

APLIKASI CARTER MODEL UNTUK MENGUKUR KEPUASAN
KONSUMEN BANK SYARIAH
(STUDI KASUS PADA BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH SURYA
KENCANA KRADENAN KABUPATEN GROBOGAN)

SKRIPSI



ditulis oleh

Nama : Iari Kurnia Putra
Nomor Mahasiswa : 01311538
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2006

APLIKASI CARTER MODEL UNTUK MENGUKUR KEPUASAN
KONSUMEN BANK SYARI'AH
(STUDI KASUS PADA BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH SURYA
KENCANA KRADENAN KABUPATEN GROBOGAN)

SKRIPSI

ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna
memperoleh gelar Sarjana Starta-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



ditulis oleh

Nama : Iari Kurnia Putra
Nomor Mahasiswa : 01311538
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2006

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, 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, 15 Juni 2006

Penulis

Iari Kurnia Putra

APLIKASI CARTER MODEL UNTUK MENGUKUR KEPUASAN
KONSUMEN BANK SYARIAH
(STUDI KASUS PADA BAITUL TAMWIL MUHAMMADIYAH SURYA
KENCANA KRADENAN KABUPATEN GROBOGAN)

Nama : Iari Kurnia Putra
Nomor Mahasiswa : 01311538
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 4 Mei 2006

Telah disetujui dan disahkan oleh
Dosen Pembimbing,



Nursya'bani Purnama, Drs,H,M.SI.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

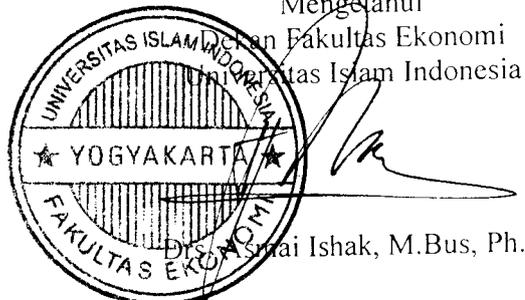
**Aplikasi Carter Model Untuk Mengukur Kepuasan Konsumen Bank
Syari'ah (Studi Kasus Pada Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya
Kencana Kradenan Kabupaten Grobogan)**

Disusun Oleh: IARI KURNIA PUTRA
Nomor mahasiswa: 01311538

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
Pada tanggal : 15 Juni 2006

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Nursya'bani Purnama, M.Si

Penguji : Dra. Siti Nurul Ngaini, MM



HALAMAN MOTTO

*“Aku hidup hanya untuk hari ini karena aku,
Aku termotivasi karena rasa dan bukan karena apa yang akan terjadi,
Aku tlah diberi oleh-Nya dan itulah rasa”
(IR PUTRA)*

*“Pengalaman adalah guru yang paling berharga...”
(Orang Bijak)*

*“Aku diberi hidup satu oleh Tuhan yang insya Allah SWT akan kuberikan 100% untuk
Tanah Air Ku, dan jika Tuhan memberikan hidup dua atau hidup tiga pada Ku maka hidup dua
atau hidup tiga itu akan kuberikan 100% juga untuk Tanah Air Ku”
(Bung Karno)*

*“...ku ingin kau miliki sejuta harapan...”
(PAS Band)*

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini ku persembahkan untuk ku dan “orang-orang” yang selalu ada dan tetap ada disekelilingku dalam hancur dan senangku tuk slalu mengajarku..., terutama untuk:

- *“Ayah” (Ediono) dan “Ibu” (Fatimah) atas segala yang takan pernah bisa kubalas,*
- *Adik”ku,*
- *My soul brother, Sahabat-sahabatku dan Teman-temanku,*
- *Bintang hijau dibarat laut yang pernah muncul tuk memberiku inspirasi.*

IARI KURNIA PUTRA

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan, kesabaran, kekuatan dan tak lupa ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: “APLIKASI CARTER MODEL UNTUK MENGUKUR KEPUASAN KONSUMEN BANK SYARI’AH” dengan studi kasus pada Baitul Tamwil Muhammadiyah Surya Kencana Kradenan Kabupaten Grobogan. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak mendapat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Tanpa bantuan dari pihak-pihak tersebut, penyusunan skripsi tidak akan terselesaikan dengan baik. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Nursya'bani Purnama, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar memberi pengarahan dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
4. Bapak MA. Amin Rois AG, S.E. selaku General Manager BTM Surya Kencana yang telah memperkenankan penulis untuk melakukan penelitian pada BTM Surya Kencana.

5. Seluruh Karyawan BTM Surya Kencana dan seluruh responden (nasabah BTM Surya Kencana) yang telah membantu dalam penelitian dan penyusunan skripsi.
6. Keluarga besar ibu Sitiaisyah, mas Amin dan keluarga, Cipto Suranto dan keluarga yang telah mengizinkan penulis untuk mengingat pada saat melakukan penelitian. “Maaf jika telah merepotkan.....”
7. Ayah dan Ibu yang pengaruh dan pengorbanannya sangat terlalu banyak dan tak mungkin bisa kuungkapkan. Aku memang tak akan pernah bisa membalasnya, tapi aku pasti akan “berusaha”.
8. Adik”ku, semoga kita bisa sama-sama bersyukur karena telah diijinkan untuk hidup/pernah dalam keluarga ini.
9. Anak-anak “Soul Brother”, sahabat-sahabat dari Cilacap, sahabat dan guru gitarku, anak kost-an lama, anak-anak kontrakan, “dua orang sahabat” yang kutemukan diJogja, temen-temen kuliah, temen-temen KKN, temen-temen di “ex Sintesa Band”, “ex Loemaniz Band”. “BencongSalon Band”, “FunkConcerto Band”, “Irine Photo Copy” dan semua sahabat yang maaf jika tak mungkin disebutkan namanya satu persatu.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangatlah

penulis harapkan, dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkannya.

Wassalamu 'alaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, 15 Juni 2006

Penulis

Iari Kurnia Putra

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI.....	i
HALAMAN JUDUL SKRIPSI.....	ii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Penelitian Pendahulu	7
2.2 Bank Syari'ah	8
2.2.1 Karakteristik Bank Syari'ah	8

2.3 Karakteristik Jasa	9
2.4 Kualitas Pelayanan	10
2.4.1 Mengelola Kualitas Pelayanan	10
2.4.2 Dimensi Kualitas Pelayanan	10
2.4.3 Dimensi CARTER	11
2.5 Prinsip-prinsip Kualitas Jasa	12
2.6 Kepuasan Konsumen	14
2.7 Analisa <i>Importance-Performance</i>	14
2.8 Matriks <i>Importance-Performance</i>	15

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian	17
3.1.1 Sejarah Singkat BTM Surya Kencana	17
3.1.2 Visi dan Misi BTM Surya Kencana	18
3.1.3 Produk Jasa BTM Surya Kencana	18
3.2 Variabel Penelitian	19
3.3 Devinisi Operasional Variabel	22
3.4 Alat Pengumpul Data	23
3.5 Populasi dan Sampel	23
3.5.1 Populasi	23
3.5.2 Sampel	24
3.5.3 Teknik Penarikan Sampel	24
3.6 Teknik Analisis	24

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik Responden	26
4.1.1	Karakteristik Berdasar Jenis Kelamin	26
4.1.2	Karakteristik Berdasar Usia	27
4.1.3	Karakteristik Berdasar Tingkat Pendidikan	28
4.1.4	Karakteristik Berdasar Pekerjaan	29
4.1.5	Karakteristik Berdasar Pendapatan Bulanan	30
4.2	Instrumen Penelitian	30
4.2.1	Tingkat Kinerja (<i>Performance</i>) (X)	31
4.2.1.1	Tingkat Kinerja Berdasarkan Prinsip dan Hukum Islam (<i>Compliance</i>) (X1)	32
4.2.1.2	Tingkat Kinerja Berdasarkan Jaminan (<i>Assurance</i>) (X2)	33
4.2.1.3	Tingkat Kinerja Berdasarkan Keandalan (<i>Reliability</i>) (X3)	33
4.2.1.4	Tingkat Kinerja Berdasarkan Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>) (X4)	33
4.2.1.5	Tingkat Kinerja Berdasarkan Empati (<i>Empati</i>) (X5) ..	34
4.2.1.6	Tingkat Kinerja Berdasarkan Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) (X6)	35
4.2.2	Tingkat Kepentingan (<i>Importance</i>) (Y)	36
4.2.2.1	Tingkat Kepentingan Berdasarkan Prinsip dan Hukum Islam (<i>Compliance</i>) (Y1)	36
4.2.2.2	Tingkat Kepentingan Berdasarkan Jaminan	

	<i>(Assurance)</i> (Y2)	37
4.2.2.3	Tingkat Kepentingan Berdasarkan Keandalan <i>(Reliability)</i> (Y3)	38
4.2.2.4	Tingkat Kepentingan Berdasarkan Bukti Fisik <i>(Tangibles)</i> (Y4)	39
4.2.2.5	Tingkat Kepentingan Berdasarkan Empati (<i>Empathy</i>) (Y5)	40
4.2.2.6	Tingkat Kepentingan Berdasarkan Daya Tanggap <i>(Responsiveness)</i> (Y6)	41
4.3	Model Gap (Kesenjangan) Kualitas Layanan Pada Model CARTER	42
4.4	Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen pada Setiap Dimensi dalam Model CARTER	44
4.5	Analisis <i>Importance-Performance</i> dalam Model CARTER	46
4.5.1	Analisis <i>Importance-Performance</i> pada Setiap Dimensi Model CARTER	46
4.5.2	Analisis <i>Importance-Performance</i> pada Setiap Atribut Dimensi Model CARTER	48
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan	55
5.2	Saran	57
DAFTAR PUSTAKA		59
LAMPIRAN		60

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
1.1 Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional	2
4.1 Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin	27
4.2 Karakteristik Responden Berdasar Usia	27
4.3 Karakteristik Responden Berdasar Tingkat Pendidikan	28
4.4 Karakteristik Responden Berdasar Pekerjaan	29
4.5 Karakteristik Responden Berdasar Pendapatan Bulanan	30
4.6 Tingkat Kinerja Berdasarkan Prinsip dan Hukum Islam	31
4.7 Tingkat Kinerja Berdasarkan Jaminan	32
4.8 Tingkat Kinerja Berdasar Keandalan	33
4.9 Tingkat Kinerja Berdasarkan Bukti Fisik	34
4.10 Tingkat Kinerja Berdasarkan Empati	35
4.11 Tingkat Kinerja Berdasarkan Daya Tanggap	36
4.12 Tingkat Kepentingan Berdasarkan Prinsip dan Hukum Islam	37
4.13 Tingkat Kepentingan Berdasarkan Jaminan	38
4.14 Tingkat Kepentingan Berdasarkan Keandalan	39
4.15 Tingkat Kepentingan Berdasarkan Bukti Fisik	40
4.16 Tingkat Kepentingan Berdasarkan Empati	41
4.17 Tingkat Kepentingan Berdasarkan Daya Tanggap	42
4.18 Penilaian Kualitas Pelayanan BTM Surya Kencana	43
4.19 Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen BTM Surya Kencana	45

Tabel	Halaman
4.20 Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja BTM Surya Kencana (setiap dimensi)	46
4.21 Analisis <i>Importance-Performance</i> BTM Surya Kencana (setiap Atribut)	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1 Matriks Importance-Performance	14
4.1 Matriks <i>Importance-Performance</i> BTM Surya Kencana (setiap dimensi)	47
4.2 Matriks <i>Importance-Performance</i> BTM Surya Kencana (setiap atribut)	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
I KUESIONER	60
II DATA RESPONDEN DAN HASIL KUESIONER	67
III RATA-RATA SKORE PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP BTM SURYA KENCANA.....	74

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kesadaran masyarakat atas keamanan dalam menyimpan uang atau surat-surat berharga lainnya sudah menjadi suatu kebutuhan. Masyarakat saat ini sudah terbiasa untuk menyimpan uang dan barang-barang berharga lainnya di bank.

Bank selain sebagai tempat menyimpan uang adalah termasuk suatu lembaga keuangan yang usaha pokoknya memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalulintas pembayaran dan peredaran uang, sehingga aktifitas bank sangat berpengaruh terhadap distribusi uang secara nasional.

Bank syari'ah adalah salah satu jenis Bank Umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalulintas pembayaran. Bank syari'ah mulai berkembang di Indonesia diawali dengan berdirinya Bank Muamalat pada November 1991. Prinsip syari'ah tidak hanya terbatas pada konteks perbankan, melainkan juga meliputi berbagai kegiatan ekonomi dan investasi, termasuk di pasar modal dan asuransi. Hal-hal yang membedakan antara Bank Syari'ah dan Bank Konvensional dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1

Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional

No.	Bank Syari'ah	Bank Konvensional
1	Berinvestasi pada usaha yang halal	Bebas Nilai
2	Atas dasar bagi hasil, margin keuntungan dan fee	Sistem bunga
3	Besaran bagi hasil beubah-ubah tergantung kinerja usaha	Besarannya tetap
4	Profit dan falah oriented	Profit oriented
5	Pola hubungan kemitraan	Hubungan debitur-kreditur
6	Ada Dewan Pengawas Syari'ah	Tidak ada lembaga sejenis

Sumber: www.syariahmandiri.com (2004)

Dalam persaingan bisnis yang terjadi saat ini, bank khususnya Bank Syari'ah harus pandai dalam menjaga konsumen-konsumennya. Banyaknya usaha dibidang perbankan, menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan untuk memanfaatkan jasa bank.

Untuk menjaga konsumen-konsumennya, suatu perusahaan perlu memperhatikan tingkat kualitas yang telah diberikan pada para konsumennya. Walaupun begitu, suatu perusahaan tidak dapat begitu saja menaikkan kinerja kualitas yang ada. Hal itu akan menyebabkan perusahaan akan mengalami pembengkakan biaya kualitas tanpa mengetahui seberapa efektif pengaruh naiknya tingkat kinerja kualitas yang diberikan terhadap tingkat kepentingan kualitas yang dibutuhkan oleh konsumennya. Untuk itu suatu perusahaan perlu menyusun strategi yang baik dalam membangun kualitas.

Kepuasan konsumen menjadi kunci penting untuk sebuah perusahaan, karena jika konsumen merasa kurang puas maka konsumen akan berkurang. Adapun faktor penting yang menjadi standar ukuran kepuasan konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan adalah pelayanan. Pengertian kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya, jika tidak sesuai dengan harapannya maka konsumen tidak puas (Kotler, 2001:42).

Menurut Wyckof dalam Lovelock (1988), kualitas layanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen, (Fandy Tjiptono, 2004:59). Setiap perusahaan memerlukan *service excellence*. Yang dimaksud dengan *service excellence* atau pelayanan yang unggul, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani konsumen secara memuaskan.

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, (Nursya'bani Purnama, 2006:20). Kualitas layanan dapat dilihat dari 10 dimensi yang kemudian disederhanakan menjadi 5 dimensi kualitas, yaitu: *Tangibles* (bukti fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan), *Empathy* (empati). Secara umum kelima dimensi tersebut banyak digunakan, namun

untuk diterapkan pada perusahaan yang memiliki karakter khusus kelima dimensi tersebut masih kurang sempurna. Untuk meneliti kualitas pelayanan bank syariah yang memiliki karakter khusus yaitu penggunaan prinsip dan hukum islam, Othman dan Owen (2001) menyodorkan dimensi **CARTER** yang terdiri dari *Compliance* (karakter spesifik), *Assurance* (jaminan), *Reliability* (keandalan), *Tangibles* (bukti fisik), *Empathy* (empati) dan *Responsiveness* (daya tanggap), (Nursya'bani Purnama, 2006:23).

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan dengan perusahaan. Kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan harus dapat memenuhi persepsi dan harapan konsumen untuk memberikan kepuasan konsumen. Harapan konsumen secara umum dipengaruhi oleh tiga faktor yaitu komunikasi dari mulut kemulut, kebutuhan individu dan pengalaman yang diperolehnya dimasa lalu. Harapan konsumen harus menjadi acuan penyedia layanan untuk mendesain, menghasilkan, dan menyampaikan layanan kepada konsumen. Sedangkan persepsi konsumen adalah penilaian konsumen terhadap layanan yang telah dirasakan atau diperoleh. Selisih antara Persepsi dan harapan konsumen merupakan kualitas layanan yang dirasakan oleh konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti masalah tersebut dengan judul ***“Aplikasi CARTER Model untuk Mengukur Kepuasan Konsumen Bank Syariah”*** yang dilakukan di BTM Surya Kencana Kabupaten Grobogan.

1.2. Rumusan Masalah

- 1) Bagaimana tingkat kualitas pelayanan BTM Surya Kencana yang terdiri dari prinsip dan hukum Islam (compliance), jaminan (assurance), kehandalan (reliability), bukti langsung (tangibles), empati (empathy) dan daya tanggap (responsiveness)?
- 2) Dimensi manakah yang sebaiknya memperoleh prioritas untuk diperbaiki oleh BTM Surya Kencana?
- 3) Atribut dimensi manakah yang sebaiknya memperoleh prioritas untuk diperbaiki oleh BTM Surya Kencana?

1.3. Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan yang terdiri dari prinsip dan hukum Islam (compliance), jaminan (assurance), kehandalan (reliability), bukti langsung (tangibles), empati (empathy) dan daya tanggap (responsiveness) pada BTM Surya Kencana.
- 2) Untuk mengetahui dimensi mana yang sebaiknya memperoleh prioritas untuk diperbaiki oleh BTM Surya Kencana.
- 3) Untuk mengetahui atribut dimensi mana yang sebaiknya memperoleh prioritas untuk diperbaiki oleh BTM Surya Kencana.

1.4. Manfaat Penelitian

1) Bagi Perusahaan

Dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam membangun kualitas pelayanan jasa yang diberikan oleh BTM Surya Kencana sehingga dapat memberikan kepuasan yang optimal.

2) Bagi Penulis

Untuk menerapkan ilmu teori yang didapatkan selama perkuliahan, khususnya pengetahuan dibidang Manajemen Operasional terutama mengenai Kualitas Pelayanan Jasa terhadap Kepuasan Konsumen Bank Syaria'ah.

3) Bagi Pihak Lain

Dapat digunakan sebagai informasi dalam menentukan, mempertimbangkan, menganalisis, segala permasalahan yang di temukan dalam masyarakat yang berhubungan dengan penulisan atau penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

2.1. Penelitian Pendahuluan

Penelitian terdahulu dilakukan oleh Sockiyono (2004) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Jasa Kereta Api Eksekutif Purwojaya”. Berdasarkan hasil penelitiannya dapat disimpulkan sebagai berikut:

Dilihat dari jalur lima variabel (tangible, reliability, responsiveness assurance dan empathy) yang diteliti, variabel yang paling besar pengaruhnya adalah reliability.

Berdasarkan importance performance analysis dapat diketahui atribut yang perlu diperbaiki perusahaan (berada dalam kuadran A) berusaha menepati waktu, perusahaan bersikap simpatik dan ikut memecahkan permasalahan, perusahaan memberikan jasanya sesuai dengan yang dijanjikan, perusahaan melakukan pemeriksaan tiket secara akurat, konsumen dilayani dengan cepat oleh karyawan perusahaan dan konsumen merasa aman dalam melakukan transaksi dengan karyawan perusahaan. Atribut yang berada dalam kuadran A ini memerlukan perhatian untuk ditingkatkan kinerja pelayanannya. Dengan analisis importance performance analysis tersebut dapat diketahui bahwa atribut perusahaan berusaha menepati waktu berada dalam kuadran A.

2.2. Bank Syari'ah

Bank Syari'ah adalah lembaga keuangan yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip dan hukum Islam yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalulintas pembayaran.

2.2.1. Karakteristik Bank Syari'ah

Menurut UU No. 10 tahun 1998 tentang Perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan, disebutkan bahwa Bank Syariah adalah Bank Umum yang melaksanakan kegiatan usaha berdasarkan prinsip syari'ah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Dalam menjalankan aktifitasnya, Bank Syari'ah menganut prinsip-prinsip sebagai berikut:

1) Prinsip Keadilan

Prinsip ini tercermin dari penerapan imbalan atas dasar bagi hasil dan pengambilan margin keuntungan yang disepakati bersama antara Bank dengan Nasabah.

2) Prinsip Kesederajatan

Bank Syari'ah menempatkan nasabah penyimpanan dana, nasabah pengguna dana, maupun Bank pada kedudukan yang sama dan sederajat. Hal ini tercermin dalam hak, kewajiban, resiko, dan keuntungan yang berimbang antara nasabah penyimpan dana, nasabah pengguna dana, maupun Bank.

3) Prinsip Ketentraman

Produk-produk Bank Syariah telah sesuai dengan prinsip dan kaidah Muamalah Islam, antara lain tidak adanya unsur riba serta penerapan zakat harta. Dengan demikian, nasabah akan merasakan ketentraman lahir maupun batin.

2.3. Karakteristik Jasa

Ada empat karakteristik pokok pada jasa yang membedakan antara jasa dengan barang. Keempat karakteristik tersebut (Fandy Tjiptono, 2004:15) meliputi:

1) Tidak berwujud (*Intangible*)

Jasa bersifat *intangible* artinya tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, dicium, atau didengar sebelum dibeli.

2) Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Jasa dihasilkan dikonsumsi secara bersamaan tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan, dalam persediaan, didistribusikan melewati berbagai penjualan dan kemudian baru dikonsumsi.

3) Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat variabel karena merupakan *nonstandardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4) Tidak tahan lama (*Perish Ability*)

Jasa merupakan komoditas tidak dapat ditahan dan tidak dapat disimpan. Misal, kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni atau jam tertentu tanpa pasien ditempat praktek gigi atau hilang begitu saja karena tidak dapat disimpan.

2.4. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah persepsi dan realitas dari pelayanan yang diharapkan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Pelayanan adalah setiap kegiatan yang dilakukan pihak lain yang ditujukan guna memenuhi kepentingan orang banyak (*H.A.S. Moenir, 1982:20*).

2.4.1. Mengelola Kualitas Pelayanan

Salah satu cara perusahaan untuk tetap dapat unggul bersaing adalah memberikan pelayanan dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Kuncinya adalah memenuhi atau melebihi harapan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman lampainya, pembicaraan dari mulut ke mulut dan iklan perusahaan.

2.4.2. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (et.al) menemukan bahwa sepuluh dimensi kualitas jasa dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok, meliputi (*Nursya'bani Purnama, 2006:22*):

- 1) *Tangibles* (bukti fisik), yaitu bukti fisik dan menjadi bukti awal yang bisa ditunjukkan oleh organisasi penyedia layanan yang ditunjukkan oleh tampilan gedung, fasilitas fisik pendukung, perlengkapan, dan penampilan pekerja.
- 2) *Reliability* (keandalan), yaitu kemampuan penyedia layanan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3) *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu para pekerja memiliki kemauan dan bersedia membantu pelanggan dan memberi layanan dengan cepat dan tanggap.
- 4) *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan dan kecakapan para pekerja yang memberikan jaminan bahwa mereka bisa memberikan layanan dengan baik.
- 5) *Empathy* (empati), yaitu para pekerja mampu menjalin komunikasi interpersonal dan memahami kebutuhan pelanggan.

2.4.3. Dimensi CARTER

Othman dan Owen (2001), (Nursya'bani Purnama 2006:23) menyodorkan dimensi **CARTER** yang terdiri dari enam dimensi untuk mengukur kualitas layanan perbankan Islam yang dikembangkan dari konsep **SERVQUAL** (*Services Quality*) atau yang sering disebut lima dimensi kualitas pelayanan. Dimensi **CARTER** diterapkan untuk melengkapi konsep **SERVQUAL** dan digunakan pada perusahaan yang memiliki karakteristik

spesifik. Tambahan pada dimensi **CARTER** adalah dimensi *Compliance* (karakter spesifik) sedangkan kelima dimensi lainnya sama. Untuk bank Islam, *compliance* berupa prinsip dan hukum Islam.

2.5. Prinsip-prinsip Kualitas Jasa

Untuk menciptakan suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan jasa dalam memperbaiki kualitas, perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip utama yang berlaku baik bagi perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa. Enam prinsip pokok tersebut meliputi (Fandy Tjiptono, 2004:75):

1) Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

2) Pendidikan

Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan Operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3) Perencanaan

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

4) Review

Proses Review merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan dan terus-menerus untuk mencapai tujuan kualitas.

5) Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan dan *stakeholder* perusahaan lainnya seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum dan lain-lain.

6) Penghargaan dan pengakuan (*total human reward*)

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

2.6. Kepuasan Konsumen

Pelanggan merasa puas jika persepsi yang diterima olehnya sama atau melebihi harapan yang diinginkannya.

$$\text{Persepsi} - \text{Harapan} = \text{Gap}$$

- 1) Jika **gap positif** (Persepsi > Harapan); layanan dikatakan “*surprise*” dan memuaskan
 - 2) Jika **gap nol** (Persepsi = Harapan); layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan
 - 3) Jika **gap negatif** (Persepsi < Harapan); layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan
- (Nursya'bani Purnama, 2006:156)

Untuk mengetahui besarnya tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, digunakan rumus:

$$\text{Tingkat Kepuasan} = \frac{X}{Y} \times 100\%$$

Keterangan:

X = tingkat kinerja (*performance*)

Y = tingkat kepentingan (*importance*)

2.7. Analisis *Importance-Performance*

Analisis *Importance-Performance* diperkenalkan pertama kali oleh Martilla dan James (1977). Analisis *Importance-Performance* digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat

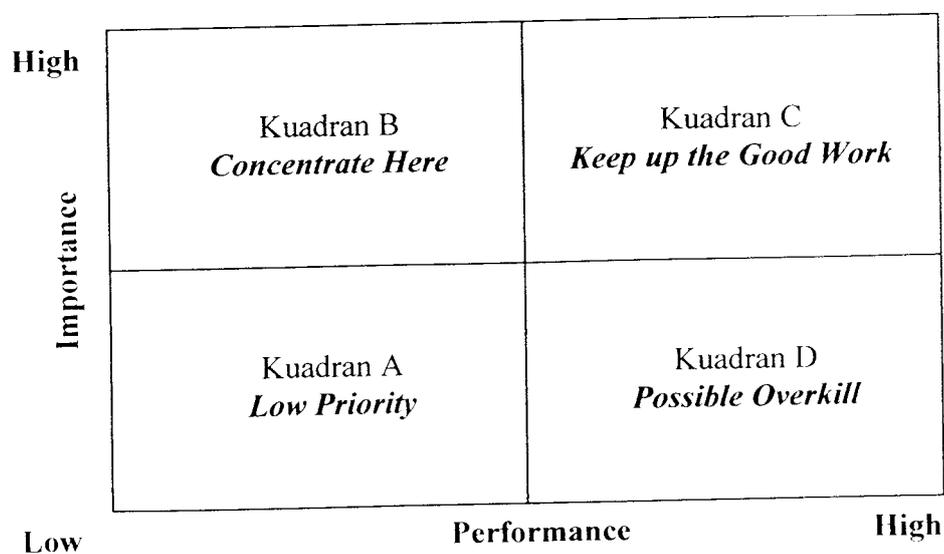
kepentingan kualitas layanan (*Importance*) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (*Performance*), (Nursya'bani Purnama, 2006: 162).

2.8. Matriks *Importance-Performance*

Matriks *Importance-Performance* sering juga disebut *Diagram Cartesius*, dengan sumber absis (X) adalah tingkat kinerja (*performance*) dan sumbu ordinat (Y) adalah tingkat kepentingan (*importance*). Rata-rata tingkat kinerja digunakan sebagai *cut-off* atau pembatas kinerja tinggi dengan tingkat kinerja rendah, sedangkan rata-rata tingkat kepentingan digunakan sebagai *cut-off* tingkat kepentingan tinggi dengan tingkat kepentingan rendah.

Gambar 2.1

Matriks *Importance-Performance*



Sumber: Nursya'bani Purnama, 2006:163

Kuadran A (*Low Priority*), menunjukkan rendahnya tingkat kepentingan atribut atau dimensi layanan dan tingkat kinerja atribut atau dimensi layanan. Atribut atau dimensi yang berada dalam kuadran ini memperoleh prioritas rendah untuk diperbaiki.

Kuadran B (*Concentrate Here*), menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut atau dimensi layanan tinggi sedangkan tingkat kinerja atribut atau dimensi layanan rendah. Atribut atau dimensi yang berada dalam kuadran ini memerlukan perbaikan karena atribut atau dimensi yang berada dalam kuadran ini dinilai berbahaya karena antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja berlawanan arah.

Kuadran C (*Keep up the Good Work*), 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.

Kuadran D (*Possible Overkill*), menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut atau dimensi layanan rendah, namun tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan tinggi. Perusahaan diharapkan untuk mengurangi aktivitas atribut atau dimensi yang berada dalam kuadran ini karena atribut atau dimensi yang berada dalam kuadran ini dinilai telah memberikan layanan yang berlebihan.

(Nursya'bani Purnama, 2006: 163-164)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Objek dalam penelitian ini adalah pada suatu lembaga keuangan syariah yaitu BTM Surya Kencana yang berada di jalan Raya Kradenan No. 10A Purwodadi Telp (0292) 761402.

3.1.1. Sejarah Singkat BTM Surya Kencana

BTM Surya Kencana didirikan pada tahun 1988 berdasarkan surat keputusan No. III/ B4 KDK. 11/ 4/ VIII/ 2001 dengan tanda perusahaan ke pajak 1119265000125 yang berlokasi di Jalan Raya Kradenan No. 34. Latar belakang berdirinya BTM Surya Kencana adalah untuk membantu pengusaha ekonomi lemah yang memiliki modal sangat terbatas sehingga mengalami kesulitan dalam mengembangkan usahanya.

Adanya perkembangan usaha dan kegiatan yang semakin meningkat, maka pada tanggal 20 Juli 2003 dengan nomor SKYBMM 33/ SK/ YBMM/ BTM/ V/ 1998 Pimpinan Cabang Muhammadiyah Kradenan meresmikan gedung BTM Surya Kencana baru yang berlokasi di Jalan Raya Kradenan No. 10A. Dengan luas tanah pada lantai pertama 100m² dan pada lantai kedua 120m². Perpindahan ini dimaksudkan untuk memaksimalkan kinerja BTM Surya Kencana yang semakin meningkat.

Hingga saat ini BTM Surya Kencana telah mempunyai 7 kantor yang terdiri dari 1 kantor pusat dan 6 kantor cabang. Kantor cabang BTM Surya Kencana terletak di:

1. Tuko JL. Cendrawasih Komp. Ps. Tuko Pulokulon;
2. Jl. A. Yani No. 1 Pandan Harum, Gabus;
3. Komplek Ps. Jatiharjo Pulokulon;
4. Komplek Ps. Jambon Pulokulon;
5. Jeketro Komplek Ps. Jeketro, Gubug;
6. Jl. Bhayangkara No. 61 (Barat Polsek Gubug.

3.1.2. Visi dan Misi BTM Surya Kencana

Visi BTM Surya Kencana:

“Mewujudkan terpenuhinya kebutuhan masyarakat khususnya di Kradenan akan jasa Perbankan maupun jasa keuangan lainnya, terutama kredit skala kecil dan menengah”

Misi BTM Surya Kencana:

“BTM Surya Kencana sebagai Lembaga Keuangan Syari’ah, bertujuan memperoleh laba (dalam hal ini bagi hasil) yang wajar melalui penyediaan jasa-jasa perbankan yang dibutuhkan masyarakat khususnya di Kradenan”

3.1.3. Produk Jasa BTM Surya Kencana

Dalam rangka mewujudkan visi dan misinya, BTM Surya Kencana berupaya untuk meningkatkan kualitas dan mengembangkan jaringan pelayanan. Beberapa jenis produk yang ditawarkan antara lain:

1. Penghimpunan Dana

Penghimpunan dana dilakukan melalui produk-produk tabungan sebagai berikut:

- a. Tabungan SI SUKA (Simpanan Surya Kencana)
- b. Simpanan AL AMIN
- c. Tabungan TASYA (Tabungan Surya Anak)
- d. Manajemen ZIS (Zakat, Infaq, dan Shodaqoh)
- e. Deposito berjangka 3, 6, dan 12 bulan

2. Penyaluran Dana

Dana yang berhasil dihimpun tersebut disalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau pembiayaan.

3.2. Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah sesuatu hal yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004: 31).

Variable dalam penelitian ini terdiri dari atribut atau dimensi tingkat kinerja kualitas layanan (*performance*) yang diberi symbol (X) dan atribut atau dimensi tingkat kepentingan (*importance*) yang diberi symbol (Y).

Pada BTM Surya Kencana Kradenan, dimensi dan atribut kualitas layanan tersebut terdiri dari:

1. Prinsip dan Hukum Islam (*Compliance*)

Prinsip dan Hukum Islam (*Compliance*) merupakan karakter khusus/spesifik yang ada pada BTM Surya Kencana. Atribut yang ada pada *compliance* antara lain:

- 1.1. Tentang prinsip dan hukum Islam
- 1.2. Tentang pembayaran bunga tabungan dan pinjaman
- 1.3. Tentang layanan dan produk islami
- 1.4. Tentang ketentuan bebas bunga pinjaman
- 1.5. Tentang ketentuan pembagian keuntungan investasi

2. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*assurance*) merupakan usaha yang dilakukan oleh BTM Surya Kencana untuk memberikan jaminan layanan yang terbaik.

Atribut yang ada pada *assurance* antara lain:

- 2.1. Tentang perilaku karyawan terhadap nasabah
- 2.2. Tentang penyediaan saran-saran keuangan
- 2.3. Tentang interior kantor dan ruang tunggu yang menarik
- 2.4. Tentang penyediaan akses informasi rekening
- 2.5. Tentang pengalaman dan pengetahuan tim manajemen bank

3. Keandalan (*Reliability*)

Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan BTM Surya Kencana dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Atribut yang ada pada *reliability* antara lain:

- 3.1. Tentang layanan yang menyenangkan

3.2. Tentang penyediaan produk dan layanan yang luas

3.3. Tentang jaminan keamanan dalam bertransaksi

3.4. Tentang waktu layanan yang optimal

4. Bukti fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik (*tangibles*) yaitu bukti fisik yang dapat ditunjukkan oleh BTM Surya Kencana. Atribut yang ada pada *tangibles* antara lain:

4.1. Tentang tampilan kantor dan fasilitas fisik yang menarik

4.2. Tentang cara bertransaksi yang cepat dan efisien

4.3. Tentang kejelasan jam operasi

4.4. Tentang penyediaan sekat pembatas loket yang jelas

4.5. Tentang penyediaan layanan penarikan kas dengan hak istimewa

5. Empati (*Empathy*)

Empati (*empathy*) yaitu usaha untuk menjalin komunikasi yang baik yang terjadi antara BTM Surya Kencana dengan para konsumennya.

Atribut yang ada pada *empathy* antara lain:

5.1. Tentang lokasi yang terjangkau

5.2. Tentang nama yang mudah dikenali

5.3. Tentang penyediaan data kekayaan dan modal yang dimiliki

5.4. Tentang area parkir yang memadai

5.5. Tentang jaminan kerahasiaan data nasabah

5.6. Tentang manajemen yang meyakinkan

5.7. Tentang penyediaan produk dan layanan yang menguntungkan

5.8. Tentang penetapan tarif layanan yang rendah

5.9. Tentang penyediaan ketentuan konsultasi keuangan

6. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu kemauan/kesediaan yang dimiliki oleh para pekerja BTM Surya Kencana untuk membantu para konsumennya dengan cepat dan tanggap. Atribut yang ada pada *responsiveness* antara lain:

6.1. Tentang kesediaan dalam membantu konsumen

6.2. Tentang cara pelayanan yang islami

6.3. Tentang penyediaan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan

6.4. Tentang pelayanan yang cepat dan efisien

3.3. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan penentuan *construct* dengan berbagai nilai untuk memberikan gambaran mengenai fenomena sehingga dapat diukur. *Construct* merupakan abstraksi dari fenomena atau realitas yang untuk keperluan penelitian harus dioperasionalisasikan dalam bentuk variabel yang diukur dengan berbagai nilai (Nur Indriantoro dan Supomo, 1999: 96).

Variable dalam penelitian ini terdiri dari *Tingkat Kinerja* yang diberikan oleh BTM Surya Kencana pada para konsumennya (*Performance*) dan *Tingkat Kepentingan* konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh BTM Surya Kencana (*Importance*).

3.4. Alat Pengumpul Data

Alat yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner.

Kuesioner dalam penelitian ini terdiri dari dua buah kuesioner, yaitu kuesioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan Tingkat Kepentingan (*Importance*) konsumen terhadap BTM Surya Kencana dan kuesioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan Tingkat Kinerja (*Performance*) yang diberikan oleh BTM Surya Kencana.

Sebagai pedoman untuk menilai Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja kualitas layanan, digunakan skala Likert dengan pilihan nilai 1-5:

Untuk tingkat kepentingan, yaitu:

Nilai 1: Sangat Tidak Penting

Nilai 2: Tidak Penting

Nilai 3: Cukup Penting

Nilai 4: Penting

Nilai 5: Sangat Penting

Untuk tingkat kinerja, yaitu:

Nilai 1: Sangat Tidak Baik

Nilai 2: Tidak Baik

Nilai 3: Cukup Baik

Nilai 4: Baik

Nilai 5: Sangat Baik

3.5. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel digunakan sebagai objek penelitian. Dalam penelitian ini, populasi dan sampel yang diambil berasal dari para konsumen BTM Surya Kencana Kradenan.

3.5.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2004:72).

3.5.2. Sampel

Sampel adalah bagian yang menjadi obyek yang sesungguhnya dari penelitian (Soeratno dan Lincoln Arsyad, 1995: 109). Sampel dalam penelitian ini diambil dari sebagian konsumen BTM Surya Kencana Kradenan.

3.5.3. Besarnya Sampel

Besarnya sampel berdasarkan pendapat Roscoe (1992: 25) dalam Sugiyono (2004: 12) yang menyatakan bahwa ukuran sampel untuk sebuah penelitian antara 30-500 orang. Karena adanya keterbatasan waktu, dana serta tenaga maka dalam penelitian ini penulis mengambil sampel sebanyak 100 orang responden mewakili populasi yang ada.

3.5.4. Teknik Penarikan Sampel

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *non random sampling* yaitu anggota atau elemen-elemen populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dicomot.

3.6. Teknik Analisis

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik Analisis *Importance-Performance*. Analisis *Importance-Performance* atau *Importance-Performance Analisis* pertama kali diperkenalkan oleh Martilia dan James (1977). Analisis *Importance-Performance* digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan pada kualitas layanan (*Importance*) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (*Performance*), (Nursya'bani Purnama, 2006: 162).

Dimensi kualitas layanan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dimensi *CARTER* yang dikembangkan oleh Othman dan Owen (2001) yang digunakan untuk perusahaan yang memiliki karakter khusus/spesifik seperti Bank Syariah. Dimensi *CARTER* terdiri dari *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangibles*, *Empathy* dan *Responsiveness*.

Dalam analisis *importance-performance*, rata-rata hasil penilaian keseluruhan konsumen digambarkan ke dalam *importance-performance matrix* atau yang sering disebut diagram Cartesius.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan menganalisa data yang telah terkumpul. Data yang telah terkumpul tersebut berupa hasil jawaban responden yaitu sebagian dari konsumen BTM Surya Kencana dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Data yang telah diambil digunakan untuk mengetahui Tingkat Kepentingan (*Importance*) dan Tingkat Kinerja (*Performance*) pada BTM Surya Kencana. Hasil dari diketahuinya Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja pada BTM Surya Kencana dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan BTM Surya Kencana dan dapat digunakan sebagai sarana penyusun strategi dalam membangun tingkat kualitas pelayanan pada BTM Surya Kencana.

4.1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada BTM Surya kencana dibagi kedalam 5 kelompok karakter, yaitu karakteristik berdasar jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan dan pendapatan bulanan. Hasil dari kuesioner tersebut adalah sebagai berikut:

4.1.1. Karakteristik Berdasar Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin responden, terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok pria dan wanita. Hasil analisis data berdasarkan karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada tabel 4.1 berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Berdasar Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	43	43%
Wanita	57	57%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Dari data diatas, responden sebagian besar berjenis kelamin wanita yaitu sebanyak 57 orang (57%) dan sisanya sebanyak 43 orang (43%) berjenis kelamin Pria. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen BTM Surya Kencana adalah Wanita.

4.1.2. Karakteristik Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia responden, terdiri atas 5 kelompok, yaitu kelompok usia dibawah 21 tahun, antara 21 – 30 tahun, 31 – 40 tahun, 41 – 50 tahun dan kelompok usia diatas 51 tahun. Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan pada tabel 4.2 berikut:

Tabel 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase
≤ 20	0	0%
21 – 30	16	16%
31 – 40	45	45%
41 – 50	32	32%
≥ 51	7	7%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Dari data diatas, responden mayoritas berusia antara 31 – 40 tahun yaitu sebesar 45 orang (45%) sedangkan sisanya tidak ada yang berusia

dibawah 20 tahun, 16 orang yang berusia antara 21 – 30 tahun, 32 orang yang berusia antara 41 – 50 tahun dan yang berusia 51 tahun sebesar 7%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen BTM Surya Kencana sebagian besar berusia antara 31 – 40 tahun.

4.1.3. Karakteristik Berdasar Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tingkat pendidikan, responden dibagi menjadi 7 kelompok, yaitu SD, SLTP/SMP, SLTA/SMA, D III, S1/Sarjana, S2/Magister, S3/Doktor. Data karakteristik responden berdasar tingkat pendidikan ditunjukkan pada tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasar Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SD	23	23%
SLTP/SMP	17	17%
SLTA/SMA	30	30%
D III	5	5%
S1/Sarjana	25	25%
S2/Magister	0	0%
S3/Doktor	0	0%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa mayoritas responden berpendidikan SLTA/SMA yaitu sebesar 30 orang (30%) sedangkan sisanya yang berpendidikan SD sebesar 23 orang, SLTP/SMP sebesar 17 orang, D III sebesar 5 orang, S1/Sarjana sebesar 25 orang dan tidak ada responden yang berpendidikan S2/Magister dan S3/Doktor. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas konsumen BTM Surya Kencana berpendidikan SLTA/SMA.

4.1.4. Karakteristik Berdasar Pekerjaan

Berdasarkan jenis pekerjaan, responden dibagi menjadi 6 kelompok, yaitu yang bekerja sebagai pegawai negeri, pegawai swasta, wiraswasta/pedagang, petani/peternak, pelajar dan pekerjaan lainnya. Data karakteristik responden berdasar pekerjaan ditunjukkan pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4

Karakteristik Responden Berdasar Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Pegawai Negeri	30	30%
Pegawai Swasta	2	2%
Wiraswasta/Pedagang	43	43%
Petani/Peternak	17	17%
Pelajar	0	0%
Lain-lain	8	8%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta/pedagang yaitu sebesar 43 orang (43%), sedangkan sisanya yang bekerja sebagai pegawai negeri sebesar 30 orang, pegawai swasta sebesar 2 orang, petani/peternak sebesar 17 orang, pekerjaan lain sebesar 8 orang dan tidak ada responden dengan pekerjaan pelajar. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen BTM Surya Kencana memiliki pekerjaan wiraswasta atau pedagang.

4.1.5. Karakteristik Berdasar Pendapatan Bulanan

Berdasarkan pendapatan bulanan, responden dibagi menjadi 5 kelompok, yaitu yang berpendapatan dibawah Rp.500.000, antara

Rp.500.000 – Rp.1.000.000, antara diatas Rp.1.000.000 - Rp.1.500.000 antara diatas Rp.1.500.000 - Rp 2.000.000 dan yang berpendapatan diatas Rp.2.000.000. Data karakteristik responden berdasar pendapatan bulanan ditunjukkan pada tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Bulanan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase
< Rp.500.000,00	30	30%
Rp.500.000,00 - Rp.1.000.000,00	37	37%
> Rp.1.000.000,00 - Rp.1.500.000,00	24	24%
> Rp.1.500.000 – Rp.2.000.000,00	4	4%
> Rp.2.000.000,00	5	5%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Data tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden memperoleh pendapatan antara Rp.500.000 – Rp.1.000.000 per bulan yaitu sebesar 37 orang (37%) responden sedangkan sisanya yang berpendapatan sebesar Rp.500.000 sebanyak 30 orang, antara diatas Rp.1.000.000 – Rp.1.500.000 sebanyak 24 orang, antara diatas Rp.1.500.000 – Rp.2.000.000 sebanyak 4 orang dan yang berpendapatan diatas Rp.2.000.000 sebanyak 5 orang. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen BTM Surya Kencana rata-rata berpendapatan Rp.500.000 – Rp.1.000.000 per bulan.

4.2. Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian ini terdiri dari enam dimensi kualitas pelayanan pada perusahaan yang memiliki karakter khusus. Dimensi-

dimensi tersebut terdiri dari prinsip dan hukum islam (*compliance*), jaminan (*assurance*), kehandalan (*reliability*), bukti fisik (*tangibles*), empati (*empathy*) dan daya tanggap (*responsiveness*) yang masing-masing termuat didalam tingkat kinerja (*Performance*) (X) dan tingkat kepentingan (*Importance*) (Y) pada BTM Surya Kencana.

4.2.1. Tingkat Kinerja (*Performance*) (X)

4.2.1.1. Tingkat Kinerja Berdasarkan Prinsip dan Hukum Islam (*Compliance*) (X1)

Hasil dari jawaban responden pada masing-masing butir pertanyaan, diperoleh nilai rata-rata dimensi prinsip dan hukum islam (*compliance*) yang terdapat pada variabel tingkat kinerja (*performance*) sebagai berikut:

Tabel 4.6

Tingkat Kinerja Berdasarkan Prinsip dan Hukum Islam

Atribut	5	4	3	2	1	Rata-rata Skor
X1.1	315	148	0	0	0	4,63
X1.2	350	120	0	0	0	4,7
X1.3	365	108	0	0	0	4,73
X1.4	365	108	0	0	0	4,73
X1.5	365	108	0	0	0	4,73
Rata-rata Dimensi ($\bar{X} 1$)						4,704

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, maka diketahui jawaban responden yang berkaitan dengan tingkat kinerja berdasarkan dimensi prinsip dan hukum islam (*compliance*) dari 5 macam atribut pertanyaan yang ada pada BTM Surya Kencana. Atribut tingkat kinerja berdasarkan prinsip dan hukum islam (*compliance*) yang memperoleh rata-rata skor terbesar ditunjukkan oleh

atribut X1.3, X1.4 dan X1.5 dengan rata-rata skor 4,73 sedangkan secara keseluruhan rata-rata dimensi prinsip dan hukum islam (*compliance*) yang terdapat pada variable tingkat kinerja (*performance*) (\bar{X} 1) adalah 4,704.

4.2.1.2. Tingkat Kinerja Berdasarkan Jaminan (*Assurance*) (X2)

Hasil dari jawaban responden pada masing-masing butir pertanyaan, diperoleh nilai rata-rata dimensi jaminan (*assurance*) yang terdapat pada variabel tingkat kinerja (*performance*) sebagai berikut:

Tabel 4.7

Tingkat Kinerja Berdasarkan Jaminan

Atribut	5	4	3	2	1	Rata-rata Skor
X2.1	265	120	45	2	1	4,33
X2.2	100	180	99	4	0	3,83
X2.3	50	168	114	16	2	3,5
X2.4	165	184	45	6	3	4,03
X2.5	125	184	60	16	1	3,86
Rata-rata Dimensi (\bar{X} 2)						3,91

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.7 diatas, maka diketahui jawaban responden yang berkaitan dengan tingkat kinerja berdasarkan dimensi jaminan (*assurance*) dari 5 macam atribut pertanyaan yang ada pada BTM Surya Kencana. Atribut tingkat kinerja berdasarkan jaminan (*assurance*) yang memperoleh rata-rata skor terbesar ditunjukkan oleh atribut X2.1 dengan rata-rata skor 4,33 sedangkan secara keseluruhan rata-rata dimensi jaminan (*assurance*) yang terdapat pada variable tingkat kinerja (*performance*) (\bar{X} 2) adalah 3,91.

4.2.1.3. Tingkat Kinerja Berdasarkan Kehandalan (*Reliability*) (X3)

Hasil dari jawaban responden pada masing-masing butir pertanyaan, diperoleh nilai rata-rata dimensi kehandalan (*reliability*) yang terdapat pada variabel tingkat kinerja (*performance*) sebagai berikut:

Tabel 4.8

Tingkat Kinerja Berdasarkan Kehandalan

Atribut	5	4	3	2	1	Rata-rata Skor
X3.1	255	120	33	10	3	4,21
X3.2	255	84	63	12	1	4,15
X3.3	280	120	27	4	3	4,34
X3.4	225	132	30	10	7	4,04
Rata-rata Dimensi (\bar{X}_3)						4,185

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.8 diatas, maka diketahui jawaban responden yang berkaitan dengan tingkat kinerja berdasarkan dimensi kehandalan (*reliability*) dari 4 macam atribut pertanyaan yang ada pada BTM Surya Kencana. Atribut tingkat kinerja berdasarkan kehandalan (*reliability*) yang memperoleh rata-rata skor terbesar ditunjukkan oleh atribut X3.3 dengan rata-rata skor 4,34 sedangkan secara keseluruhan rata-rata dimensi kehandalan (*reliability*) yang terdapat pada variable tingkat kinerja (*performance*) (\bar{X}_3) adalah 4,185.

4.2.1.4. Tingkat Kinerja Berdasarkan Bukti Fisik (*Tangibles*) (X4)

Hasil dari jawaban responden pada masing-masing butir pertanyaan, diperoleh nilai rata-rata dimensi bukti fisik (*tangibles*) yang terdapat pada variabel tingkat kinerja (*performance*) sebagai berikut:

Tabel 4.9

Tingkat Kinerja Berdasarkan Bukti Fisik

Atribut	5	4	3	2	1	Rata-rata Skor
X4.1	120	172	84	2	4	3,82
X4.2	75	188	90	10	3	3,66
X4.3	150	216	48	0	0	4,14
X4.4	50	48	174	30	5	3,07
X4.5	65	224	60	16	3	3,68
Rata-rata Dimensi (\bar{X} 4)						3,674

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.9 diatas, maka diketahui jawaban responden yang berkaitan dengan tingkat kinerja berdasarkan dimensi bukti fisik (*tangibles*) dari 5 macam atribut pertanyaan yang ada pada BTM Surya Kencana. Atribut tingkat kinerja berdasarkan bukti fisik (*tangibles*) yang memperoleh rata-rata skor terbesar ditunjukkan oleh atribut X4.3 dengan rata-rata skor 4,14 sedangkan secara keseluruhan rata-rata dimensi bukti fisik (*tangibles*) yang terdapat pada variable tingkat kinerja (*performance*) (\bar{X} 4) adalah 3,674.

4.2.1.5. Tingkat Kinerja Berdasarkan Empati (*Empathy*) (X5)

Hasil dari jawaban responden pada masing-masing butir pertanyaan, diperoleh nilai rata-rata dimensi empati (*empathy*) yang terdapat pada variabel tingkat kinerja (*performance*) sebagai berikut:

Tabel 4.10

Tingkat Kinerja Berdasarkan Empati

Atribut	5	4	3	2	1	Rata-rata Skor
X5.1	340	92	0	8	5	4,45
X5.2	325	120	9	0	2	4,56
X5.3	60	160	99	24	3	3,46
X5.4	290	140	21	0	0	4,51
X5.5	230	120	60	8	0	4,18
X5.6	340	48	60	0	0	4,48
X5.7	270	140	27	2	1	4,4
X5.8	80	148	102	20	3	3,53
X5.9	80	188	111	0	0	3,79
Rata-rata Dimensi (\bar{X} 5)						4,151

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, maka diketahui jawaban responden yang berkaitan dengan tingkat kinerja berdasarkan dimensi empati (*empathy*) dari 9 macam atribut pertanyaan yang ada pada BTM Surya Kencana. Atribut tingkat kinerja berdasarkan empati (*empathy*) yang memperoleh rata-rata skor terbesar ditunjukkan oleh atribut X5.2 dengan rata-rata skor 4,56 sedangkan secara keseluruhan rata-rata dimensi empati (*empathy*) yang terdapat pada variable tingkat kinerja (*performance*) (\bar{X} 5) adalah 4,151.

4.2.1.6. Tingkat Kinerja Berdasarkan Daya Tanggap (*Responsiveness*) (X6)

Hasil dari jawaban responden pada masing-masing butir pertanyaan, diperoleh nilai rata-rata dimensi daya tanggap (*responsiveness*) yang terdapat pada variabel tingkat kinerja (*performance*) sebagai berikut:

Tabel 4.11

Tingkat Kinerja Berdasarkan Daya Tanggap

Atribut	5	4	3	2	1	Rata-rata Skor
X6.1	230	152	45	0	1	4,28
X6.2	240	176	24	0	0	4,4
X6.3	175	228	15	2	2	4,22
X6.4	125	184	60	14	2	3,85
Rata-rata Dimensi (\bar{X}_6)						4,188

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, maka diketahui jawaban responden yang berkaitan dengan tingkat kinerja berdasarkan dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dari 4 macam atribut pertanyaan yang ada pada BTM Surya Kencana. Atribut tingkat kinerja berdasarkan daya tanggap (*responsiveness*) yang memperoleh rata-rata skor terbesar ditunjukkan oleh atribut X6.2 dengan rata-rata skor 4,4 sedangkan secara keseluruhan rata-rata dimensi daya tanggap (*responsiveness*) yang terdapat pada variable tingkat kinerja (*performance*) (\bar{X}_6) adalah 4,188.

4.2.2. Tingkat Kepentingan (*Importance*) (Y)

4.2.2.1. Tingkat Kepentingan Berdasarkan Prinsip dan Hukum Islam (*Compliance*) (Y1)

Hasil dari jawaban responden pada masing-masing butir pertanyaan, diperoleh nilai rata-rata dimensi prinsip dan hukum islam (*compliance*) yang terdapat pada variabel tingkat kepentingan (*importance*) sebagai berikut:

Tabel 4.12

Tingkat Kepentingan Berdasarkan Prinsip dan Hukum Islam

Atribut	5	4	3	2	1	Rata-rata Skor
Y1.1	215	152	36	12	1	4,16
Y1.2	150	180	57	8	2	3,97
Y1.3	215	160	36	10	0	4,21
Y1.4	315	20	90	2	1	4,28
Y1.5	375	40	45	0	0	4,6
Rata-rata Dimensi ($\bar{Y} 1$)						4,244

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, maka diketahui jawaban responden yang berkaitan dengan tingkat kepentingan berdasarkan dimensi prinsip dan hukum islam (*compliance*) dari 5 macam atribut pertanyaan yang ada pada BTM Surya Kencana. Atribut tingkat kepentingan berdasarkan prinsip dan hukum islam (*compliance*) yang memperoleh rata-rata skor terbesar ditunjukkan oleh atribut Y1.5 dengan rata-rata skor 4,6 sedangkan secara keseluruhan rata-rata dimensi prinsip dan hukum islam (*compliance*) yang terdapat pada variable tingkat kepentingan (*importance*) ($\bar{Y} 1$) adalah 4,244.

4.2.2.2. Tingkat Kepentingan Berdasarkan Jaminan (*Assurance*) (Y2)

Hasil dari jawaban responden pada masing-masing butir pertanyaan, diperoleh nilai rata-rata dimensi jaminan (*assurance*) yang terdapat pada variabel tingkat kepentingan (*importance*) sebagai berikut:

Tabel 4.13

Tingkat Kepentingan Berdasarkan Jaminan (*Assurance*)

Atribut	5	4	3	2	1	Rata-rata Skor
Y2.1	60	172	105	20	0	3,57
Y2.2	60	168	93	20	5	3,46
Y2.3	50	188	105	8	4	3,55
Y2.4	50	180	111	10	3	3,54
Y2.5	65	176	117	8	0	3,66
Rata-rata Dimensi (\bar{Y}_2)						3,556

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, maka diketahui jawaban responden yang berkaitan dengan tingkat kepentingan berdasarkan dimensi jaminan (*assurance*) dari 5 macam atribut pertanyaan yang ada pada BTM Surya Kencana. Atribut tingkat kepentingan berdasarkan jaminan (*assurance*) yang memperoleh rata-rata skor terbesar ditunjukkan oleh atribut Y2.5 dengan rata-rata skor 3,66 sedangkan secara keseluruhan rata-rata dimensi jaminan (*assurance*) yang terdapat pada variable tingkat kepentingan (*importance*) (\bar{Y}_2) adalah 3.556.

4.2.2.3. Tingkat Kepentingan Berdasarkan Kehandalan (*Reliability*) (Y3)

Hasil dari jawaban responden pada masing-masing butir pertanyaan, diperoleh nilai rata-rata dimensi kehandalan (*reliability*) yang terdapat pada variabel tingkat kepentingan (*importance*) sebagai berikut:

Tabel 4.14

Tingkat Kepentingan Berdasarkan Kehandalan (*Reliability*)

Atribut	5	4	3	2	1	Rata-rata Skor
Y3.1	50	192	99	8	5	3,54
Y3.2	155	200	45	8	0	4,08
Y3.3	255	160	27	0	0	4,42
Y3.4	225	104	48	20	3	4
Rata-rata Dimensi (\bar{Y}_3)						4,01

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.14 diatas, maka diketahui jawaban responden yang berkaitan dengan tingkat kepentingan berdasarkan dimensi kehandalan (*reliability*) dari 4 macam atribut pertanyaan yang ada pada BTM Surya Kencana. Atribut tingkat kepentingan berdasarkan kehandalan (*reliability*) yang memperoleh rata-rata skor terbesar ditunjukkan oleh atribut Y3.3 dengan rata-rata skor 4,42 sedangkan secara keseluruhan rata-rata dimensi kehandalan (*reliability*) yang terdapat pada variable tingkat kepentingan (*importance*) (\bar{Y}_3) adalah 4,01.

4.2.2.4. Tingkat Kepentingan Berdasarkan Bukti Fisik (*Tangibles*) (Y4)

Hasil dari jawaban responden pada masing-masing butir pertanyaan, diperoleh nilai rata-rata dimensi bukti fisik (*tangibles*) yang terdapat pada variabel tingkat kepentingan (*importance*) sebagai berikut:

Tabel 4.15

Tingkat Kepentingan Berdasarkan Bukti Fisik (*Tangibles*)

Atribut	5	4	3	2	1	Rata-rata Skor
Y4.1	205	168	30	10	2	4,15
Y4.2	240	168	15	8	1	4,32
Y4.3	135	232	33	8	0	4,08
Y4.4	45	140	42	60	12	2,99
Y4.5	160	116	69	32	0	3,77
Rata-rata Dimensi (\bar{Y}_4)						3,862

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.15 diatas, maka diketahui jawaban responden yang berkaitan dengan tingkat kepentingan berdasarkan dimensi bukti fisik (*tangibles*) dari 5 macam atribut pertanyaan yang ada pada BTM Surya Kencana. Atribut tingkat kepentingan berdasarkan bukti fisik (*tangibles*) yang memperoleh rata-rata skor terbesar ditunjukkan oleh atribut Y4.2 dengan rata-rata skor 4,32 sedangkan secara keseluruhan rata-rata dimensi bukti fisik (*tangibles*) yang terdapat pada variable tingkat kepentingan (*importance*) (\bar{Y}_4) adalah 3.862.

4.2.2.5. Tingkat Kepentingan Berdasarkan Empati (*Empathy*) (Y5)

Hasil dari jawaban responden pada masing-masing butir pertanyaan, diperoleh nilai rata-rata dimensi empati (*empathy*) yang terdapat pada variabel tingkat kepentingan (*importance*) sebagai berikut:

Tabel 4.16

Tingkat Kepentingan Berdasarkan Empati (*empathy*)

Atribut	5	4	3	2	1	Rata-rata Skor
Y5.1	290	148	15	0	0	4,53
Y5.2	240	148	30	10	0	4,28
Y5.3	115	168	57	20	6	3,66
Y5.4	285	56	60	12	3	4,16
Y5.5	290	28	105	0	0	4,23
Y5.6	185	140	60	14	1	4
Y5.7	275	108	45	6	0	4,34
Y5.8	260	164	21	0	0	4,45
Y5.9	170	224	15	6	2	4,17
Rata-rata Dimensi (\bar{Y}_5)						4,202

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.16 diatas, maka diketahui jawaban responden yang berkaitan dengan tingkat kepentingan berdasarkan dimensi empati (*empathy*) dari 9 macam atribut pertanyaan pada BTM Surya Kencana. Atribut tingkat kepentingan berdasarkan empati (*empathy*) yang memperoleh rata-rata skor terbesar ditunjukkan oleh atribut Y5.1 dengan rata-rata skor 4,53 sedangkan secara keseluruhan rata-rata dimensi empati (*empathy*) yang terdapat pada variable tingkat kepentingan (*importance*) (\bar{Y}_5) adalah 4,202.

4.2.2.6. Tingkat Kepentingan Berdasarkan Daya Tanggap (*Responsiveness*) (Y6)

Hasil dari jawaban responden pada masing-masing butir pertanyaan, diperoleh nilai rata-rata dimensi daya tanggap (*responsiveness*) yang terdapat pada variabel tingkat kepentingan (*importance*) sebagai berikut:

Tabel 4.17

Tingkat Kepentingan Berdasarkan Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Atribut	5	4	3	2	1	Rata-rata Skor
Y6.1	295	112	33	4	0	4,44
Y6.2	240	168	30	0	0	4,38
Y6.3	240	172	27	0	0	4,39
Y6.4	245	168	27	0	0	4,4
Rata-rata Dimensi (\bar{Y}_6)						4,403

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.17 diatas, maka diketahui jawaban responden yang berkaitan dengan tingkat kepentingan berdasarkan dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dari 4 macam atribut pertanyaan pada BTM Surya Kencana. Atribut tingkat kepentingan berdasarkan daya tanggap (*responsiveness*) yang memperoleh rata-rata skor terbesar ditunjukkan oleh atribut Y6.1 dengan rata-rata skor 4,44 sedangkan secara keseluruhan rata-rata dimensi daya tanggap (*responsiveness*) yang terdapat pada variable tingkat kepentingan (*importance*) (\bar{Y}_6) adalah 4,403.

4.3. Model Gap (Kesenjangan) Kualitas Layanan pada Model CARTER

Model *gap* dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur tingkat kualitas pelayanan BTM Surya Kencana. Kualitas pelayanan BTM Surya Kencana dapat diketahui dengan mengetahui *gap* (kesenjangan) yang terjadi antara rata-rata tingkat kinerja (\bar{X}) dengan rata-rata tingkat kepentingan (\bar{Y}) dalam setiap dimensi pada model CARTER. Model *gap* pada model CARTER dapat dirumuskan sebagai berikut: $Gap = \bar{X} - \bar{Y}$.

Penilaian kualitas pelayanan terhadap *gap* (kesenjangan) tersebut dapat ditentukan dengan cara:

- Jika *gap* positif, maka kualitas pelayanan BTM Surya Kencana dikatakan *surprise* dan memuaskan
- Jika *gap* sama dengan nol, maka kualitas pelayanan BTM Surya Kencana dikatakan berkualitas dan memuaskan
- Jika *gap* negatif, maka kualitas pelayanan BTM Surya Kencana dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan.

Untuk memperjelas tingkat kualitas pelayanan BTM Surya Kencana, maka data disajikan dalam tabel 4.18:

Tabel 4.18

Penilaian Kualitas Pelayanan BTM Surya Kencana

Dimensi Kualitas	Rata-rata		<i>Gap</i>	Kesimpulan
	Performance (\bar{X})	Importance (\bar{Y})		
Compliance	4,704	4,244	0,460	Surprise dan memuaskan
Assurance	3,910	3,556	0,354	Surprise dan memuaskan
Reliability	4,185	4,010	0,175	Surprise dan memuaskan
Tangibles	3,674	3,862	-0,188	Tidak berkualitas dan tidak memuaskan
Empathy	4,151	4,202	-0,051	Tidak berkualitas dan tidak memuaskan
Responsiveness	4,188	4,403	-0,215	Tidak berkualitas dan tidak memuaskan
Rata-Rata	4,135	4,046	0,089	Surprise dan memuaskan

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.18 diatas, maka dapat diketahui bahwa rata-rata kualitas pelayanan BTM Surya Kencana memiliki *gap* diatas nol yaitu 0,089. Hal itu menunjukkan bahwa tingkat kualitas BTM Surya Kencana secara keseluruhan memiliki arti *surprise* dan memuaskan. Untuk dimensi *compliance*, *assurance*, dan *reliability*, BTM Surya Kencana dapat dikatakan *surprise* dan memuaskan karena memiliki *gap* yang masing-masing lebih dari nol. Sedangkan untuk dimensi *tangibles*, *empathy* dan *responsiveness* BTM Surya Kencana dapat dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan karena *gap* yang diperoleh dari dimensi tersebut dibawah nol.

4.4. Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen pada Setiap Dimensi dalam Model CARTER

Analisis tingkat kepuasan konsumen digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen BTM Surya Kencana atas kinerja pelayanan yang telah diberikan oleh BTM Surya Kencana pada setiap dimensi pada model CARTER. Tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen BTM Surya Kencana dapat diperoleh dengan rumus:

$$\text{Tingkat Kepuasan} = \frac{\bar{X}}{\bar{Y}} \times 100\%$$

Keterangan:

\bar{X} = rata-rata tingkat kinerja (*performance*)

\bar{Y} = rata-rata tingkat kepentingan (*importance*)

Untuk memperjelas tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen BTM Surya Kencana, maka data disajikan pada tabel 4.19:

Tabel 4.19

Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen BTM Surya Kencana

Dimensi Kualitas	Rata-rata		Tingkat Kepuasan
	Performance	Importance	
Compliance	4,704	4,244	110,84 %
Assurance	3,910	3,556	109,96 %
Reliability	4,185	4,010	104,36 %
Tangibles	3,674	3,862	95,13 %
Empathy	4,151	4,202	98,79 %
Responsiveness	4,188	4,403	95,12 %
Rata-Rata	4,135	4,046	102,204 %

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.19, maka dapat diketahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen BTM Surya Kencana pada setiap dimensi kualitas pelayanan CARTER model. Secara keseluruhan, tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan BTM Surya Kencana adalah sebesar 102,204%. Dimensi yang memiliki tingkat kepuasan konsumen tertinggi adalah dimensi norma dan hukum islam (*compliance*) yaitu sebesar 110,84%, sedangkan dimensi jaminan (*assurance*) memiliki tingkat kepuasan konsumen sebesar 109,96%, dimensi kehandalan (*reliability*) memiliki tingkat kepuasan konsumen sebesar 104,36 %, dimensi bukti langsung (*tangibles*) memiliki tingkat kepuasan konsumen sebesar 95,13%, dimensi empati (*empathy*) memiliki tingkat kepuasan konsumen sebesar 98,79%, dan dimensi daya tanggap memiliki tingkat kepuasan konsumen sebesar 95,12%.

4.5. Analisis *Importance-Performance* dalam Model CARTER

Analisis *importance-performance* dalam penelitian ini digunakan untuk mengevaluasi tingkat kualitas BTM Surya Kencana. Analisis *importance-performance* dalam penelitian ini dilakukan pada setiap dimensi yang ada pada model CARTER dan setiap atribut yang terkandung dalam setiap dimensi tersebut.

4.1.1. Analisis *Importance-Performance* pada Setiap Dimensi Model CARTER

Analisis *Importance-Performance* pada setiap dimensi digunakan untuk mengevaluasi tingkat kualitas BTM Surya Kencana yang ada pada setiap dimensi kualitas pelayanan BTM Surya Kencana. Analisis *Importance-Performance* pada setiap dimensi kualitas pelayanan dilakukan dengan membuat diagram cartensius berdasarkan tabel 4.20 berikut:

Tabel 4.20

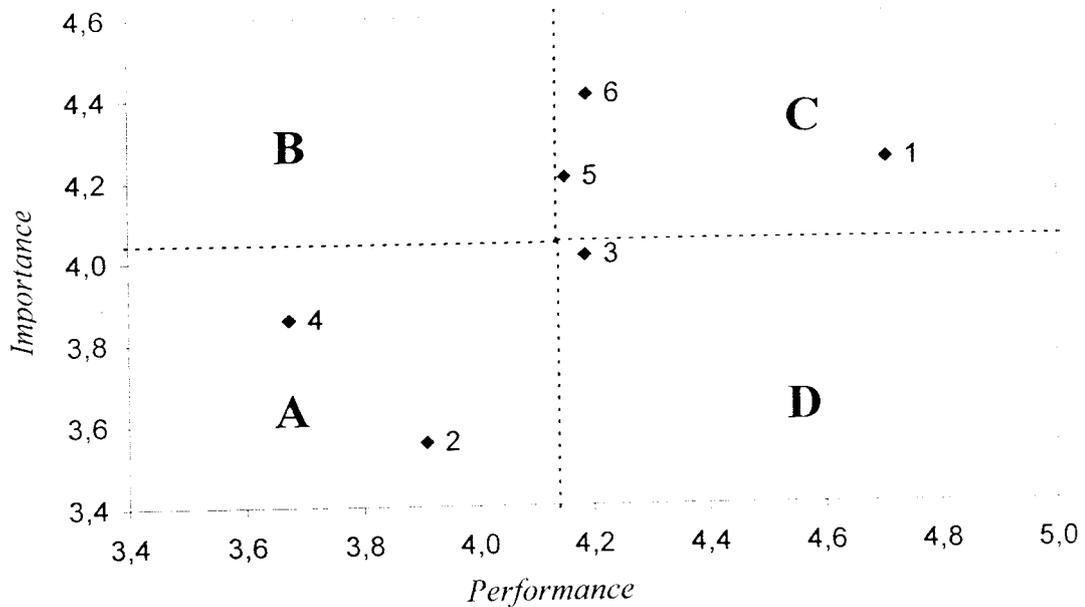
Rata-rata Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja BTM Surya Kencana
(setiap dimensi)

No	Dimensi Kualitas	Performance	Importance
1	Compliance	4,704	4,244
2	Assurance	3,910	3,556
3	Reliability	4,185	4,010
4	Tangibles	3,674	3,862
5	Empathy	4,151	4,202
6	Responsiveness	4,188	4,403
	Rata-Rata	4,135	4,046

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Gambar 4.1

Matriks *Importance-Performance* BTM Surya Kencana
(setiap dimensi)



Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan matriks tersebut, maka dapat diketahui posisi setiap dimensi sebagai berikut:

- Dimensi *assurance* dan *tangibles* berada pada kuadran A (*Low Priority*), hal ini menunjukkan bahwa dimensi *assurance* dan *tangibles* memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang rendah sehingga sebaiknya BTM Surya Kencana memberikan prioritas yang rendah untuk memperbaiki tingkat kualitas yang ada pada dimensi *assurance* dan *tangibles*.

- Dimensi *compliance*, *empathy* dan *responsiveness* berada pada kuadran C (*Keep up the Good Work*), hal ini menunjukkan bahwa dimensi *compliance*, *empathy* dan *responsiveness* memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tinggi. Dimensi *compliance*, *empathy* dan *responsiveness* dinilai aman namun demikian BTM Surya Kencana sebaiknya tetap dapat mempertahankan tingkat kualitas pada dimensi ini karena konsumen memiliki tingkat kepentingan yang tinggi pada dimensi tersebut.
- Dimensi *reliability* berada pada kuadran D (*Possible Overkill*), hal ini menunjukkan bahwa dimensi *reliability* memiliki tingkat kepentingan yang rendah sedangkan tingkat kinerja yang diberikan tinggi. Untuk menghemat biaya, sebaiknya BTM Surya Kencana mengurangi tingkat kualitas yang ada pada dimensi *reliability*.

4.5.2. Analisis *Importance-Performance* pada Setiap Atribut Dimensi

Model CARTER

Analisis *Importance-Performance* setiap atribut dimensi dilakukan untuk memperjelas cakupan analisis *Importance-Performance* setiap dimensi. Analisis *Importance-Performance* pada setiap atribut dimensi kualitas pelayanan dilakukan dengan membuat diagram cartensius berdasarkan tabel 4.21 berikut:

Tabel 4.21

Analisis *Importance-Performance* BTM Surya Kencana

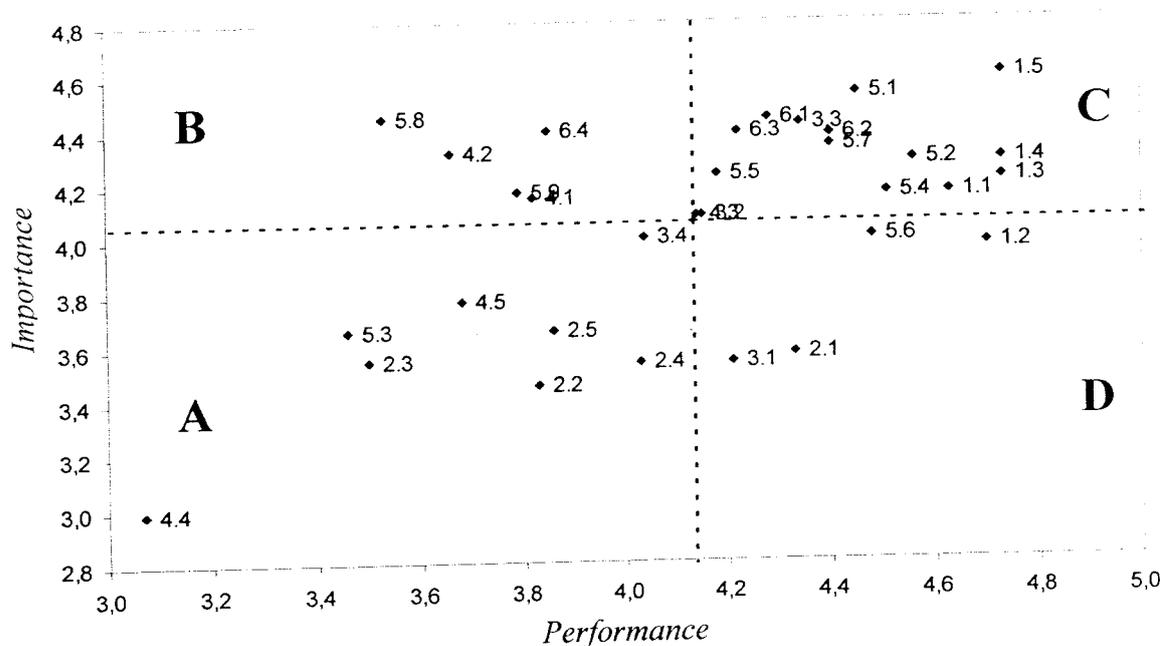
(setiap atribut)

Dimensi	Simbol	Performance	Importance
Compliance	1.1	4,63	4,16
	1.2	4,70	3,97
	1.3	4,73	4,21
	1.4	4,73	4,28
	1.5	4,73	4,60
Asurance	2.1	4,33	3,57
	2.2	3,83	3,46
	2.3	3,50	3,55
	2.4	4,03	3,54
	2.5	3,86	3,66
Reliability	3.1	4,21	3,54
	3.2	4,15	4,08
	3.3	4,34	4,42
	3.4	4,04	4,00
Tangibles	4.1	3,82	4,15
	4.2	3,66	4,32
	4.3	4,14	4,08
	4.4	3,07	2,99
	4.5	3,68	3,77
Empathy	5.1	4,45	4,53
	5.2	4,56	4,28
	5.3	3,46	3,66
	5.4	4,51	4,16
	5.5	4,18	4,23
	5.6	4,48	4,00
	5.7	4,40	4,34
	5.8	3,53	4,45
	5.9	3,79	4,17
Responsiveness	6.1	4,28	4,44
	6.2	4,40	4,38
	6.3	4,22	4,39
	6.4	3,85	4,40
Rata-rata		4,13	4,06

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Gambar 4.2

Matriks *Importance-Performance* BTM Surya Kencana
(setiap atribut)



Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan gambar tersebut, atribut-atribut kualitas pelayanan dapat dikelompokkan sebagai berikut:

a. Kuadran A (*Low Priority*):

- dimensi *assurance* dengan atribut penyediaan saran-saran keuangan (2.2)
- dimensi *assurance* dengan atribut interior kantor dan ruang tunggu yang menarik (2.3)
- dimensi *assurance* dengan atribut penyediaan akses informasi rekening (2.4)

- dimensi *assurance* dengan atribut tim manajemen Bank Syariah yang berpengalaman (2.5)
- dimensi *reliability* dengan atribut waktu pelayanan Bank Syariah yang optimal (3.4)
- dimensi *tangibles* dengan atribut sekat pembatas loket yang jelas (4.4)
- dimensi *tangibles* dengan atribut penyediaan layanan penarikan kas dengan hak istimewa (4.5)
- dimensi *empathy* dengan atribut penyediaan data kekayaan dan moral yang dimiliki (5.3).

Atribut-atribut yang tergolong dalam kuadran A (*Low Priority*) tersebut memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang rendah sehingga memiliki prioritas yang rendah untuk diperbaiki.

b. Kuadran B (*Concentrate Here*):

- dimensi *tangibles* dengan atribut tampilan kantor dan fasilitas fisik Bank Syari'ah yang menarik (4.1)
- dimensi *tangibles* dengan atribut transaksi di Bank Syari'ah yang cepat dan efisien (4.2)
- dimensi *empathy* dengan atribut penetapan tarif layanan yang rendah (5.8)
- dimensi *empathy* dengan atribut penyediaan layanan informasi keuangan (5.9)

- dimensi *responsiveness* dengan atribut pelayanan pada Bank Syari'ah yang cepat dan efisien (6.4).

Atribut-atribut yang tergolong dalam kuadran B (*Concentrate Here*) memiliki tingkat kepentingan yang tinggi, sedangkan tingkat kinerja yang terdapat pada atribut-atribut tersebut rendah. Pada atribut yang tergolong pada kuadran ini, BTM Surya Kencana sebaiknya meningkatkan tingkat kualitas pelayanan.

c. Kuadran C (*Keep up the Good Work*):

- dimensi *compliance* dengan atribut dijalankannya prinsip dan hukum Islam (1.1)
- dimensi *compliance* dengan atribut penerapan ketentuan layanan dan produk Islami (1.3)
- dimensi *compliance* dengan atribut penerapan ketentuan bebas bunga pinjaman (1.4)
- dimensi *compliance* dengan atribut penerapan ketentuan pembagi keuntungan investasi (1.5)
- dimensi *reliability* dengan atribut penyediaan produk dan layanan yang luas (3.2)
- dimensi *reliability* dengan atribut jaminan keamanan dalam bertransaksi (3.3)
- dimensi *tangibles* dengan atribut jam operasi yang jelas (4.3)
- dimensi *empathy* dengan atribut lokasi Bank Syari'ah yang mudah dijangkau (5.1)

- dimensi *empathy* dengan atribut nama Bank Syari'ah yang mudah dikenali (5.2)
- dimensi *empathy* dengan atribut penyediaan area parkir yang memadai (5.4)
- dimensi *empathy* dengan atribut jaminan kerahasiaan data nasabah (5.5)
- dimensi *empathy* dengan atribut penyediaan produk dan layanan yang menguntungkan (5.7)
- dimensi *responsiveness* dengan atribut ketersediaan karyawan dalam membantu konsumen (6.1)
- dimensi *responsiveness* dengan atribut cara karyawan Bank Syari'ah dalam melayani konsumen Islami (6.2)
- dimensi *responsiveness* dengan atribut penyediaan pinjamandengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan (6.3).

Atribut-atribut yang tergolong dalam kuadran C (*Keep up the Good Work*) memiliki tingkat kepentingan dan tingkat kinerja yang tinggi. Atribut yang terdapat pada kuadran ini dinilai aman dan diharapkan dapat terus dipertahankan tingkat kualitas pelayanannya.

d. Kuadran D (*Possible Overkill*):

- dimensi *compliance* dengan atribut tidak adanya pembayaran bunga tabungan dan pinjaman (1.2)

- dimensi *assurance* dengan atribut karyawan yang sopan dan bersahabat (2.1)
- dimensi *reliability* dengan atribut pelayanan yang menyenangkan (3.1)
- dimensi *empathy* dengan atribut manajemen yang meyakinkan (5.6).

Atribut-atribut yang tergolong dalam kuadran D (*Possible Overkill*) memiliki tingkat kepentingan yang rendah, sedangkan tingkat kinerjanya tinggi. Untuk menghemat biaya, BTM Surya Kencana dapat menurunkan tingkat kualitas pelayanan pada atribut kuadran ini.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan pada Bank Syari'ah BTM Surya Kencana Kradenan, dengan judul "APLIKASI CARTER MODEL UNTUK MENGUKUR KEPUASAN KONSUMEN BANK SYARI'AH", melalui penyebaran kuesioner sebagai cara pengambilan sampel dalam penelitian ini dan dengan jumlah responden sebanyak 100 orang responden, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Secara keseluruhan BTM Surya Kencana memiliki tingkat kualitas pelayanan yang *surprise* dan memuaskan dengan tingkat kepuasan konsumen sebesar 102,204%. Pada setiap dimensinya, dimensi norma dan hukum islam (*compliance*) memiliki tingkat kualitas pelayanan *surprise* dan memuaskan dengan tingkat kepuasan konsumen sebesar 110,84%, dimensi jaminan (*assurance*) memiliki tingkat kualitas pelayanan *surprise* dan memuaskan dengan tingkat kepuasan konsumen sebesar 109,96%, dimensi kehandalan (*reliability*) memiliki tingkat kualitas pelayanan *surprise* dan memuaskan dengan tingkat kepuasan konsumen sebesar 104,36%, dimensi bukti langsung (*tangibles*) memiliki tingkat kualitas pelayanan tidak berkualitas dan tidak memuaskan dengan tingkat kepuasan konsumen sebesar 95,13%, dimensi empati (*empathy*) memiliki tingkat kualitas pelayanan tidak

berkualitas dan tidak memuaskan dengan tingkat kepuasan konsumen sebesar 98,79% dan dimensi daya tanggap (*responsiveness*) memiliki tingkat kualitas pelayanan tidak berkualitas dan tidak memuaskan dengan tingkat kepuasan konsumen sebesar 95,12%.

2. Berdasarkan hasil analisa *Importance-Performance*, tidak ada dimensi yang memperoleh prioritas untuk diperbaiki oleh BTM Surya Kencana.
3. Berdasarkan hasil analisa *Importance-Performance*, atribut dimensi yang sebaiknya diperbaiki oleh BTM Surya Kencana terdiri dari: atribut tampilan kantor dan fasilitas fisik Bank Syari'ah yang menarik (4.1) dan atribut transaksi di Bank Syari'ah yang cepat dan efisien (4.2) yang terdapat pada dimensi bukti langsung (*tangibles*), atribut penetapan tarif layanan yang rendah (5.8) dan atribut penyediaan layanan informasi keuangan (5.9) yang terdapat pada dimensi empati (*empathy*) serta atribut pelayanan pada Bank Syari'ah yang cepat dan efisien (6.4) yang terdapat pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*). Kelima atribut tersebut berada pada kuadran B dimana konsumen memiliki tingkat kepentingan yang tinggi sedangkan tingkat kinerja yang diberikan oleh BTM Surya Kencana dianggap masih kurang.

5.2. Saran

Berdasarkan pada pembahasan di atas, maka ada beberapa saran yang dapat diajukan dan kiranya dapat memberikan dampak positif pada BTM Surya Kencana:

1. Walaupun dalam analisis *Importance-Performance* tidak ada dimensi yang memperoleh prioritas untuk diperbaiki, namun apabila BTM Surya Kencana ingin melakukan peningkatan kualitas, BTM surya kencana sebaiknya memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan pada dimensi Empati (*empathy*) dan daya tanggap (*responsiveness*). Hal itu dikarenakan letak dimensi empati (*empathy*) dan daya tanggap (*responsiveness*) pada diagram *Importance-Performance* mendekati kuadran B dimana dalam kuadran B dimensi yang berada pada kuadran ini memerlukan perbaikan kualitas pelayanan. Selain itu, dimensi empati (*empathy*) dan daya tanggap (*responsiveness*) juga memperoleh nilai tidak berkualitas dan tidak memuaskan dari hasil penelitian melalui model *gap* dan setelah itu BTM Surya Kencana disarankan pula untuk meningkatkan kualitas dimensi tangibel (*tangibles*) yang juga memperoleh nilai tidak berkualitas dan tidak memuaskan dari hasil penelitian melalui model *gap*.
2. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada dimensi tangible (*tangibles*), empati (*empathy*) dan daya tanggap (*responsiveness*), BTM Surya Kencana dapat lebih memprioritaskannya pada atribut tampilan kantor dan fasilitas fisik bank syari'ah yang menarik (4.1)

dan atribut transaksi di bank syariah yang cepat dan efisien (4.2) yang terdapat pada dimensi tangible (*tangibles*), atribut penetapan tarif layanan yang rendah (5.8) dan atribut penyediaan layanan informasi keuangan (5.9) yang terdapat pada dimensi empati (*empathy*) serta atribut pelayanan pada Bank Syariah yang cepat dan efisien (6.4) yang terdapat pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*).

3. Untuk menghemat biaya kualitas pelayanan, BTM Surya Kencana dapat mengurangi kinerja dimensi kehandalan (*reliability*). Dimensi kehandalan (*reliability*) dipandang memiliki tingkat kepentingan yang rendah sedangkan BTM Surya Kencana memberikan kinerja kualitas pelayanan yang tinggi.
4. Untuk menghemat biaya kualitas pelayanan pada dimensi kehandalan (*reliability*) BTM Surya Kencana dapat memprioritaskannya pada atribut pelayanan yang menyenangkan (3.1).

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim (2004). "*Seputar Bank Syariah*". <http://www.syariahmandiri.com>.
- Indriantoro, N. dan B. Supomo (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis: untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, P. dan G. Amstrong (terj.) (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedelapan. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Moenir, H.A.S. (1982). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Purnama, N. (2006). *Manajemen Kualitas: Perspektif Global*. Edisi Pertama. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Ekonisia.
- Sigit, S (1999). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial-Bisnis-Manajemen*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Lukman Offset.
- Soeratno dan L. Arsyad (1995). *Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*. Cetakan Kedua. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan (UPP) Akademi Manajemen Perusahaan YKPN.
- Sugiyono (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Keenam. Bandung: Alfabeta.
- Tim Indonesia School of Life (ISOL) (2003). "*Prinsip Dasar Produk Perbankan Syariah*". <http://www.pembelajar.com/ISOL>.
- Tjiptono, Fandi. 2004. *Manajemen Jasa*. Edisi Pertama, Cetakan Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.

LAMPIRAN I

KUESIONER

KUESIONER

Dengan hormat,

Sebelumnya perkenalkan saya untuk memperkenalkan diri:

Nama : Iari Kurnia Putra

NIM : 01311538

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi,

Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta

Pada kesempatan ini perkenalkan saya meminta waktu sejenak dan kesediaan anda untuk mengisi kuesioner penelitian berikut ini dengan memberikan jawaban-jawaban yang sebenar-benarnya, untuk keperluan bahan skripsi saya yang berjudul “APLIKASI CARTER MODEL UNTUK MENGUKUR KEPUASAN KONSUMEN BANK SYARIAH” terutama pada BTM Surya Kencana Kradenan Kabupaten Grobogan.

Atas bantuan dan partisipasi anda, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

Iari Kurnia Putra

DAFTAR PERTANYAAN

Petunjuk pengisian: Berilah tanda silang (X) pada salah satu pilihan yang anda anggap paling tepat, dengan ketentuan sebagai berikut :

- SP : Sangat Penting TP : Tidak Penting
P : Penting STP : Sangat Tidak Penting
CP : Cukup Penting

TINGKAT KEPENTINGAN (*IMPORTANCE*) KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN BANK SYARI'AH

Butir Pertanyaan Prinsip dan Hukum Islam (*Compliance*)

No	Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP
1	Bank Syari'ah menjalankan prinsip dan hukum Islam					
2	Dalam Bank Syari'ah tidak ada pembayaran bunga tabungan dan pinjaman					
3	Bank Syari'ah menerapkan ketentuan layanan dan produk Islami					
4	Bank Syari'ah menerapkan ketentuan bebas bunga pinjaman					
5	Bank Syari'ah menerapkan ketentuan pembagi keuntungan investasi					

Butir Pertanyaan Jaminan (*Assurance*)

No	Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP
6	Bank Syari'ah memiliki karyawan yang sopan dan bersahabat					
7	Bank Syari'ah menyediakan saran-saran keuangan					
8	Interior kantor dan ruang tunggu Bank Syari'ah menarik					
9	Bank Syari'ah menyediakan akses informasi rekening					
10	Tim manajemen Bank Syari'ah berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas					

Butir Pertanyaan Kehandalan (*Reliability*)

No	Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP
11	Bank Syari'ah memberikan layanan yang menyenangkan (waktu layanan yang cepat)					
12	Bank Syari'ah menyediakan produk dan layanan yang luas					
13	Bank Syari'ah menjamin keamanan dalam bertransaksi					
14	Waktu (jam) layanan Bank Syari'ah optimal					

Butir Pertanyaan Fisik (Tengibles)

No	Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP
15	Tampilan kantor dan fasilitas fisik Bank Syari'ah menarik					
16	Bertransaksi di Bank Syari'ah cepat dan efisien					
17	Jam operasi Bank Syari'ah jelas					
18	Bank Syari'ah menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas					
19	Bank Syari'ah menyediakan layanan penarikan kas dengan hak istimewa					

Butir Pertanyaan Empati (Empathy)

No	Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP
20	Lokasi Bank Syari'ah mudah dijangkau					
21	Nama Bank Syari'ah mudah dikenali					
22	Bank Syari'ah menyediakan data kekayaan dan modal yang dimiliki					
23	Bank Syari'ah menyediakan area parkir yang memadai					
24	Bank Syari'ah menjamin kerahasiaan data nasabah					
25	Manajemen Bank Syari'ah meyakinkan					
26	Bank Syari'ah menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan					
27	Bank Syari'ah menetapkan tarif layanan yang rendah					
28	Bank Syari'ah menyediakan ketentuan konsultasi keuangan					

Butir Pertanyaan Daya Tanggap (Responsiveness)

No	Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP
29	Karyawan Bank Syari'ah bersedia membantu konsumen					
30	Cara karyawan Bank Syari'ah dalam melayani konsumen Islami					
31	Bank Syari'ah menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan					
32	Layanan pada Bank Syari'ah cepat dan efisien					

DAFTAR PERTANYAAN

Petunjuk pengisian: Berilah tanda silang (X) pada salah satu pilihan yang anda anggap paling tepat, dengan ketentuan sebagai berikut :

SB : Sangat Baik

TB : Tidak Baik

B : Baik

STB : Sangat Tidak Baik

CB : Cukup Baik

TINGKAT KINERJA (PERFORMANCE) LAYANAN BANK SYARIAH BTM SURYA KENCANA

Butir Pertanyaan Prinsip dan Hukum Islam (*Compliance*)

No	Pertanyaan	SB	B	CB	TB	STB
1	BTM Surya Kencana menjalankan prinsip dan hukum Islam					
2	Tidak ada pembayaran bunga tabungan dan pinjaman di BTM Surya Kencana					
3	BTM Surya Kencana menerapkan Ketentuan layanan dan produk Islami					
4	BTM Surya Kencana menerapkan ketentuan bebas bunga pinjaman					
5	BTM Surya Kencana menerapkan ketentuan pembagian keuntungan investasi					

Butir Pertanyaan Jaminan (*Assurance*)

No	Pertanyaan	SB	B	CB	TB	STB
6	BTM Surya Kencana memiliki karyawan yang sopan dan bersahabat					
7	BTM Surya Kencana menyediakan sarana-sarana keuangan					
8	Interior kantor dan ruang tunggu BTM Surya Kencana menarik					
9	BTM Surya Kencana menyediakan akses informasi rekening					
10	Tim manajemen BTM Surya Kencana berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas					

Butir Pertanyaan Keandalan (*Reliability*)

No	Pertanyaan	SB	B	CB	TB	STB
11	BTM Surya Kencana memberikan layanan yang menyenangkan (waktu layanan yang cepat)					
12	BTM Surya Kencana menyediakan produk dan layanan yang luas					
13	BTM Surya Kencana menjamin keamanan dalam bertransaksi					

14	Waktu (jam) layanan BTM Surya Kencana optimal					
----	---	--	--	--	--	--

Butir Pertanyaan Fisik (*Tengibles*)

No	Pertanyaan	SB	B	CB	TB	STB
15	Tampilan kantor dan fasilitas fisik BTM Surya Kencana menarik					
16	Bertransaksi di BTM Surya Kencana cepat dan efisien					
17	Jam operasi BTM Surya Kencana jelas					
18	BTM Surya Kencana menyediakan sekat-sekat atau pembatas loket yang jelas					
19	BTM Surya Kencana menyediakan layanan penarikan kas dengan hak istimewa					

Butir Pertanyaan Empati (*Empathy*)

No	Pertanyaan	SB	B	CB	TB	STB
20	Lokasi BTM Surya Kencana mudah dijangkau					
21	Nama BTM Surya Kencana mudah dikenali					
22	BTM Surya Kencana menyediakan data kekayaan dan modal yang dimiliki					
23	BTM Surya Kencana menyediakan area parkir yang memadai					
24	BTM Surya Kencana menjamin kerahasiaan data nasabah					
25	Manajemen BTM Surya Kencana meyakinkan					
26	BTM Surya Kencana menyediakan produk dan layanan yang menguntungkan					
27	BTM Surya Kencana menetapkan tarif layanan yang rendah					
28	BTM Surya Kencana menyediakan ketentuan konsultasi keuangan					

Butir Pertanyaan Daya Tanggap (*Responsiveness*)

No	Pertanyaan	SB	B	CB	TB	STB
29	Karyawan BTM Surya Kencana bersedia membantu konsumen					
30	Karyawan BTM Surya Kencana melayani konsumen secara Islami					
31	BTM Surya Kencana menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan					
32	Layanan pada BTM Surya Kencana cepat dan efisien					

LAMPIRAN II

DATA RESPONDEN DAN HASIL KUESIONER

DATA RESPONDEN DAN HASIL KUESIONER:

Karakteristik Responden (Total Responden 100 Orang)

1. Jenis kelamin : a. Pria (43 %)
b. Wanita (57 %)
2. Usia :
 - a. Dibawah 21 tahun (0 %)
 - b. 21 s/d 30 tahun (16 %)
 - c. 31 s/d 40 tahun (45 %)
 - d. 41 s/d 50 tahun (32 %)
 - e. Diatas 51 tahun (7 %)
3. Pendidikan terakhir:
 - a. SD (23 %)
 - b. SLTP / SMP (17 %)
 - c. SLTA / SMA (30 %)
 - d. D III (5 %)
 - e. S 1 / Sarjana (25 %)
 - f. S 2 / Magister (0 %)
 - g. S 3 / Doktor (0 %)
4. Pekerjaan :
 - a. Pegawai Negeri (30 %)
 - b. Pegawai Swasta (2 %)
 - c. Wiraswasta / Pedagang (43 %)
 - d. Petani / Peternak (17 %)
 - e. Pelajar (0 %)
 - f. Lain-lain (8 %)
5. Pendapatan perbulan :
 - a. < Rp.500.000,00 (30 %)
 - b. Rp.500.000,00 – Rp.1.000.000,00 (37 %)
 - c. > Rp.1.000.000,00 – Rp.1.500.000,00 (24 %)
 - d. > Rp.1.500.000,00 – Rp.2.000.000,00 (4 %)
 - e. > Rp.2.000.000,00 (5 %)

**TINGKAT KINERJA (PERFORMANCE) LAYANAN BANK SYARIAH
BTM SURYA KENCANA**

Butir Pertanyaan Prinsip dan Hukum Islam (*Compliance*) (X1)

No	Pertanyaan	SB	B	CB	TB	STB
1	X1.1	63	37	0	0	0
2	X1.2	70	30	0	0	0
3	X1.3	73	27	0	0	0
4	X1.4	73	27	0	0	0
5	X1.5	73	27	0	0	0

Butir Pertanyaan Jaminan (*Assurance*) (X2)

No	Pertanyaan	SB	B	CB	TB	STB
6	X2.1	53	30	15	1	1
7	X2.2	20	45	33	2	0
8	X2.3	10	42	38	8	2
9	X2.4	33	46	15	3	3
10	X2.5	25	46	20	8	1

Butir Pertanyaan Keandalan (*Reliability*) (X3)

No	Pertanyaan	SB	B	CB	TB	STB
11	X3.1	51	30	11	5	3
12	X3.2	51	21	21	6	1
13	X3.3	56	30	9	2	3
14	X3.4	45	33	10	5	7

Butir Pertanyaan Fisik (*Tengibles*) (X4)

No	Pertanyaan	SB	B	CB	TB	STB
15	X4.1	24	43	28	1	4
16	X4.2	15	47	30	5	3
17	X4.3	30	54	16	0	0
18	X4.4	10	12	58	15	5
19	X4.5	13	56	20	8	3

Butir Pertanyaan Empati (*Empathy*) (X5)

No	Pertanyaan	SB	B	CB	TB	STB
20	X5.1	68	23	0	4	5
21	X5.2	65	30	3	0	2
22	X5.3	12	40	33	12	3
23	X5.4	58	35	7	0	0
24	X5.5	46	30	20	4	0
25	X5.6	68	12	20	0	0
26	X5.7	54	35	9	1	1
27	X5.8	16	37	34	10	3
28	X5.9	16	47	37	0	0

Butir Pertanyaan Daya Tanggap (Responsiveness) (X6)

No	Pertanyaan	SB	B	CB	TB	STB
29	X6.1	46	38	15	0	1
30	X6.2	48	44	8	0	0
31	X6.3	35	57	5	1	2
32	X6.4	25	46	20	7	2

**TINGKAT KEPENTINGAN (*IMPORTANCE*) KONSUMEN TERHADAP
KUALITAS PELAYANAN BANK SYARI'AH**

Butir Pertanyaan Prinsip dan Hukum Islam (*Compliance*) (Y1)

No	Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP
1	Y1.1	43	38	12	6	1
2	Y1.2	30	45	19	4	2
3	Y1.3	43	40	12	5	0
4	Y1.4	63	5	30	1	1
5	Y1.5	75	10	15	0	0

Butir Pertanyaan Jaminan (*Assurance*) (Y2)

No	Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP
6	Y2.1	12	43	35	10	0
7	Y2.2	12	42	31	10	5
8	Y2.3	10	47	35	4	4
9	Y2.4	10	45	37	5	3
10	Y2.5	13	44	39	4	0

Butir Pertanyaan Keandalan (*Reliability*) (Y3)

No	Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP
11	Y3.1	10	48	33	4	5
12	Y3.2	31	50	15	4	0
13	Y3.3	51	40	9	0	0
14	Y3.4	45	26	16	10	3

Butir Pertanyaan Fisik (*Tengibles*) (Y4)

No	Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP
15	Y4.1	41	42	10	5	2
16	Y4.2	48	42	5	4	1
17	Y4.3	27	58	11	4	0
18	Y4.4	9	35	14	30	12
19	Y4.5	32	29	23	16	0

Butir Pertanyaan Empati (Empathy) (Y5)

No	Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP
20	Y5.1	58	37	5	0	0
21	Y5.2	48	37	10	5	0
22	Y5.3	23	42	19	10	6
23	Y5.4	57	14	20	6	3
24	Y5.5	58	7	35	0	0
25	Y5.6	37	35	20	7	1
26	Y5.7	55	27	15	3	0
27	Y5.8	52	41	7	0	0
28	Y5.9	34	56	5	3	2

Butir Pertanyaan Daya Tanggap (Responsiveness) (Y6)

No	Pertanyaan	SP	P	CP	TP	STP
29	Y6.1	59	28	11	2	0
30	Y6.2	48	42	10	0	0
31	Y6.3	48	43	9	0	0
32	Y6.4	49	42	9	0	0

LAMPIRAN III
RATA-RATA SKORE PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP
BTM SURYA KENCANA

**RATA-RATA SKORE PENILAIAN KONSUMEN TERHADAP
BTM SURYA KENCANA**

Tingkat Kinerja (X)

Compliance Tingkat Kinerja (X1)

Skore	5	4	3	2	1	
X1.1	315	148	0	0	0	4,63
X1.2	350	120	0	0	0	4,7
X1.3	365	108	0	0	0	4,73
X1.4	365	108	0	0	0	4,73
X1.5	365	108	0	0	0	4,73
Rata-rata \bar{X} 1						4,704

Assurance Tingkat Kinerja (X2)

Skore	5	4	3	2	1	
X2.1	265	120	45	2	1	4,33
X2.2	100	180	99	4	0	3,83
X2.3	50	168	114	16	2	3,5
X2.4	165	184	45	6	3	4,03
X2.5	125	184	60	16	1	3,86
Rata-rata \bar{X} 2						3,91

Reliability Tingkat Kinerja (X3)

Skore	5	4	3	2	1	
X3.1	255	120	33	10	3	4,21
X3.2	255	84	63	12	1	4,15
X3.3	280	120	27	4	3	4,34
X3.4	225	132	30	10	7	4,04
Rata-rata \bar{X} 3						4,185

Tangibles Tingkat Kinerja (X4)

Skore	5	4	3	2	1	
X4.1	120	172	84	2	4	3,82
X4.2	75	188	90	10	3	3,66
X4.3	150	216	48	0	0	4,14
X4.4	50	48	174	30	5	3,07
X4.5	65	224	60	16	3	3,68
Rata-rata \bar{X} 4						3,674

Empathy Tingkat Kinerja (X5)

Skore	5	4	3	2	1	
X5.1	340	92	0	8	5	4,45
X5.2	325	120	9	0	2	4,56
X5.3	60	160	99	24	3	3,46
X5.4	290	140	21	0	0	4,51
X5.5	230	120	60	8	0	4,18
X5.6	340	48	60	0	0	4,48
X5.7	270	140	27	2	1	4,4
X5.8	80	148	102	20	3	3,53
X5.9	80	188	111	0	0	3,79
Rata-rata \bar{X} 5						4,151

Responsiveness Tingkat Kinerja (X6)

Skore	5	4	3	2	1	
X6.1	230	152	45	0	1	4,28
X6.2	240	176	24	0	0	4,4
X6.3	175	228	15	2	2	4,22
X6.4	125	184	60	14	2	3,85
Rata-rata \bar{X} 6						4,188

Tingkat Kepentingan (Y)

Compliance Tingkat Kepentingan (Y1)

Skore	5	4	3	2	1	
Y1.1	215	152	36	12	1	4,16
Y1.2	150	180	57	8	2	3,97
Y1.3	215	160	36	10	0	4,21
Y1.4	315	20	90	2	1	4,28
Y1.5	375	40	45	0	0	4,6
Rata-rata \bar{Y} 1						4,244

Assurance Tingkat Kepentingan (Y2)

Skore	5	4	3	2	1	
Y2.1	60	172	105	20	0	3,57
Y2.2	60	168	93	20	5	3,46
Y2.3	50	188	105	8	4	3,55
Y2.4	50	180	111	10	3	3,54
Y2.5	65	176	117	8	0	3,66
Rata-rata \bar{Y} 2						3,556

Reliability Tingkat Kepentingan (Y3)

Skore	5	4	3	2	1	
Y3.1	50	192	99	8	5	3,54
Y3.2	155	200	45	8	0	4,08
Y3.3	255	160	27	0	0	4,42
Y3.4	225	104	48	20	3	4
Rata-rata \bar{Y} 3						4,01

Tangibles Tingkat Kepentingan (Y4)

Skore	5	4	3	2	1	
Y4.1	205	168	30	10	2	4,15
Y4.2	240	168	15	8	1	4,32
Y4.3	135	232	33	8	0	4,08
Y4.4	45	140	42	60	12	2,99
Y4.5	160	116	69	32	0	3,77
Rata-rata \bar{Y} 4						3,862

Empathy Tingkat Kepentingan (Y5)

Skore	5	4	3	2	1	
Y5.1	290	148	15	0	0	4,53
Y5.2	240	148	30	10	0	4,28
Y5.3	115	168	57	20	6	3,66
Y5.4	285	56	60	12	3	4,16
Y5.5	290	28	105	0	0	4,23
Y5.6	185	140	60	14	1	4
Y5.7	275	108	45	6	0	4,34
Y5.8	260	164	21	0	0	4,45
Y5.9	170	224	15	6	2	4,17
Rata-rata \bar{Y}_5						4,202

Responsiveness Tingkat Kepentingan (Y6)

Skore	5	4	3	2	1	
Y6.1	295	112	33	4	0	4,44
Y6.2	240	168	30	0	0	4,38
Y6.3	240	172	27	0	0	4,39
Y6.4	245	168	27	0	0	4,4
Rata-rata \bar{Y}_6						4,403

Penilaian Konsumen terhadap Kualitas Layanan BTM Surya Kencana

Dimensi	Rata-rata		Gap	Kesimpulan
	Tingkat Kinerja (\bar{X})	Tingkat Kepentingan (\bar{Y})		
Compliance	4,704	4,244	0,460	Surprise dan memuaskan
Assurance	3,910	3,556	0,354	Surprise dan memuaskan
Reliability	4,185	4,010	0,175	Surprise dan memuaskan
Tangibles	3,674	3,862	-0,188	Tidak berkualitas dan tidak memuaskan
Empathy	4,151	4,202	-0,051	Tidak berkualitas dan tidak memuaskan
Responsiveness	4,188	4,403	-0,215	Tidak berkualitas dan tidak memuaskan
Rata-rata	4,135	4,046	0,089	Surprise dan memuaskan