanggan

Keterangan	Jumlah	Persentase
< 6 bulan	2	2,08%
6 – 12 bulan	4	4,17%
>12 bulan	90	93,75%
Total	96	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.4 dapat diketahui bahwa responden dibedakan menjadi tiga kategori yaitu kurang dari 6 bulan, 6 sampai 12 bulan, lebih dari 12 bulan. Dari hasil analisis deskriptif di atas, dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden adalah mereka dengan menjadi pelanggan lebih dari 12 bulan sebesar 90 responden atau 93,75%. Hal ini disebabkan karena kelompok pelanggan ini termasuk kelompok yang memiliki aktivitas dan produktivitas yang tinggi, sehingga dalam melakukan aktivitasnya membutuhkan sarana jasa perbankan.

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan Jasa Perbankan Lain

Karakteristik responden berdasarkan penggunaan jasa perbankan lain adalah sebagai berikut :

Tabel 4.5
Penggunaan Jasa Perbankan lain Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Tidak	10	10,42%
Ya	86	89,58%
Total	96	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.5 dapat diketahui bahwa responden terbagi menjadi 2 kategori. Pengumpulan data yang telah dilakukan menghasilkan data responden mayoritas adalah responden yang menggunakan jasa perbankan lainnya yaitu sebesar 89,58%..

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Masalah Yang Dihadapi

Karakteristik responden berdasarkan penggunaan jasa perbankan lain adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6
Masalah yang Dihadapi Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Slip resi yang jarang keluar dari mesin ATM	0	0%
Antrian yang lama	96	100%
Pin terblokir	0	0%
Total	96	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa responden terbagi menjadi 3 kategori. Pengumpulan data yang telah dilakukan menghasilkan data responden

mayoritas adalah responden bermasalah mengenai antrian yang terlalu lama yaitu sebesar 100%.

4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Banyak Uang Ditabung

Karakteristik responden berdasarkan penggunaan jasa perbankan lain adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7
Banyak Uang Yang diTabung selama 1 Bulan

Keterangan	Jumlah	Persentase
< Rp.150.000	23	23,96%
200.000 – 300.000	37	38,54%
> 350.000	36	37,50%
Total	96	100%

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa responden terbagi menjadi 3 kategori. Pengumpulan data yang telah dilakukan menghasilkan data responden mayoritas adalah responden yang menabung 200-300 ribu yaitu sebesar 38,54%.

4.3 Analisis Penilaian Responden Terhadap Variabel Penelitian

Berdasarkan data yang dikumpulkan, jawaban dari responden telah direkapitulasi kemudian dianalisis untuk mengetahui deskriptif jawaban terhadap masing-masing variabel. Penilaian responden ini didasarkan pada kriteria sebagai berikut :

Skor penilaian terendah adalah : 1

Skor penilaian tertinggi adalah : 5

$$\text{Interval} = \frac{5-1}{5} = 0.80$$

Sehingga diperoleh batasan penilaian terhadap masing-masing variabel adalah sebagai berikut :

1,00 – 1,80 = Sangat Tidak Baik/ Sangat Tidak Setuju

1,81 – 2,60 = Tidak Baik/Tidak Setuju

2,61 – 3,40 = Netral

3,41 – 4,20 = Baik/Setuju

4,21 – 5,00 = Sangat Baik/Sangat Setuju

4.3.1. Analisis Penilaian Variabel Penelitian Persepsi Responden Terhadap

Kualitas Layanan

a. Tangibles

Hasil penilaian responden terhadap variable tangibles adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Tangibles

Atribut Tangibles	Persepsi	Kriteria
Lokasi Bank BRI KC Cik Ditiro strategis dan mudah dijangkau.	3,77	Setuju
Bank BRI KC Cik Ditiro memiliki fasilitas yang menarik, nyaman dan bersih, serta aman untuk digunakan (misalnya : mesin ATM drive true, ruang tunggu, tempat parkir, dll).	3,88	Setuju
Bank BRI KC Cik Ditiro menggunakan peralatan yang terlihat canggih dan modern.	3,93	Setuju
Informasi yang diberikan Bank BRI KC Cik Ditiro mudah dimengerti dan dipahami.	3,84	Setuju
Rata-rata	3.85	Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,85 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable tangibles adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel tangibles tertinggi adalah pada indikator Bank BRI KC Cik Ditiro menggunakan peralatan yang terlihat canggih dan modern dengan baik dengan rata – rata

sebesar 3,93 dan penilaian terendah adalah pada indikator Lokasi Bank BRI KC Cik Ditiro strategis dan mudah dijangkau yaitu dengan rata – rata sebesar 3,77.

b. Reliability

Hasil penilaian responden terhadap variable reliability adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Reliability

Atribut Reliability	Persepsi	Kriteria
Bank BRI KC Cik Ditiro melayani semua nasabah sesuai dengan janjinya.	3,84	Setuju
Bank BRI KC Cik Ditiro memberikan pelayanan yang sama sepanjang hari kepada semua nasabah	3,81	Setuju
Bank BRI KC Cik Ditiro melayani nasabah sejak pertama kali datang.	3,80	Setuju
Bank BRI KC CikDitiro menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya.	3,80	Setuju
Rata-rata	3.82	Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,82 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable reliability adalah setuju. Sedangkan penilaian respoden pada variabel reliability tertinggi adalah pada indikator Bank BRI KC Cik Ditiro melayani semua nasabah sesuai dengan janjinya dengan rata – rata sebesar 3,84 dan penilaian terendah adalah pada indikator Bank BRI KC Cik Ditiro melayani nasabah sejak pertama kali dating dan menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya yaitu dengan rata – rata sebesar 3,80.

c. Responsiveness

Hasil penilaian responden terhadap variable responsiveness adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Responsiveness

Atribut Responsiveness	Persepsi	Kriteria
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro mengetahui kebutuhan nasabah.	3,85	Setuju
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro tetap ada pada jam-jam kerja (sibuk).	3,80	Setuju
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien.	3,75	Setuju
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah.	3,73	Setuju
Rata-rata	3.78	Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,78 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable responsiveness adalah setuju. Sedangkan penilaian respoden pada variabel responsiveness tertinggi adalah pada indikator Staf Bank BRI KC Cik Ditiro mengetahui kebutuhan nasabah. sebesar 3,85 dan penilaian terendah adalah pada indikator Staf Bank BRI KC Cik Ditiro memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah yaitu dengan rata – rata sebesar 3,73.

d. Assurance

Hasil penilaian responden terhadap variable assurance adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Assurance

Atribut Assurance	Persepsi	Kriteria
Bank BRI KC Cik Ditiro menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi.	4,18	Setuju
Bank BRI KC Cik Ditiro dapat menyimpan data dengan benar dan akurat.	3,78	Setuju
Transaksi di Bank BRI KC Cik Ditiro bebas dari kekeliruan.	3,73	Setuju

Staf Bank BRI KC Cik Ditiro dapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah.	3,76	Setuju
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro selalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat.	3.80	Setuju
Rata-rata	3.85	Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,85 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable assurance adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel assurance tertinggi adalah pada indikator Bank BRI KC Cik Ditiro menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi sebesar 4,18 dan penilaian terendah adalah pada indikator Transaksi di Bank BRI KC Cik Ditiro bebas dari kekeliruan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,73.

e. Emphaty

Hasil penilaian responden terhadap variable emphaty adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Emphaty

Atribut Emphaty	Persepsi	Kriteria
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi.	3.65	Sangat Setuju
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi.	3,64	Setuju
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah.	3.78	Setuju
Rata-rata	3.69	Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,69 dan nilai tersebut kategori setuju.

Dengan demikian menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variable empathy adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel empathy tertinggi adalah pada indikator Staf Bank BRI KC Cik Ditiro bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah sebesar 3,78 dan penilaian terendah adalah pada indikator Staf Bank BRI KC Cik Ditiro penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi yaitu dengan rata – rata sebesar 3,64.

4.3.2. Analisis Penilaian Variabel Penelitian Harapan Responden Terhadap Kualitas Layanan

a. Tangibles

Hasil penilaian responden terhadap variable tangibles adalah sebagai berikut :

Tabel 4.13

Hasil Analisis Harapan Terhadap Variabel Tangibles

Atribut Tangibles	Harapan	Kriteria
Lokasi Bank BRI KC Cik Ditiro strategis dan mudah dijangkau.	4,00	Setuju
Bank BRI KC Cik Ditiro memiliki fasilitas yang menarik, nyaman dan bersih, serta aman untuk digunakan (misalnya : mesin ATM drive true, ruang tunggu, tempat parkir, dll).	3,68	Setuju
Bank BRI KC Cik Ditiro menggunakan peralatan yang terlihat canggih dan modern.	3,88	Setuju
Informasi yang diberikan Bank BRI KC Cik Ditiro mudah dimengerti dan dipahami.	4,01	Setuju
Rata-rata	3.89	Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,89 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa harapan responden terhadap variable tangibles adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel tangibles tertinggi adalah pada indikator Informasi yang diberikan Bank BRI KC Cik

Ditiro mudah dimengerti dan dipahami dengan rata – rata sebesar 4,01 dan penilaian terendah adalah pada indikator Bank BRI KC Cik Ditiro memiliki fasilitas yang menarik, nyaman dan bersih, serta aman untuk digunakan (misalnya : mesin ATM drive true, ruang tunggu, tempat parkir, dll) yaitu dengan rata – rata sebesar 3,68.

b. Reliability

Hasil penilaian responden terhadap variable reliability adalah sebagai berikut :

Tabel 4.14

Hasil Analisis Harapan Terhadap Variabel Reliability

Atribut Reliability	Harapan	Kriteria
Bank BRI KC Cik Ditiro melayani semua nasabah sesuai dengan janjinya.	3.59	Setuju
Bank BRI KC Cik Ditiro memberikan pelayanan yang sama sepanjang hari kepada semua nasabah	3.52	Setuju
Bank BRI KC Cik Ditiro melayani nasabah sejak pertama kali datang.	4,07	Setuju
Bank BRI KC CikDitiro menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya.	4,00	Setuju
Rata-rata	3.80	Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,86 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa harapan responden terhadap variable reliability adalah setuju. Sedangkan penilaian respoden pada variabel reliability tertinggi adalah pada indikator Bank BRI KC Cik Ditiro melayani nasabah sejak pertama kali dating dengan rata – rata sebesar 4,07 dan penilaian terendah adalah pada indikator Bank BRI KC Cik Ditiro memberikan pelayanan yang sama sepanjang hari kepada semua nasabah yaitu dengan rata – rata sebesar 3,52.

c. Responsiveness

Hasil penilaian responden terhadap variable responsiveness adalah sebagai berikut :

Tabel 4.15

Hasil Analisis Harapan Terhadap Variabel Responsiveness

Atribut Responsiveness	Harapan	Kriteria
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro mengetahui kebutuhan nasabah.	3,60	Setuju
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro tetap ada pada jam-jam kerja (sibuk).	3,83	Setuju
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien.	3,79	Setuju
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah.	3,43	Setuju
Rata-rata	3.66	Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,66 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa harapan responden terhadap variable responsiveness adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel responsiveness tertinggi adalah pada indikator Staf Bank BRI KC Cik Ditiro tetap ada pada jam-jam kerja (sibuk) sebesar 3,79 dan penilaian terendah adalah pada indikator Staf Bank BRI KC Cik Ditiro memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah yaitu dengan rata – rata sebesar 3,43.

d. Assurance

Hasil penilaian responden terhadap variable assurance adalah sebagai berikut :

Tabel 4.16

Hasil Analisis Harapan Terhadap Variabel Assurance

Atribut Assurance	Harapan	Kriteria
--------------------------	----------------	-----------------

Bank BRI KC Cik Ditiro menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi.	3,75	Setuju
Bank BRI KC Cik Ditiro dapat menyimpan data dengan benar dan akurat.	3.55	Setuju
Transaksi di Bank BRI KC Cik Ditiro bebas dari kekeliruan.	3.29	Setuju
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro dapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah.	3.28	Setuju
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro selalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat.	3,94	Setuju
Rata-rata	3.58	Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,58 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa harapan responden terhadap variable assurance adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel assurance tertinggi adalah pada indikator Bank BRI KC Cik Ditiro menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi sebesar 3,75 dan penilaian terendah adalah pada indikator Transaksi di Bank BRI KC Cik Ditiro bebas dari kekeliruan yaitu dengan rata – rata sebesar 3,28.

e. Emphaty

Hasil penilaian responden terhadap variable emphaty adalah sebagai berikut :

Tabel 4.17

Hasil Analisis Persepsi Terhadap Variabel Emphaty

Atribut Emphaty	Harapan	Kriteria
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi.	4,03	Setuju
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi.	3,90	Setuju
Staf Bank BRI KC Cik Ditiro bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah.	3,99	Setuju
Rata-rata	3.96	Setuju

Sumber : Data Diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat dipaparkan bahwa dari 96 responden, rata – rata memberikan penilaian sebesar 3,96 dan nilai tersebut kategori setuju. Dengan demikian menunjukkan bahwa harapan responden terhadap variable empathy adalah setuju. Sedangkan penilaian responden pada variabel empathy tertinggi adalah pada indikator Staf Bank BRI KC Cik Ditiro bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi sebesar 4,03 dan penilaian terendah adalah pada indikator Staf Bank BRI KC Cik Ditiro penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi yaitu dengan rata – rata sebesar 3,90.

4.4 Analisis Servqual

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode Servqual. Metode Servqual dimaksudkan untuk mengukur kualitas pelayanan melalui perbedaan (gap) harapan pelanggan dengan persepsi nasabah. Metode ini terdiri dari dua langkah utama, yaitu mendapatkan persepsi pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan dan harapan pelanggan atas kualitas pelayanan. Hasil analisis servqual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 4.18
Hasil Analisis Servqual

Atribut	Persepsi	Harapan	Gap	Keterangan
Tangibles				
Lokasi Bank	3,77	4	-0,23	Negatif
Fasilitas	3,88	3,68	0,2	Positif
Peralatan modern	3,93	3,88	0,05	Positif
Informasi Bank	3,84	4,01	-0,17	Negatif
Rata-rata	3,85	3,89	-0,04	Negatif
Reliability				
Pelayanan yang sesuai janji	3,84	3,59	0,25	Positif
Pelayanan sepanjang hari	3,81	3,52	0,29	Positif
Pelayanan sejak pertama kali datang,	3,8	4,07	-0,27	Negatif

Informasi Produk	3,8	4	-0,2	Negatif
Rata-rata	3,82	3,8	0,02	Positif
Responsiveness				
Kebutuhan nasabah,	3,85	3,6	0,25	Positif
Staf Pada jam-jam kerja	3,8	3,83	-0,03	Negatif
Transaksi dengan cepat, tepat dan efisien,	3,75	3,79	-0,04	Negatif
Pengetahuan Karyawan	3,73	3,43	0,3	Positif
Rata-rata	3,78	3,66	0,12	Positif
Assurance				
Jaminan keamanan	4,18	3,75	0,43	Positif
Penyimpanan data dengan benar dan akurat,	3,78	3,55	0,23	Positif
Bebas dari kekeliruan,	3,73	3,29	0,44	Positif
Kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah,	3,76	3,28	0,48	Positif
Ketepatan tugas	3,8	3,94	-0,14	Negatif
Rata-rata	3,85	3,58	0,27	Positif
Emphaty				
Sikap ramah dan sopan	3,65	4,03	-0,38	Negatif
Kesabaran karyawan	3,64	3,9	-0,26	Negatif
Simpatik terhadap permasalahan nasabah,	3,78	3,99	-0,21	Negatif
Rata-rata	3,69	3,96	-0,27	Negatif
Rata-rata	3,80	3,78	0,02	Positif

Sumber : Data Diolah

Analisis ini dilakukan untuk mengukur kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi mereka terhadap industri perbankan komersial, berdasarkan 20 item atau atribut yang berkaitan dengan kualitas pelayanan. Dalam perhitungan skor *servqual*, 20 pernyataan dalam kuesioner yang mewakili harapan dan pernyataan persepsi dikelompokkan dan dihubungkan sesuai dengan lima dimensi seperti yang disebutkan sebelumnya.

Dalam tabel, kesenjangan negatif menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa tingkat layanan yang disediakan oleh BRI tidak memenuhi harapan mereka. Di sisi lain, kesenjangan positif menunjukkan bahwa pelanggan merasa bahwa tingkat kualitas

pelayanan melebihi harapan mereka. Sebuah perbandingan persepsi nasabah mengenai kualitas layanan dengan harapan mereka, menunjukkan perbedaan yang signifikan secara statistik pada semua 20 item pertanyaan .

Dari hasil analisis servqual di atas, dapat diketahui indikator-indikator kualitas pelayanan yang perlu diperbaiki oleh Bank BRI. Indikator-indikator tersebut dapat diketahui dengan indikator tersebut memiliki nilai gap negative. Indikator-indikator tersebut adalah sebagai berikut :

1. Indikator “Lokasi Bank BRI KC Cik Ditiro strategis dan mudah dijangkau,” dengan skor gap -0,23.
2. Indikator “Informasi yang diberikan Bank BRI KC Cik Ditiro mudah dimengerti dan dipahami,” dengan skor gap -0,17.
3. Indikator “Bank BRI KC Cik Ditiro melayani nasabah sejak pertama kali datang” dengan skor gap -0,27.
4. Indikator “Bank BRI KC CikDitiro menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya” dengan skor gap -0,20.
5. Indikator ” Staf Bank BRI KC Cik Ditiro tetap ada pada jam-jam kerja (sibuk)” dengan skor gap -0,03.
6. Indikator “Staf Bank BRI KC Cik Ditiro melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien” dengan skor gap -0,04.
7. Indikator “Staf Bank BRI KC Cik Ditiro selalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat” dengan skor gap -0,14.
8. Indikator “Staf Bank BRI KC Cik Ditiro bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi” dengan skor gap -0,38.

9. Indikator “Staf Bank BRI KC Cik Ditiro penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi” dengan skor gap -0,26.
10. Indikator “Staf Bank BRI KC Cik Ditiro bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah” dengan skor gap -0,21.

Atribut-atribut tersebut merupakan dimensi yang memiliki kekurangan paling serius dan memerlukan perhatian serius oleh bank dalam hal membuat perbaikan. Semakin besar kesenjangan, yang serius tingkat kualitas layanan dari sudut pelanggan pandang. Secara keseluruhan, nilai Gap skor lima dimensi adalah 0,02, yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh Bank BRI di atas ekspektasi pelanggan.

4.5 Diagram Kartesius

Analisis diagram kartesius dilakukan dengan perhitungan sumbu mendatar (X) yang menunjukkan skor tingkat kualitas layanan dan sumbu tegak (Y) yang menunjukkan skor tingkat Harapan. Sebelum menggambar diagram kartesius maka perlu diketahui titik potong masing-masing indikator dan titik-titik potong diagram kartesius. Titik potong masing-masing indikator dapat diketahui dengan cara menghitung rata-rata jawaban masing-masing indikator dari indikator, sedangkan titik potong diagram kartesius dapat dihitung sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}}{K} = \frac{76,72}{20} = 3,80$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{Y}}{K} = \frac{75,64}{20} = 3,78$$

Berikut ini adalah titik potong masing-masing indikator dan titik potong diagram kartesius :

Tabel 4.19
Titik Potong Masing-Masing Indikator Dan Titik Potong Diagram Kartesius

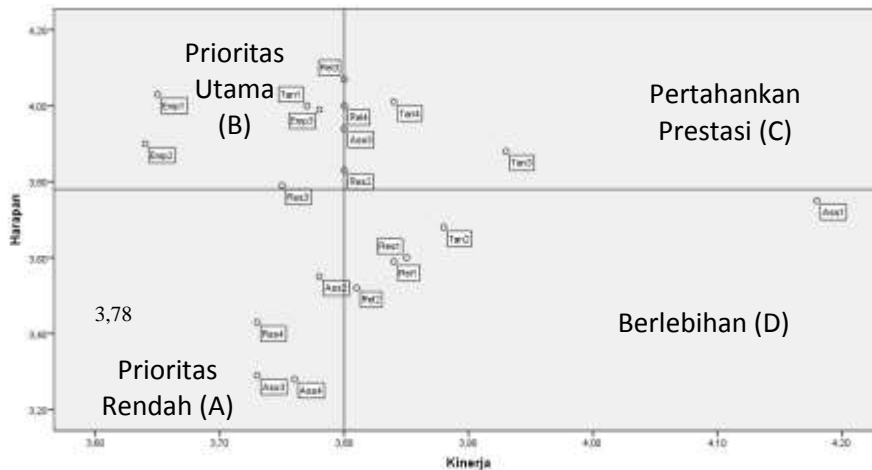
Kode	Atribut	Persepsi	Harapan
Tan1	Lokasi Bank BRI KC Cik Ditiro strategis dan mudah dijangkau,	3,77	4
Tan2	Bank BRI KC Cik Ditiro memiliki fasilitas yang menarik, nyaman dan bersih, serta aman untuk digunakan (misalnya : mesin ATM drive true, ruang tunggu, tempat parkir, dll),	3,88	3,68
Tan3	Bank BRI KC Cik Ditiro menggunakan peralatan yang terlihat canggih dan modern,	3,93	3,88
Tan4	Informasi yang diberikan Bank BRI KC Cik Ditiro mudah dimengerti dan dipahami,	3,84	4,01
Rel1	Bank BRI KC Cik Ditiro melayani semua nasabah sesuai dengan janjinya,	3,84	3,59
Rel2	Bank BRI KC Cik Ditiro memberikan pelayanan yang sama sepanjang hari kepada semua nasabah	3,81	3,52
Rel3	Bank BRI KC Cik Ditiro melayani nasabah sejak pertama kali datang,	3,8	4,07
Rel4	Bank BRI KC CikDitiro menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya,	3,8	4
Res1	Staf Bank BRI KC Cik Ditiro mengetahui kebutuhan nasabah,	3,85	3,6
Res2	Staf Bank BRI KC Cik Ditiro tetap ada pada jam-jam kerja (sibuk),	3,8	3,83
Res3	Staf Bank BRI KC Cik Ditiro melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien,	3,75	3,79
Res4	Staf Bank BRI KC Cik Ditiro memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah,	3,73	3,43
Ass1	Bank BRI KC Cik Ditiro menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi,	4,18	3,75
Ass2	Bank BRI KC Cik Ditiro dapat menyimpan data dengan benar dan akurat,	3,78	3,55
Ass3	Transaksi di Bank BRI KC Cik Ditiro bebas dari kekeliruan,	3,73	3,29
Ass4	Staf Bank BRI KC Cik Ditiro dapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah,	3,76	3,28
Ass5	Staf Bank BRI KC Cik Ditiro selalu menjalankan tugasnya dengan benar dan tepat,	3,8	3,94
Emp1	Staf Bank BRI KC Cik Ditiro bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi,	3,65	4,03
Emp2	Staf Bank BRI KC Cik Ditiro penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi,	3,64	3,9
Emp3	Staf Bank BRI KC Cik Ditiro bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah,	3,78	3,99
	Rata-rata	3,80	3,78

Sumber : Data Diolah

Setelah koordinat titik potong, dan koordinat masing-masing variabel maka unsur-unsur tersebut dibagi menjadi empat bagian dalam diagram kartesius.

Gambar 4.1

Hasil Analisis Diagram Kartesius



Dari gambar diagram kartesius terlihat bahwa letak dari variabel-variabel kualitas layanan jasa terbagi dalam beberapa kuadran. Dari hasil analisis diagram kartesius, dapat diketahui posisi dari tingkat harapan pelanggan dengan kinerja kualitas layanan yang diberikan Bank BRI Cik Di Tiro. Hasil interpretasi dari posisi tingkat kepentingan pelanggan dengan kinerja kualitas layanan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran A menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan memiliki tingkat harapan pelanggan dan tingkat kinerja kualitas pelayanan yang sama-sama rendah. Atribut kualitas pelayanan pada kuadran ini dirasakan tidak terlalu penting oleh konsumen, perusahaan melaksanakannya biasa-biasa saja sehingga belum perlu memperbaiki kinerja (prioritas rendah). Indikator-indikator yang berada di dalam kuadran ini adalah Bank BRI KC Cik Ditiro dapat menyimpan data dengan benar dan akurat Transaksi di Bank BRI KC Cik Ditiro bebas dari kekeliruan Staf Bank BRI KC Cik Ditiro dapat menanamkan kepercayaan

dan rasa aman kepada nasabah dan Bank BRI KC CikDitiro menginformasikan kepada nasabah tentang produk-produknya. Strategi yang hendaknya dilakukan oleh BRI adalah memberikan perhatian dan pengelolaan yang serius pada atribut yang masuk dalam kuadran in, karena ketidakpuasan pelanggan pada umumnya berawal dari atribut-atribut ini. Sikap ramah, perhatian kepada setiap pelanggan tanpa membedakan status harus ditanamkan pada diri karyawan sehingga pelanggan akan merasa diperhatikan, dan mendapat perlakuan khusus dari karyawan.

2. Kuadran B menunjukkan menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan dengan tingkat kepentingan pelanggan yang tinggi sedangkan tingkat kinerja kualitas pelanggan dinilai rendah sehingga kepuasan konsumen rendah (prioritas utama). Indikator-Indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah Staf Bank BRI KC Cik Ditiro bersikap ramah dan sopan dalam melayani transaksi, Staf Bank BRI KC Cik Ditiro penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi, Staf Bank BRI KC Cik Ditiro bersikap simpatik terhadap permasalahan nasabah dan Lokasi Bank BRI KC Cik Ditiro strategis dan mudah dijangkau dan Bank BRI KC Cik Ditiro melayani nasabah sejak pertama kali datang. Hal ini berarti bahwa konsumen memberikan penilaian kepentingan yang dirasakan tinggi dan nilai kualitas pelayanan yang tinggi. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa konsumen mempunyai kepentingan yang tinggi terhadap tingkat kinerja pelayanan di BRI namun yang dirasakan responden tidak setinggi tingkat kepentingannya dan responden merasa belum puas dengan pelayanan yang diberikan. Strategi yang hendaknya dilakukan oleh BRI Cik Di Tiro harus memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau *performance* pada kesembilan

atribut ini yaitu dengan cara meningkatkan SDM sehingga karyawan yang bekerja tidak hanya memiliki kemampuan pada bidang teknis saja tetapi karyawan juga mampu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga karyawan mampu memberikan penanganan dan mengatasi masalah-masalah yang ada. Langkah yang dilakukan misalnya dengan merekrut tenaga ahli yang telah berpengalaman sehingga akan kecil kemungkinannya terhadap kesalahan yang ada. Selain itu pihak BRI juga harus dapat memberikan pelayanan yang cepat, mengingat antrian yang panjang pada kantor pelayanan Bank BRI, sebaiknya jumlah karyawan perlu disesuaikan dengan permintaan pelanggan, sehingga pelanggan tidak perlu menunggu waktu yang cukup lama, karena hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasannya.

3. Kuadran C menunjukkan menunjukkan atribut-atribut tingkat harapan pelanggan dan tingkat kinerja kualitas pelayanan yang sama-sama tinggi sehingga konsumen merasakan kepuasan. Hal ini menuntut perusahaan untuk mempertahankan posisinya (pertahankan prestasi). Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah Staf Bank BRI KC Cik Ditiro melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien, Staf Bank BRI KC Cik Ditiro memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan dan permasalahan nasabah, Staf Bank BRI KC Cik Ditiro tetap ada pada jam-jam kerja (sibuk), Bank BRI KC Cik Ditiro menggunakan peralatan yang terlihat canggih dan modern, Informasi yang diberikan Bank BRI KC Cik Ditiro mudah dimengerti dan dipahami. Dengan tingginya nilai tingkat harapan pelanggan dan tingginya pula nilai tingkat kinerja kualitas pelayanan maka variabel yang masuk

dalam kuadran C haruslah dipertahankan akan lebih baik bila ditingkatkan hingga menyentuh nilai kepentingan konsumen.

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh BRI harus dapat mempertahankan atribut yang masuk dalam kuadran ini yang telah dinilai oleh pelanggan sebagai pelayanan yang memuaskan. Hal ini memang telah dilakukan oleh pihak BRI, karena perusahaan perbankan sudah *go public*, sehingga perusahaan harus mengedepankan keprofesionalan karyawan, dan kecepatan karyawan dalam melayani karyawan. Selain itu pihak manajemen hendaknya menyediakan produk yang bervariasi dan ditunjang teknologi terbaru sehingga mampu memberikan hasil kerja yang optimal.

4. Kuadran D menunjukkan atribut-atribut kualitas pelayanan yang memiliki harapan rendah sedangkan tingkat kinerjanya tinggi. Dalam pelaksanaan atribut ini dirasakan terlalu berlebihan padahal konsumen menganggapnya kurang penting (berlebihan). Berdasarkan analisis diagram kartesius indikator-indikator yang berada dalam kuadran ini adalah Bank BRI KC Cik Ditiro memiliki fasilitas yang menarik, nyaman dan bersih, serta aman untuk digunakan (misalnya : mesin ATM drive true, ruang tunggu, tempat parkir, dll), Staf Bank BRI KC Cik Ditiro mengetahui kebutuhan nasabah, Staf Bank BRI KC Cik Ditiro dapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah, Bank BRI KC Cik Ditiro menjamin keamanan nasabah dalam bertransaksi, dan Bank BRI KC Cik Ditiro memberikan pelayanan yang sama sepanjang hari kepada semua nasabah.

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus mempertimbangkan kembali atribut yang masuk dalam kuadran ini karena dirasakan terlalu

berlebihan. Untuk itu sebaiknya kinerja yang ada pada kedua atribut diatas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak begitu mementingkan pelayanan pada atribut tersebut. Usaha peningkatan kualitas pelayanan dialihkan pada beberapa atribut yang dirasa sangat dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerjanya masih terasa kurang yaitu atribut-atribut yang berada pada kuadran A.

4.6. Pembahasan

Secara keseluruhan, nilai servqual skor lima dimensi bernilai positif sebesar 0,02, yang menunjukkan bahwa, kualitas keseluruhan layanan yang disediakan oleh perusahaan sudah memenuhi ekspektasi pelanggan.

Dunia perbankan pada dewasa ini mengalami perkembangan yang sangat pesat, sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis perbankan yang kompetitif dan ketat. Kenyataan seperti ini tidak dapat dipungkiri lagi sehingga setiap bank dituntut untuk menggunakan berbagai cara dalam menarik minat masyarakat. Bank merupakan lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerimasimpanan giro, tabungan, dan deposito. Kemudian bank juga dikenal sebagai tempat untuk meminjam uang (kredit) bagi masyarakat yang membutuhkannya. Disamping itu, bank juga dikenal sebagai tempat untuk menukar uang, memindahkan uang atau menerima segala macam bentuk pembayaran dan setoran seperti pembayaran listrik, telepon, air, pajak, uang kuliah, dan pembayaran lainnya. Bank sebagai lembaga keuangan yang usaha utamanya memberikan jasa penyimpanan dan menyalurkannya kembali dalam berbagai alternatif pinjaman kepada masyarakat juga perlu memfokuskan pada kinerja pelayanan untuk memuaskan pelanggannya.

Bank harus memantau kepuasan pelanggan atau nasabahnya agar terjalin hubungan yang memuaskan pada kondisi pasar pembeli, nasabah dapat memilih macam tawaran produk atau jasa bank, bank harus dapat memberikan kualitas pelayanan yang baik dan apabila tidak dilakukan, maka nasabah akan berpaling ke bank lain yang dapat memberikan kualitas pelayanan yang lebih baik agar bank dapat memenangkan persaingan dan tetap bertahan, maka bank harus berwawasan pelanggan, sehingga bank yang unggul dalam persaingan adalah bank yang disamping pandai merekayasa produk/jasa, juga cermat dalam merekayasa pasar. Dalam hal ini diperlukan kerjasama dari seluruh departemen dan karyawan di bank tersebut untuk bersama-sama merancang dan mengimplementasikan suatu sistem penyampaian nilai pelanggan yang lebih .

Seiring dengan semakin ketatnya persaingan bisnis perbankan, manajemen perbankan harus memperhatikan kepuasan dan ketidakpuasan nasabah. Pihak-pihak yang berhubungan langsung dengan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, dan peneliti konsumen. Ini berarti manajemen harus menempatkan orientasi perhatiannya pada kepuasan pelanggan yang diyakini merupakan kunci utama untuk dapat memenangkan persaingan dengan memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui produk dan jasa yang berkualitas.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Hal ini dapat membawa dampak negatif bagi perusahaan perbankan yaitu dapat menurunkan jumlah nasabah dan menyebabkan nasabah tidak tertarik lagi menggunakan jasa perbankan sehingga akan menurunkan laba perusahaan.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya. Harapan tersebut dibandingkan dengan persepsi pelanggan terhadap kenyataan dan harapan yang mereka terima/peroleh dari perusahaan. Jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan tersebut memuaskan.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu bagaimana tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang meliputi : *tangibles, reliability, responiveness, assurance, dan empathy* pada pelayanan Bank BRI KC Cik Ditiro Yogyakarta, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis SERVQUAL menghasilkan nilai kinerja sebesar 3,80 dan harapan nasabah diperoleh nilai sebesar 3,78, yang berarti nilai dalam keadaan tinggi. maka dapat dinyatakan tingkat pelayanan Bank BRI KC Cik Ditiro Yogyakarta dalam kategori sangat baik. Hal ini menunjukkan tingkat kinerja sudah sesuai dengan tingkat harapan, yang berarti secara keseluruhan harapan responden akan pelayanan Bank BRI KC Cik Ditiro Yogyakarta sudah terpenuhi.
2. Berdasarkan diagram kartesius, maka dapat disimpulkan bahwa Bank BRI KC Cik Ditiro Yogyakarta hendaknya memprioritaskan variabel-variabel yang berada pada kuadran B untuk diperbaiki guna meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, maka dapat diberikan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pihak manajemen Bank BRI KC Cik Ditiro Yogyakarta sebaiknya tetap menjaga kualitas pelayanannya dari kelima dimensi tersebut atau minimal tidak mengalami penurunan terutama dalam hal pelayanan yang berhubungan dengan keinginan pelanggan dan sebaiknya pihak Bank BRI

KC Cik Ditiro Yogyakarta harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan yang sudah memberikan kepuasan bagi pelanggan terutama pada atribut yang berada dalam kuadran C.

2. Perlu segera melakukan perbaikan terutama pada kuadran B dalam meningkatkan kualitas pelayanan, yaitu dengan cara meningkatkan SDM sehingga karyawan yang bekerja tidak hanya memiliki kemampuan pada bidang teknis saja tetapi karyawan juga mampu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, sehingga karyawan mampu memberikan penanganan dan mengatasi masalah-masalah yang ada. Langkah yang dilakukan misalnya dengan merekrut tenaga ahli yang telah berpengalaman sehingga akan kecil kemungkinannya terhadap kesalahan yang ada.

Daftar pustaka

- Koestanto, Tri Hari. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 10.
- Munhurrun,et,al, (2010). Service Quality In The Public Service. *International Journal Of Management and Marketing Research* Vol. 3 No. 1.
- Lovenia , Christiana Okky A. (2012). (Skripsi) *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Nasabah Bank Jateng Cabang Utama Semarang)*. Semarang: Fakultas Ekonomi UNDIP.
- Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perbankan Indonesia.* (<http://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/Pages/Bank-Umum.aspx>, diakses pada 10 oktober 2017 pada pukul 4:43 WIB).
- Triswandari, Uchik. (2011). (Skripsi) *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (PERSERO) Rayon Makasar Timur*. Makasar: Fakultas Ilmu SOSPOL Hasanudin.
- Yamit, Zulian, (2001). *Manajemen Kualitas : Produk dan Jasa*. Edisi pertama, Cetakan pertama, Yogyakarta, Penerbit Ekonisia.
- Purnama, Nursya'bani, (2006). *Manajemen Kualitas : Perspektif Global*. Edisi pertama, Cetakan pertama, Yogyakarta, Penerbit Ekonisia.
- Sudirman, Dewi Yanti. (2011). (Skripsi) *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) TBK Cabang A. Yani Makasar*. Makassar: Fakultas Ekonomi Hasanudin.
- Khatimah, Husnul (jurnal), Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada Nasabah BRI Cabang Semarang Patimura
- Tjiptono, Fandy, Ph.D, (2014), *Pemasaran Jasa*, Andi, Yogyakarta
- Lupiyadi, R. dan Hamdani,A. (2009), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta : Salemba Empat
- Sugiyono, (2004), *Metode Penelitian Bisnis*: Penerbit CV. Alfabeta, Bandung

Kotler, Philip, (2000), *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan Implementasi dan Control*. Teremahan. Edisi kedelapan, jilid 1, Penerbit Prenhalindo, Jakarta.

Husein Umar, (2003), *Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Jakarta: PT.Gramedia Pustaka.

Uma Sekaran, (1992), *Metodologi Penelitian Untuk Bisni*, Edisi 4, Buku 1, Jakarta barat: Salemba Empat.

Sutrisno, Hadi, *Metodologi Research*, Rineka Cipta, Yogyakarta

Solomon, Michael R, (2012). *Consumer Behavior*. Ninth Edition. New Jersey: Pearson Education.

Lampiran 1 KUESIONER

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BRI KC CIK DITIRO YOGYAKARTA

Data Pribadi

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-Laki
 - b. Perempuan
3. Menjadi pelanggan Bank BRI KC Cik Ditiro sejak :
 - a. < 6 bulan
 - b. 6 bulan – 1 tahun
 - c. > 1 tahun
4. Selain Bank BRI apakah anda menggunakan jasa perbankan lainnya :
 - a. Tidak
 - b. Ya
5. Masalah yang pernah dikeluhkan :
 - a. Slip resi yang jarang keluar dari mesin ATM
 - b. Antrian yang lama
 - c. Pin terblokir
6. Berapa banyak jumlah uang yang ditabung dalam waktu 1 bulan ?
 - a. < Rp.150.000
 - b. 200.000 – 300.000
 - c. > 350.000

Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini.
2. Berilah tanda centang (√) pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
3. Ada (lima) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan *Performance* (kinerja/dirasakan), yaitu:
 - Sangat Setuju (SS)
 - Setuju (S)
 - Cukup Setuju (CS)
 - Tidak Setuju (TS)
 - Sangat Tidak Setuju (STS)

LAMPIRAN

Uji Validitas dan Realibilitas Harapan Nasabah

Correlations

		Correlations				
		Tan1	Tan2	Tan3	Tan4	Total
Tan1	Pearson Correlation	1	,721**	,781**	,197	,889**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,054	,000
	N	96	96	96	96	96
Tan2	Pearson Correlation	,721**	1	,680**	,205*	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,045	,000
	N	96	96	96	96	96
Tan3	Pearson Correlation	,781**	,680**	1	,122	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,237	,000
	N	96	96	96	96	96
Tan4	Pearson Correlation	,197	,205*	,122	1	,479**
	Sig. (2-tailed)	,054	,045	,237		,000
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	,889**	,843**	,856**	,479**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,771	4

Correlations

		Rel1	Rel2	Rel3	Rel4	Total
Rel1	Pearson Correlation	1	,673**	,593**	,577**	,842**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
Rel2	Pearson Correlation	,673**	1	,436**	,490**	,764**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
Rel3	Pearson Correlation	,593**	,436**	1	,810**	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96
Rel4	Pearson Correlation	,577**	,490**	,810**	1	,872**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	,842**	,764**	,861**	,872**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,856	4

Correlations

		Res1	Res2	Res3	Res4	Total
Res1	Pearson Correlation	1	,611**	,629**	,286**	,784**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,005	,000
	N	96	96	96	96	96
Res2	Pearson Correlation	,611**	1	,756**	,433**	,868**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
Res3	Pearson Correlation	,629**	,756**	1	,388**	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96
Res4	Pearson Correlation	,286**	,433**	,388**	1	,685**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	,784**	,868**	,856**	,685**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,801	4

Correlations

Correlations

		Ass1	Ass2	Ass3	Ass4	Ass5	Total
Ass1	Pearson Correlation	1	,366**	,411**	,443**	,162	,684**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,115	,000
	N	96	96	96	96	96	96
Ass2	Pearson Correlation	,366**	1	,559**	,521**	,175	,734**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,088	,000
	N	96	96	96	96	96	96
Ass3	Pearson Correlation	,411**	,559**	1	,794**	,233*	,846**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,022	,000
	N	96	96	96	96	96	96
Ass4	Pearson Correlation	,443**	,521**	,794**	1	,154	,824**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,134	,000
	N	96	96	96	96	96	96
Ass5	Pearson Correlation	,162	,175	,233*	,154	1	,466**
	Sig. (2-tailed)	,115	,088	,022	,134		,000
	N	96	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	,684**	,734**	,846**	,824**	,466**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,759	5

Correlations

		Emp1	Emp2	Emp3	Total
Emp1	Pearson Correlation	1	,795**	,818**	,941**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96
Emp2	Pearson Correlation	,795**	1	,748**	,918**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96
Emp3	Pearson Correlation	,818**	,748**	1	,920**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	,941**	,918**	,920**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,917	3

Uji Validitas dan Realibilitas Persepsi Nasabah

Correlations

		Correlations				
		Tan1	Tan2	Tan3	Tan4	Total
Tan1	Pearson Correlation	1	,609**	,469**	,482**	,748**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
Tan2	Pearson Correlation	,609**	1	,692**	,736**	,887**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
Tan3	Pearson Correlation	,469**	,692**	1	,839**	,882**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96
Tan4	Pearson Correlation	,482**	,736**	,839**	1	,897**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	,748**	,887**	,882**	,897**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,876	4

Correlations

		Correlations				
		Rel1	Rel2	Rel3	Rel4	Total
Rel1	Pearson Correlation	1	,847**	,797**	,614**	,919**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
Rel2	Pearson Correlation	,847**	1	,852**	,582**	,924**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96
Rel3	Pearson Correlation	,797**	,852**	1	,607**	,916**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96
Rel4	Pearson Correlation	,614**	,582**	,607**	1	,790**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	,919**	,924**	,916**	,790**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,910	4

Correlations

		Res1	Res2	Res3	Res4	Total
Res1	Pearson Correlation	1	,799**	,311**	,251*	,784**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,014	,000
	N	96	96	96	96	96
Res2	Pearson Correlation	,799**	1	,224*	,210*	,741**
	Sig. (2-tailed)	,000		,029	,040	,000
	N	96	96	96	96	96
Res3	Pearson Correlation	,311**	,224*	1	,764**	,761**
	Sig. (2-tailed)	,002	,029		,000	,000
	N	96	96	96	96	96
Res4	Pearson Correlation	,251*	,210*	,764**	1	,735**
	Sig. (2-tailed)	,014	,040	,000		,000
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	,784**	,741**	,761**	,735**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,749	4

Correlations

Correlations

		Ass1	Ass2	Ass3	Ass4	Ass5	Total
Ass1	Pearson Correlation	1	,432**	,191	,158	,139	,528**
	Sig. (2-tailed)		,000	,062	,125	,177	,000
	N	96	96	96	96	96	96
Ass2	Pearson Correlation	,432**	1	,210*	,123	,292**	,556**
	Sig. (2-tailed)	,000		,040	,234	,004	,000
	N	96	96	96	96	96	96
Ass3	Pearson Correlation	,191	,210*	1	,776**	,570**	,824**
	Sig. (2-tailed)	,062	,040		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
Ass4	Pearson Correlation	,158	,123	,776**	1	,551**	,788**
	Sig. (2-tailed)	,125	,234	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96
Ass5	Pearson Correlation	,139	,292**	,570**	,551**	1	,744**
	Sig. (2-tailed)	,177	,004	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	,528**	,556**	,824**	,788**	,744**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,732	5

Correlations

		Emp1	Emp2	Emp3	Total
Emp1	Pearson Correlation	1	,801**	,650**	,917**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96
Emp2	Pearson Correlation	,801**	1	,605**	,906**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96
Emp3	Pearson Correlation	,650**	,605**	1	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	,917**	,906**	,843**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,867	3