

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PT BRI, Tbk CABANG SUKOHARJO
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DITINJAU DARI
DIMENSI KUALITAS JASA**

SKRIPSI



Disusun oleh :

Nama : Eny Tri Hastuti
No Mahasiswa : 01 311 407
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PT BRI, Tbk CABANG SUKOHARJO
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DITINJAU DARI
DIMENSI KUALITAS JASA**



SKRIPSI

Ditulis oleh

Nama : Eny Tri Hastuti
No. Mahasiswa : 01311407
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PT BRI, Tbk CABANG SUKOHARJO
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DITINJAU DARI
DIMENSI KUALITAS JASA**

SKRIPSI

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



Oleh :

Nama : Eny Tri Hastuti
No. Mahasiswa : 01311407
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, Juli 2005

Penulis,

Eny Tri Hastuti

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PT. BRI, TBK CABANG SUKOHARJO
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DARI DIMENSI KUALITAS JASA

Disusun Oleh: **ENY TRI HASTUTI**
Nomor mahasiswa: 01311407

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 23 Agustus 2005

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Murwanto Sigit, MBA

Penguji : Dra. Sri Hardjanti, MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Suwarsono, MA

HALAMAN MOTTO

- ❖ Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan (Qs.Nasyrah :6)
- ❖ Education is an ornament in prosperity and a refuge in adversity.
- ❖ Orang sukses pasti telah melewati berbagai kesulitan, tapi tidak semua orang yang dilanda kesulitan akan sukses. Apalagi kalau dia malah mempersulit diri sendiri.
- ❖ Orang yang mencoba melakukan sesuatu dan gagal jauh lebih baik ketimbang mereka yang nggak berbuat apa – apa tapi sukses.
- ❖ Beberapa orang mungkin mampu meraih sukses dengan mudah, tetapi kita semua sudah pasti memahami bahwa gagal kamu adalah satu diantara begitu banyak orang yang gagal.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan tulus hati skripsi ini saya persembahkan untuk :

- ❖ **Yang terhormat Bapak dan Ibu, yang telah memberikan kasih sayang dan doa yang tiada henti.**
- ❖ **Almarhum kakak-kakakku (Tulus dan Bambang).**
- ❖ **Adik – adikku (Ana dan Agung) dan keluarga besarku terima kasih untuk support dan keceriaannya selama ini.**
- ❖ **Seseorang yang kelak menjadi pendamping hidupku.**

ABSTRAKSI
ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PT BRI, Tbk CABANG SUKOHARJO
TERHADAP KEPUASAN NASABAH DITINJAU DARI
DIMENSI KUALITAS JASA

Eny Tri Hastuti
01 311 407

Dewasa ini perkembangan diberbagai sektor usaha sangat pesat, demikian juga perkembangan disektor perbankan. Berbagai cara diusahakan untuk menarik perhatian nasabah terlebih pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap bank yang akan mempengaruhi tingkat kepuasan setiap nasabah. Mengingat akan pentingnya kualitas pelayanan yang akan diberikan oleh setiap bank dalam mempengaruhi nasabahnya maka penulis melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Kualitas Pelayanan PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo Terhadap Kepuasan Nasabah Ditinjau Dari Dimensi Kualitas Jasa “.

Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka peneliti mendapatkannya dengan cara survey dengan menggunakan instrument kuesioner yang diperkuat dengan pernyataan studi pustaka dan alat analisis yang digunakan adalah *metode importance – performance analysis* karena untuk mengetahui antara kinerja karyawan dan harapan nasabah apakah sudah sesuai dengan keinginan nasabah atau belum yang didukung dengan uji validitas dan reliabilitas untuk memperkuat hasilnya.

Berdasarkan hasil penelitian, maka didapat kesimpulan bahwa secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo sudah dapat meningkatkan kepuasan konsumen, hal ini terlihat dari tabel 4.14 bahwa kinerja BRI melebihi harapan setiap nasabah sehingga dapat dikatakan bahwa hasil kinerja BRI sudah sesuai keinginan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi yaitu Tangible, Reliability, Responsiveness, Emphaty, dan Assurance mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo yang hasilnya adalah konsumen (nasabah) merasa puas dengan layanan PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, skripsi dengan judul “ **ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PT BRI, Tbk CABANG SUKOHARJO TERHADAP KEPUASAN NASABAH DITINJAU DARI DIMENSI KUALITAS JASA** “ telah dapat terselesaikan.

Skripsi ini disusun dan dipersiapkan untuk melengkapi syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan dalam bidang Ilmu Ekonomi Strata 1 pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Terlepas dari segala kekurangan, pada kesempatan ini perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan sebesar-besarnya pada berbagai pihak yang telah membantu baik secara material maupun spiritual hingga selesainya penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Drs. Suwarsono Muhammad, MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Dra. Nur Fauziah, MM, selaku Kajur Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Drs. Murwanto Sigit, MBA, selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan, petunjuk dan pengarahan kepada peneliti di dalam penyusunan skripsi hingga selesai.

4. Bapakku Suminto dan ibuku Sri karsini tercinta serta almarhum kakakku Tulus dan Bambang serta adikku tersayang Ana dan Agung.
5. Saudara dan keponakanku semua yang cantik and cakep (Bagus, Sulis, Iwan, Bayu, Ferri, Bagas, Satria, Cahyo, Andi, Aji, Adi, Tuning, Via, Avi, Putri, Vena, Nata, Rahma).
6. Om Kardi dan Bulek Yanti makasih telah membantu aku dan menambah pengetahuanku dalam penyelesaian skripsi ini.
7. My best friend the gank blue Niken, Ani meong, Yulli tuyul, Eva cepot, Lina tubies makasih telah memberikan persahabatan dan hari-hari yang menyenangkan maupun menyedihkan dijogja.
8. Sahabatku di bakung ceria Tutik (tinggal kita berdua nich), dan exs Endah (si ungu), rani (si pink), kita harus wisuda bareng oc, Chayo!!!!
9. Sobatku yang tergabung di Ziro '98 makasih telah memberi aq kesadaran dan kasih sayang yang tulus (walau jauh q tetap mengingat kalian)
10. My imut AD 4828 L, AD 5117 RV makasih banget dah anter aq kemana-mana.
11. My computer yang tiap hari nemenin aq sampai terselesainya skripsi ini
12. Temen-temen KKN unit 50 angkatan 29 Tyo, Rori, Gunawan, Moko, Yoga, Iyak, Abbas, Riki, Teteh, Niken, Tari, Eka makasih telah memberikan arti penting nilai kerjasama dan setiakawan.

13. R 2294, D 1748, AA 8110 makasih telah memberikan warna dalam hidupku selama perjalananku dijogja
14. Benk-Benk makasih telah memberikan arti perjuangan dan cinta serta semangat buat q
15. Temen-temenku yang tergabung dalam kepengurusan Pamadi Club Teguh, Sulis, Andang, Harko, Ganes, kita harus terus berjuang okle!!!!!!!
16. Temen-temenku dikampus khususnya kelas E semua special to Dina, Nyit2 (makasih ya telah minjem aq skripsinya)
17. Sobatku Anita, Iin, Hesti, Dewi, Haris, Mendrus, Celeng, Andri, Rika, Arnol, Jarwanto makasih telah memberikan arti persahabatan.
18. Lagu-lagu Kitaro yang selalu mengiringi setiap penulisan skripsi ini hingga dapat selesai.

Semoga segala dukungan dan bimbingan yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan dari Allah SWT. Amin

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan sebagai referensi.

Wassalamualaikum Wr.Wb.

Yogyakarta, Juli 2005

Penulis

Eny Tri Hastuti

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Sampul Depan Skripsi	ii
Halaman Judul Skripsi.....	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iv
Halaman Pengesahan Skripsi.....	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	vi
Halaman Motto.....	vii
Halaman Persembahan.....	viii
ABSTRAKSI.....	ix
Kata Pengantar.....	x
Daftar Isi.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1	Penelitian Terdahulu.....	7
2.1.1	Penelitian dari jurnal Kompak.....	7
2.1.2	Penelitian dari skripsi lain.....	8
2.2	Pengertian Pemasaran.....	9
2.3	Konsep Pemasaran.....	11
2.4	Dimensi Kualitas Jasa.....	13
2.5	Pemasaran Jasa.....	14
2.6	Kualitas Jasa Layanan.....	16
2.7	Kepuasan Pelanggan.....	18
2.8	Pengertian Persepsi Konsumen.....	20
2.9	Pengertian Jasa Bank.....	21
2.10	Hipotesis.....	22

BAB III METODE PENELITIAN, LOKASI PENELITIAN DAN GAMBARAN PERUSAHAAN

3.1	Lokasi Penelitian.....	23
3.2	Gambaran Umum Perusahaan.....	23
3.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	25
3.3.1	Visi BRI.....	25
3.3.2	Misi BRI.....	25
3.4	Struktur Organisasi.....	26

3.4.1	Gambar Struktur Organisasi.....	26
3.5	Variabel Penelitian.....	27
3.5.1	Variabel Dependen Penelitian.....	27
3.5.2	Variabel Independen Penelitian.....	27
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	27
3.7	Instrumen atau Alat Pengumpul Data.....	28
3.7.1	Uji Validitas.....	29
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	30
3.8	Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.8.1	Sumber Data.....	30
3.8.1.1	Data Primer.....	30
3.8.2	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.8.2.1	Survey.....	31
3.8.2.2	Kuesioner.....	31
3.8.2.3	Studi Pustaka.....	31
3.9	Populasi dan Sampel.....	32
3.9.1	Populasi.....	32
3.9.2	Sampel.....	32
3.10	Metode Analisis Data.....	33
3.10.1	Analisis Kualitatif.....	33
3.10.2	Analisis Kuantitatif.....	33

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1	Uji Validitas Data.....	34
4.2	Uji Rreliabilitas Data.....	37
4.3	Analisis Kualitatif.....	39
4.3.1	Gender (Jenis Kelamin).....	39
4.3.2	Tingkat Usia.....	39
4.3.3	Tingkat Pendidikan.....	40
4.3.4	Jenis Pekerjaan.....	41
4.4	Analisis Kuantitatif.....	51
4.4.1	Tingkat Harapan.....	48
4.4.2	Tingkat Pelaksanaan/ Kinerja.....	49
4.4.3	Tingkat Kesenjangan / Gap.....	50
4.5	Analisa Diagram Kartesius.....	51
4.5.1	Gambar Diagram Kartesius I.....	53
4.5.2	Gambar Diagram Kartesius II.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran.....	59
Daftar Pustaka.....		61
Lampiran.....		63

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran I

A. Kuesioner Penelitian

B. Surat Keterangan Penelitian

C. Uji validitas dan reliabilitas kinerja tangible

D. Uji validitas dan reliabilitas kinerja reliability

E. Uji validitas dan reliabilitas kinerja responsiveness

F. Uji validitas dan reliabilitas kinerja emphaty

G. Uji validitas dan reliabilitas kinerja assurance

H. Uji validitas dan reliabilitas harapan tangible

I. Uji validitas dan reliabilitas harapan reliability

J. Uji validitas dan reliabilitas harapan responsiveness

K. Uji validitas dan reliabilitas harapan emphaty

J. Uji validitas dan reliabilitas harapan assurance

2. Lampiran II

A. Data primer kinerja PT BRI, Tbk

B. Data primer harapan konsumen

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di dalam perkembangan dewasa ini perkembangan diberbagai sektor usaha sangat pesat, demikian juga halnya industri bank yang peranannya sangat menentukan bagi pengaturan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat.

Berbagai paket deregulasi yang diberlakukan pemerintah secara tidak langsung mengarahkan dunia perbankan di Indonesia pada keadaan sekarang ini, satu diantaranya adalah deregulasi di bidang moneter, yakni paket 27 oktober 1988 yang memiliki sasaran memperbaiki efisiensi perbankan di Indonesia.

Menurut UU no 7 tahun 1992 *Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan baik disalurkan ataupun digunakan untuk tujuan lain.* Hal ini berbeda dengan falsafah bisnis terdahulu yang berorientasi pada produk (product concept), berorientasi pada penjualan (sales concept) atau berorientasi pada keuangan perusahaan (financial concept) karena perkembangan usaha perbankan mengharuskan adanya perubahan dari produk oriented menuju ke market oriented.

Setiap bank dituntut untuk dikelola secara professional, efisien, dan efektif jika tidak ingin tersisih dari percaturan dunia perbankan. Sementara itu sejak tahun 1992 terjadi perubahan status bank-bank umum milik pemerintah menjadi PT (persero). Perubahan ini dimaksudkan untuk meningkatkan kinerja masing-

masing bank pemerintah dalam menghadapi persaingan, baik dari bank-bank umum swasta nasional maupun bank-bank umum swasta campuran.

Perkembangan perbankan Indonesia pernah diwarnai situasi yang memprihatinkan bahkan sempat mendapat krisis kepercayaan masyarakat terhadap perbankan secara nasional. Hal ini terjadi karena adanya krisis politik, hukum, ekonomi yang berkepanjangan sehingga mengakibatkan menurunnya tingkat kepercayaan masyarakat terhadap system perbankan secara nasional yang pada akhirnya dapat mendorong masyarakat untuk menarik dananya secara besar-besaran sehingga mengakibatkan operasional bank memburuk bahkan ada yang sampai mengalami penutupan.

Bank BRI pada hakekatnya adalah organisasi, merupakan suatu perusahaan yang diatur oleh pemerintah, berfungsi sebagai pengumpul dana masyarakat berupa simpanan dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat yang memerlukan berupa kredit . Ada tiga bentuk simpanan yang diterima oleh BRI yaitu deposito, tabungan, dan giro. Tingkat suku bunga yang diberikan oleh BRI dari yang tertinggi sampai yang terendah adalah deposito, tabungan dan giro. Pemberian tingkat suku bunga yang berbeda ini erat kaitannya dengan dana yang mengendap di bank, semakin lama dana tersebut mengendap dibank maka semakin tinggi suku bunga yang diberikan bank kepada dana tersebut.

Mengingat pentingnya nasabah sebagai salah satu faktor penentu keberhasilan dalam pembagian usaha jasa perbankan, yang tidak hanya berlaku untuk bank swasta melainkan juga BUMN, maka penelitian mengenai pelayanan pada jasa perbankan menjadi hal yang perlu mendapat perhatian utama.

kualitas pelayanan harus senantiasa dikaji guna menerapkan strategi yang tepat dalam upaya peningkatan pelayanan yang akhirnya berujung pada peningkatan profit perusahaan.

Untuk memuaskan para pelanggan ini, pemasar perlu memenuhi apa yang penting bagi nasabah/pelanggan untuk memenuhi harapan-harapan mendasar pelanggan. Setiap individu dalam masyarakat mempunyai harapan dan persepsi terhadap suatu produk yang berbeda-beda, walaupun mereka mengkonsumsi suatu produk yang sama. Hal ini dikarenakan realitas yang dihadapi konsumen adalah sama, tetapi informasi yang ditangkap, diperhatikan, diingat, diinterpretasikan tergantung pada kebutuhan, nilai-nilai, harapan dan keyakinan masing-masing konsumen. Kemampuan suatu produk dalam memenuhi harapan konsumen bergantung pada penilaian subyektif konsumen. Dalam hal ini yang mempunyai peranan penting adalah persepsi konsumen terhadap produk itu sendiri.

Untuk mengetahui kinerjanya selama ini atau harapan dari nasabah, maka perusahaan perlu melakukan penelitian tentang hal tersebut. Oleh karena itu penulis memilih mengambil judul dalam penelitian ini yaitu

**“ ANALISIS KUALITAS PELAYANAN PT BRI (PERSERO), TBK
CABANG SUKOHARJO TERHADAP KEPUASAN NASABAH DITINJAU
DARI DIMENSI KUALITAS JASA “**

1.2 Perumusan Masalah

Dari uraian diatas maka dapat diambil perumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah nasabah sudah merasa puas dengan pelayanan yang diberikan PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo?
2. Atribut apa yang paling tepat mempengaruhi kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT BRI, Tbk dilihat dari Tangible, Reliability, Responsiveness, Emphaty, dan Assurance?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dimaksudkan untuk memudahkan dalam persiapan segala sesuatunya yang dibutuhkan dalam pemecahan masalah dengan latar belakang diatas yaitu :

1. Nasabah yang dimaksud adalah nasabah perorangan dari semua produk yang menjadi nasabah BRI cabang Sukoharjo
2. Atribut jasa pelayanan bank meliputi keandalan (reliability), ketanggapan (respoinsiveness), jaminan (Assurance), emphaty, dan wujud (tangible)

1.4 Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo ditinjau dari dimensi kualitas jasa yaitu Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance, dan Emphaty

2. Untuk mengetahui ketepatan pengaruh Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, dan Emphaty terhadap kepuasan yang diberikan PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo

1.5 Manfaat penelitian

Manfaat yang akan diperoleh adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Dapat mengetahui kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada nasabah dan sebagai bahan evaluasi menuju pelayanan yang lebih baik kemudian hari.

2. Bagi peneliti

Peneliti dapat menerapkan pengetahuan yang diperoleh dari mata kuliah manajemen pemasaran ke dalam praktek bisnis yang sesungguhnya dan menambah wawasan penulis dalam hal karakteristik dan persepsi nasabah yang berkaitan dengan kualitas jasa pelayanan bank.

3. Bagi pihak lain

Diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

2.1.1 Penelitian terdahulu diambil dari jurnal KOMPAK, Edisi Januari 2002 :39-55 yang ditulis oleh Munjiati Munawaroh, Staf Pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Muhamadiyah Yogyakarta dengan judul “ Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pada Perguruan Tinggi Negeri Dan Swasta Di Yogyakarta “.

Rumusan masalah dalam penelitian tersebut adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh gap antara kualitas jasa yang diharapkan oleh mahasiswa dengan kualitas jasa yang saat ini diterimanya terhadap kepuasan konsumen.

Dimensi yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah tangibles, reliability, responsiveness, empathy dan assurance. Analisis data yang digunakan pada penelitian terdahulu adalah regresi linear berganda yang digunakan untuk menguji pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan.

Prosedur pengambilan sampel pada penelitian terdahulu menggunakan metode convenience sampling dan purposive sampling, yang hasilnya diperoleh 200 responden untuk mewakili mahasiswa PTN dan PTS di Yogyakarta. PTN yang mewakili adalah mahasiswa UGM dan IAIN Kalijaga, sedangkan untuk PTS yang mewakili adalah STIE Widya Wiwaha dan Universitas Atmajaya.

Kesimpulan yang diperoleh dari penelitian terdahulu ini adalah :

- a. Diantara lima dimensi dalam kualitas jasa yang paling berpengaruh dalam kepuasan mahasiswa perguruan tinggi negeri di Yogyakarta adalah gap reliability dan assurance, sedangkan untuk perguruan tinggi swasta di Yogyakarta yang mempengaruhi tingkat kepuasan adalah gap tangibles dan assurance.

2.1.2 Penelitian terdahulu yang diambil dari skripsi oleh Lestya Dwi Mahendra (UMY , 2004) dengan judul “ Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Pada Bank BRI Cabang Ponorogo (Jawa Timur) “

Rumusan masalah dalam penelitian tersebut adalah untuk mengetahui apakah nasabah puas atas kualitas pelayanan di bank BRI Cabang Ponorogo.

Dimensi yang digunakan penelitian terdahulu menggunakan variabel Assurance, Emphaty, Tangibles, Responsiveness, dan Reliability. Untuk karakteristik dibedakan atas gender, umur, pendidikan dan pekerjaan.

Metode analisis data pada penelitian terdahulu menggunakan uji kevalidan data yang meliputi uji validitas dan uji reliabilitas, Analisis kuantitatif Deskriptif dengan menggunakan analisis indek kepuasan konsumen dengan cara mencari selisish antara kualitas jasa yang diterima (kinerja) saat ini dan kualitas jasa yang diharapkan para nasabah bank BRI, kemudian dikalikan dengan bobot kepentingan.

Kesimpulan dari penelitian terdahulu adalah :

- a. Konsumen (nasabah) sudah merasa puas terhadap kualitas pelayanan pada PT BRI Cabang Ponorogo.

- b. Secara keseluruhan penilaian konsumen (nasabah) terhadap atribut kualitas pelayanan pada Bank BRI Cabang Ponorogo menunjukkan penilaian yang positif.
- c. Berdasarkan tingkat kepentingan atas atribut kualitas pelayanan bank BRI Cabang Ponorogo dari hasil perhitungan bobot kepentingan dengan cara total mean ke-5 dibagi dengan mean per atribut hasilnya adalah Assurance menempati urutan pertama, kedua Reliability, ketiga Tangibles, keempat Emphaty, dan kelima adalah Responsiveness.

2.2 Pengertian Pemasaran

Dewasa ini pemasaran telah menjadi suatu unsur penting yang sangat bermanfaat dan harus dilaksanakan oleh perusahaan untuk menjaga kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Selain itu pemasaran dilaksanakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produknya ke pasar dan memenangkan pangsa pasar.

Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen, jika perusahaan menginginkan usahanya berjalan terus atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan sehingga dapat dikatakan bahwa keberhasilan pemasaran merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan.

Pemasaran dalam suatu perusahaan merupakan salah satu kegiatan yang penting disamping masalah yang lain seperti kegiatan dalam berproduksi, pengelolaan dana dan pengelolaan sumber daya manusia yang ada. Kegiatan pemasaran merupakan awal kegiatan perusahaan untuk berkembang dan

mendapatkan laba yang berlangsung dalam kaitannya dengan pasar sebagai lahannya. Kegiatan pemasaran bertujuan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen atas barang dan jasa yang dijualnya tanpa melupakan tanggung jawab sosialnya. Definisi pemasaran bermula dengan menitikberatkan pada barang, kemudian pada lembaga dalam melaksanakan tujuan penjualan, dan kemudian pada fungsi-fungsi yang dilaksanakan dalam transaksi pemasaran.

Definisi pemasaran menurut William J. Stanton adalah sebagai berikut :

“Pemasaran adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial” (William J.S, 1996 : 7)

Definisi tersebut mengandung arti bahwa pemasaran merupakan suatu system yang saling berhubungan, kegiatan tersebut beroperasi dalam suatu lingkungan yang terus-menerus sebagai salah satu konsekwensi sosial atau dengan kata lain perubahan lingkungan yang dinamis dari perusahaan.

Definisi lainnya yang dikemukakan oleh Philip Kotler dan Amstrong :

” Pemasaran adalah suatu proses social dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan penawaran dan pertukaran produk yang bernilai dengan pihak lain “. (Kotler dan Amstrong, 2001 :7)

Definisi pemasaran diatas berdasarkan konsep-konsep inti dari kebutuhan, keinginan, dan permintaan produk, nilai, budaya, dan keputusan pertukaran, transaksi, pasar dan pemasaran dan pemasar. Dengan demikian pemasaran merupakan proses sosial dimana terjadi suatu timbal balik antara pihak pembeli. Pihak pemasar berusaha memperoleh sumber daya dan menawarkan atas barang dan jasa yang ditawarkan pihak pemasar guna memenuhi kebutuhan dan keinginan.

2.3 Konsep Pemasaran

Perusahaan yang sudah mulai mengenal bahwa pemasaran merupakan faktor penting untuk mencapai sukses usahanya, akan mengetahui adanya cara dan falsafah baru tersebut yang biasanya disebut konsep pemasaran.

Perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa ingin mendapatkan laba yang maksimal, maka harus menerapkan konsep pemasaran. Konsep pemasaran berbeda-beda dan dapat dipilih sesuai dengan kondisi dimana perusahaan berada. Dengan sendirinya konsep pemasaran yang digunakan perusahaan bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen, serta berorientasi pada masyarakat. *Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang dinyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi bagi kelangsungan hidup perusahaan.* (Philip Kotler,1997). Hal ini mengandung pengertian bahwa tugas utama dari perusahaan adalah membuat percaya konsumen terhadap produk yang dihasilkan dan perusahaan harus percaya bahwa nantinya konsumen akan menimbulkan kesan yang baik dan loyalitas dari konsumen terhadap perusahaan yang pada akhirnya akan menghasilkan laba yang maksimal. Hal ini sangat penting untuk menguasai peluang pasar yang ada.

Tiga faktor penting dalam konsep pemasaran adalah :

1. Orientasi pada konsumen

- Menentukan kebutuhan pokok (basic need) dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi
- ,Menentukan kelompok pembeli yang akan dijadikan sasaran penjualan karena perusahaan tidak mungkin dapat memenuhi segala kebutuhan

pokok konsumen maka perusahaan memilih kelompok pembeli tertentu dari kelompok pembeli yang ada.

- Menentukan produk pemasarannya untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda-beda dari kelompok pembeli yang dipilih sebagai sasarannya
- Mengadakan penelitian pada konsumen untuk mengukur, menilai dan menafsirkan keinginan dan perilaku mereka
- Menentukan dan melaksanakan *start* yang paling baik, apakah menitik beratkan pasar, mutu yang tinggi, harga yang murah atau model yang menarik.

2. Koordinasi dan Integrasi seluruh Kegiatan Pemasaran

Pengintegrasian seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan perlu dilakukan untuk memberikan kepuasan konsumen, juga perlu dihindari adanya pertentangan dalam perusahaan maupun perusahaan dengan pasarnya. Dapat disimpulkan bahwa setiap orang dan bagian dalam perusahaan turut berkecimpung dalam suatu usaha yang terkoordinir untuk memberikan kepuasan konsumen, sehingga tujuan perusahaan dapat dilealisasi. Selain itu harus dapat penyesuaian dan koordinasi antara produk, harga, saluran distribusi, dan promosi untuk menciptakan hubungan pertukaran yang kuat dengan konsumen. Artinya harga harus sesuai dengan kualitas produk, serta promosi harus sesuai dengan saluran distribusi, harga dan kualitas produk. Usaha ini juga perlu dikoordinasikan dengan waktu yang tepat.

3. Mendapatkan Laba melalui Pemuasan Konsumen

Faktor yang menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mendapatkan laba adalah banyak sedikitnya kepuasan konsumen yang dapat dipenuhi. Ini tidak berarti bahwa perusahaan harus memaksimalkan kepuasan konsumen, tapi perusahaan harus mendapatkan laba dengan cara memberikan kepuasan kepada konsumen. Perkembangan masyarakat dan teknologi telah menyebabkan perkembangan konsep pemasaran. Sekarang perusahaan dituntut untuk dapat menanggapi cara-cara atau kebiasaan masyarakat. Perusahaan tidak lagi berorientasi kepada konsumen saja, tetapi juga harus berorientasi kepada masyarakat

2.4 Dimensi Kualitas Jasa

Kualitas merupakan tingkat kesesuaian dengan persyaratan, dalam hal ini persyaratan pelanggan. *Total quality service* merupakan konsep tentang bagaimana menanamkan kualitas pelayanan pada setiap fase penyelenggaraan jasa yang melibatkan semua personel yang ada dalam organisasi (Handrianan, 1998).

Beberapa dimensi kualitas jasa diteliti oleh banyak ahli. Parasuraman dkk (1985) dalam Tjiptono (1997), pada riset eksploratori mereka meneliti kualitas jasa dan faktor-faktor yang menentukannya. Mereka menemukan 5 dimensi kualitas jasa, yaitu :

1. *Reliability* (keandalan), merupakan kemampuan untuk memberikan jasa dengan segera dan memuaskan

2. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa dengan tanggap.
3. *Assurance* (jaminan), yaitu kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
4. *Empathy*, yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.
5. *Tangibles* (bukti langsung), merupakan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2.5 Pemasaran Jasa

Manusia memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka dengan produk yang tersedia dipasar yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Produk tidak terbatas pada obyek fisik, sedangkan istilah barang dan jasa digunakan untuk membedakan antara produk fisik dan produk tidak berwujud.

Suatu jasa memiliki cirri-ciri yang membedakannya dengan produk lain. Untuk mengetahui lebih jelas apa itu jasa, maka Kotler mendefinisikan:

“Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”. (Kotler,1994:Lupiyoadi,2001)

Jasa memiliki empat karakteristik utama yaitu sebagai berikut (Kotler, 1997:1998) :

- Intangible (tidak berwujud)
Maksudnya adalah bahwa suatu jasa itu mempunyai sifat tidak berwujud karena jasa tidak dapat dirasakan dan tidak dapat dinikmati sebelum konsumen membelinya.
- Produk dan konsumsi bersifat simultan
Suatu jasa diproduksi dan dikonsumsi dalam jangka waktu yang relatif sama karena bila tidak dilakukan secara bersama maka konsumen tidak akan bisa menikmati bentuk dari suatu jasa tersebut sehingga kepuasan tidak akan terjadi.
- Heterogen
Suatu jasa selalu mengalami perubahan, tergantung siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan
- Cepat hilang dan permintaan yang berfluktuasi
Jasa cepat hilang dan tidak dapat disimpan, selain itu pasaran jasa-jasa berubah-ubah menurut musim, menurut hari dalam seminggu atau jam dalam se harinya. Kombinasi sifat cepat rusak dan permintaan yang berubah-ubah menimbulkan tantangan dalam bidang perencanaan produk, penetapan harga dan promosi bagi pejabat-pejabat perusahaan jasa.

Sifat khusus dari pemasar jasa adalah sebagai berikut (Yamit,Z: 2001) :

- Menyesuaikan dengan seluruh konsumen
- Keberhasilan pemasaran jasa terpengaruhi oleh pendapatan penduduk
- Pada pemasaran jasa tidak ada tugas-tugas penyimpanan karena jasa diproduksi secara bersama-sama dengan waktu konsumsi

- Mutu dari suatu jasa dipengaruhi oleh benda yang berwujud seperti dalam bentuk layanan
- Seluruh distribusi dalam marketing jasa tidak begitu penting

Salah satu diantara jasa yang ditawarkan adalah jasa keuangan dalam bentuk perbankan. Dalam pemasaran jasa perbankan, peningkatan pelayanan kebutuhan konsumen tidak terlepas dari *sales promotion*. Keunggulan suatu jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut apakah sesuai dengan usaha yang diharapkan penerima jasa

2.6 Kualitas Jasa layanan

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kualitas pelayanan yaitu derajat perbedaan antara harapan pelanggan dengan persepsi pelanggan terhadap kinerja jasa yang diterimanya. Menurut Lupiyoadi (2001)membagi dimensi kualitas jasa pelayanan menjadi 2 yaitu :

a. Technical quality

yaitu yang berhubungan dengan outcome suatu pelayanan, apa yang pelanggan dapatkan.

b. Functional quality

lebih banyak berhubungan dengan proses delivery atau bagaimana pelayanan diberikan kepada pelanggan

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan

harapan dan keinginan pelanggan. Harapan dan keinginan nasabah dapat tercapai melalui pengukuran kualitas pelayanan yaitu reliability, tangible, responsiveness, assurance, dan empathy.

Suatu cara perusahaan jasa untuk tetap dapat unggul bersaing adalah dengan memberikan jasa dengan kualitas lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibutuhkan oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan ddari mulut ke mulut serta promosi yang dilaksanakan oleh bank, kemudian dengan membandingkan dengan bank lainnya.

Salah satu sifat dari jasa / pelayanan adalah diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan. Pemahaman ini penting bagi setiap penyedia jasa layanan perbankan untuk dapat memberikan pelayanan yang baik kepada setiap pelanggannya. Pelayanan yang ramah dari para pelayan dan diikuti dengan penguasaan produk yang tepat sungguh dapat menyenangkan para nasabah. Pelayanan merupakan suatu rangkaian yang tidak terpisahkan antara internal service dan external service.

Internal akan menentukan laku tidaknya perusahaan menjual barang dagangan, untuk itu diperlukan pelayanan. Pengukuran kualitas pelayanan dilaksanakan berdasarkan daftar kuesioner yang berisi skala persepsi, dari kuesioner akan dapat diidentifikasi 5 tingkatan persepsi terhadap kualitas pelayanan oleh para responden.

Kekuatan dari masing-masing persepsi tersebut diukur dengan menggunakan ukuran skalal likert seperti dibawah ini :

Sgt Tdk Stuju	Tdk setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sgt Setuju
1	2	3	4	5

Berdasarkan jawaban dari skala likert diatas, maka responden menentukan tingkat persepsi yang diyakininya terhadap kualitas pelayanan. Setelah melaksanakan penjumlahan dan merata-ratakan terhadap nilai persepsi yang diberikan untuk sekelompok responden maka dapat dievaluasi setiap atribut produk kualitas jasa pelayanan.

2.7 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan akan tercapai apabila perusahaan mampu memberikan barang/jasa yang diinginkan untuk konsumen, namun untuk meningkatkan optimalisasi kepuasan pelanggan perusahaan perlu memahami dan mengantisipasi apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kepuasan pelanggan merupakan titik awal dari loyalitas pelanggan yang akan berdampak pada keuntunagan / laba yang diperoleh perusahaan. Menurut Kotler Kepuasan pelanggan adalah “ *Perasan senang atau tidak senang seseorang yang merupakan hasil dari membandingkan kinerja produksi yang diterima atau hasil dengan harapan orang tersebut.* (Philip Kotler, 1997). Kepuasan pelanggan ditentukan oleh persepsi pelanggan atas performance produk / jasa dalam memenuhi harapan pelanggan.

Ada lima faktor pendorong utama kepuasan pelanggan yaitu :

1. Kualitas jasa

Pelanggan puas kalau setelah membeli menggunakan jasa tersebut, ternyata kualitas jasa yang baik

2. Harga

Untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value of money yang tinggi.

3. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal yaitu system, teknologi, dan manusia dan biasanya kualitas ini sangat sulit ditiru.

4. Emosional faktor

Kepuasan dapat timbul karena pada saat menabung dan merasakan adanya perbedaan dan bisa mendapatkan keamanan yang terjamin maka akan semakin yakin untuk menabung di bank.

5. Kemudahan

Nasabah akan semakin puas bila relative mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk / layanan.

Ada beberapa faktor yang dijadikan di dalam pengukuran kepuasan pelanggan yaitu (Kotler ,1996 dalam Tjiptono,1997) :

1. Sistem keluhan dan saran

Organisasi yang berpusat pelanggan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan keluhan dan saran

2. Ghost shopping

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan dan bersikap sebagai pembeli potensial.

3. Lost customer analysis

Perusahaan seharusnya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu bisa terjadi. Bukan hanya exit interview saja yang perlu tetapi pemantauan customer loss rate juga penting, karena peningkatan customer loss rate menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya.

4. Survey kepuasan pelanggan

Dengan menggunakan pengukuran ini maka perusahaan akan memperoleh tanggapan secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian pada pelanggan. Wujud dari survey ini bisa melalui pos, telepon, maupun wawancara langsung.

2.8 Pengertian Persepsi Konsumen

Persepsi merupakan pemberian makna atas stimuli yang berasal dari atribut promosi atau produk. Persepsi yang terbentuk akan berpengaruh terhadap dorongan kebutuhan dan sikap konsumen. Persepsi merupakan proses individu menangkap (eksposur) mengorganisir (memberi atensi) dan menafsirkan (interpretasi) info guna memperoleh gambaran bermakna. Jadi persepsi mencakup proses exposure, attention dan interpretation.

Studi persepsi dapat digunakan untuk pengembangan :

a. Strategi media

proses exposure biasanya selektif bukan acak sehingga perlu memilih media sesuai segmennya

b. Strategi ritel

Pada ritel sering terjadi overload info sehingga perlu mengurangi beban info guna meningkatkan exposure

c. Strategi desain periklanan

Untuk menarik attention, dapat digunakan stimuli khusus agar lebih tertarik

2.9 Pengertian Jasa Bank

Dalam menunjang kehidupan perekonomian dan perdagangan, masyarakat menggunakan Bank sebagai alternative penunjang dalam melaksanakan pembayaran, transfer mencari dana/ menyimpan dana. Menurut Mudrajat pengertian *jasa bank* adalah “ *Semua kegiatan bank, baik yang langsung maupun tidak langsung, yang berkaitan dengan tugas bank sebagai pembagi yang memperlancar pembayarn peredaran uang serta fungsi bank yang memberikan jaminan kepada nasabah-nasabahnya, baik secara langsung maupun tidak langsung memberikan keuntungan kepada bank, dalam bentuk keuntungan financial ataupun non financial*”. (Mudrajat Kuncoro, 2002).

Dari pengertian jasa bank dapat dikelompokkan menjadi 6 yaitu sebagai berikut :

1. Jasa bank yang langsung berkaitan dengan fungsi bank, misalnya kliring, transfer, inkaso, dan sebagainya
2. Jasa bank yang tidak langsung berkaitan dengan fungsi bank misalnya pelatihan kepada nasabah

3. Jasa bank yang memberikan keuntungan langsung kepada bank, misalnya pengenaan biaya transfer, biaya kliring, dan sebagainya
4. Jasa bank yang tidak memberikan keuntungan langsung kepada bank, misalnya denda tilang
5. Jasa bank yang memberikan keuntungan financial, misalnya provisi ekspor, bank garansi, wali amanat
6. Jasa bank yang memberikan keuntungan non financial, misalnya transfer gratis untuk nasabah-nasabah tertentu dan pada periode tertentu, misalnya adalah pada saat ulang tahun bank

2.10 Hipotesis

Pengertian hipotesis adalah :

Suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun / mengarahkan penyelidikan selanjutnya. (Husein Umar : 104)

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

1. Nasabah sudah merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan PT BRI,Tbk Cabang Sukoharjo dilihat dari dimensi Tangible,Reliability, Responsiveness,Emphaty, dan Assurance
2. Dimensi yang tepat mempengaruhi kualitas pelayanan adalah Tangible.

BAB III

METODE PENELITIAN, LOKASI PENELITIAN

DAN GAMBARAN PERUSAHAAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi PT BRI (Persero) Cabang Sukoharjo cukup strategis, berada di Jalan Achmad Yani no 132, Kartasuro, Sukoharjo. Dengan lokasi yang strategis ini sangat mendukung atas semua program dan kegiatan yang dirancang dan dilaksanakan oleh pihak manajemen Bank BRI untuk mengembangkan usahanya dalam mencapai visi dan misi perusahaan.

3.2 Gambaran Umum Perusahaan

Sejarah singkat dari pendirian PT BRI ini adalah dimulai dari tanggal 16 Desember 1895 yang dipelopori oleh Raden Wiriatmadja dan kawan-kawan mendirikan Bank penolong dan tabungan bagi priyayi poerwokerto, kemudian pada tahun 1898 bersama bantuan pemerintah Hindia Belanda, didirikan Volbanken atau Bank Rakyat akan tetapi Volbanken tersebut mengalami kesulitan sehingga pemerintah Hindia Belanda ikut campur tangan dalam perkreditan rakyat.

Setelah proklamasi kemerdekaan RI tanggal 17 Agustus 1945, dengan Peraturan Pemerintah Nomor 1 Tahun 1946, ditetapkan berdirinya Bank Rakyat Indonesia yang merupakan Bank Pemerintah yang dahulu berturut-turut bernama Algemeene Volkscredietbank (AVB) dan Syoomin Ginko.

Perkembangan sejarah politik Indonesia ternyata membawa pengaruh terhadap perkembangan sejarah BRI. Dengan Surat Keputusan Menteri Kemakmuran Republik Indonesia Serikat tanggal 16 Maret 1959, Direksi BRI dari Negara bagian Republik Indonesia 1945 dipindahkan dari Yogyakarta ke Jakarta untuk dijadikan Direksi BARRIS.

Pada akhir tahun 1968 berdasarkan UU No 14 tahun 1967 tentang UU Pokok Perbankan dan UU No 13 tahun 1968 tentang UU Bank Sentral mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral.

Seiring dengan perubahan status Bank Rakyat Indonesia dari BUMN menjadi PT serta semakin maraknya persaingan dunia perbankan maka Bank Rakyat Indonesia senantiasa mengembangkan dan mengorganisasi potensi yang dimilikinya. Pengembangan ini dilakukan untuk menyesuaikan dengan situasi dan kondisi yang dinamis, mengingat sampai akhir September 1992 telah mencapai 323 buah kanca BRI, dengan lebih dari 3.209 BRI unit serta 3 kantor di luar negeri yang didukung tidak kurang dari 41.875 pegawai. (Kamadry Arief, “ HUT ke – 97 BRI “, Warta BRI, Desember 1992. P.2.)

Dalam hal pengorganisasian terhadap potensi yang dimilikinya maka BRI menggunakan struktur organisasi garis. Struktur organisasi garis diartikan sebagai jalan ke atas atau ke bawah. Keatas sebagai jalur pelaporan tanggungjawab, sedangkan kebawah adalah fungsi pertanggungjawaban langsung kepada atasan setingkat lebih tinggi, dan seterusnya pada level yang lebih tinggi. Maksud digunakannya system ini adalah agar terjadi kesatuan dalam pimpinan dan perintah, sehingga dapat dijamin disiplin kerja yang kuat.

Untuk mengenang sejarah Bank Rakyat Indonesia, maka berdasarkan Surat Keputusan Direksi BRI Nokep : s. 67 – DIR / 12 / 1982 tanggal 2 Desember 1982 ditentukan bahwa Hari Jadi Bank Rakyat Indonesia adalah tanggal 16 Desember 1895.

Saat ini status BRI Cabang Sukoharjo setelah berubah jadi PT ditambah dengan Tbk pada tanggal 10 November 2003.

3.3 Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi BRI

BRI mempunyai visi yakni menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan akan kepuasan pelanggannya.

Secara konsisten visi BRI berorientasi pada bank yang menghasilkan banyak keuntungan dan paling diminati oleh para konsumen, dikarenakan BRI sangat mengutamakan kepentingan dan kepuasan nasabahnya.

b. Misi BRI

Misi BRI cabang sukoharjo terdiri dari :

- b.1) Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang perkembangan ekonomi masyarakat.
- b.2) Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang professional dengan melakukan praktek *good corporate governance* (menguasai perusahaan/perseroan dengan baik)

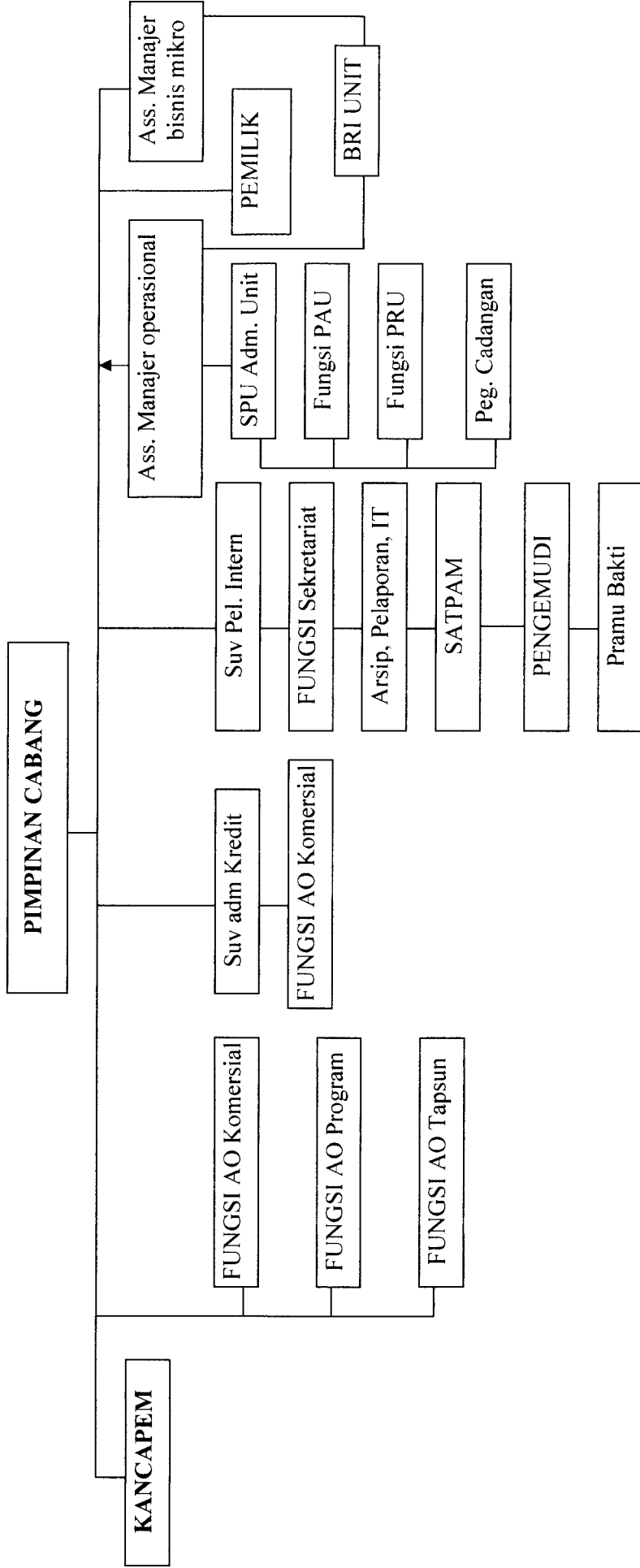
- b.3) Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan

3.4 Struktur Organisasi

Struktur organisasi bank BRI Cabang Sukoharjo berbentuk struktur organisasi garis. Struktur organisasi garis merupakan struktur organisasi yang kekuasaan dan kebijakan mengalir secara langsung dari pimpinan (direktur) ke kepala bagian dan kemudian terus ke karyawan-karyawan dibawahnya (Swastha, 1998 : 140).

Struktur organisasi garis tersebut digambarkan sebagai berikut:

**STRUKTUR ORGANISASI PT. BRI Tbk.
CABANG SUKOHARJO**



3.5 Variabel Penelitian

Untuk memulai penelitian ini terlebih dahulu ditentukan variabel-variabel penelitian yang berperan. Variabel-variabel yang berperan tersebut adalah :

3.5.1 Variabel dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang terpengaruh dengan variabel lain. Dalam penelitian ini variabel dependennya adalah kepuasan dan ketepatan.

3.5.2 Variabel Independen

Variabel independen dalam suatu penelitian merupakan variabel bebas, yaitu variabel yang tidak terpengaruh dengan variabel lain. Dalam penelitian ini variabel yang merupakan variabel independen terdiri dari *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *emphaty*, dan *tangible* (wujud/ bukti nyata).

3.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional merupakan istilah yang harus mempunyai rujukan-rujukan empiris seperti diukur, dihitung, atau dikumpulkan melalui nalar, yang dinyatakan dalam kriteria (operasi yang dapat diuji secara khusus). Definisi Operasional tergantung pada tujuan penelitian dan cara mengukurnya. Dalam penelitian ini definisi operasionalnya adalah bahwa kepuasan diukur dari kepuasan nasabah akan kualitas jasa itu sendiri, kepuasan maupun penampilan karyawan, kepuasan akan kualitas jasa layanan karyawan dan kepuasan akan kualitas jasa dalam penyediaan fasilitas, maupun karyawan.

Reliability diukur dari selisih antara kinerja dan harapan pada kemudahan dalam kegiatan transaksi maupun proses pendaftaran nasabah baru, *Responsiveness* diukur dari selisih antara kinerja dan harapan nasabah akan kecepatan dan tanggapan petugas dalam menjalankan tugasnya, *Assurance* diukur dari selisih antar kinerja dan harapan akan ketrampilan dan keramahan petugas dalam menjalankan tugasnya, *Emphaty* diukur dari selisih antara kinerja dan harapan nasabah akan kepekaan maupun pemahaman karyawan terhadap kepentingan nasabah, *Tangible* diukur dari selisih antara kinerja dan harapan nasabah akan fasilitas BRI yang baik dan aman.

Atribut dalam penelitian ini terdiri dari gender, yang dibedakan antara pria dan wanita, usia dari responden, yaitu dibatasi dari usia 18 tahun sampai diatas 46 tahun, pendidikan terakhir responden dari lulus SD sampai lulus Sarjana, pekerjaan dan profesi responden terdiri dari pelajar/mahasiswa, pegawai swasta, pegawai negeri, dan wiraswasta.

3.7 Instrumen atau Alat Pengumpul Data

Alat yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner merupakan suatu pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden. Daftar pertanyaan tersebut meliputi variabel-variabel penelitian yang hendak diteliti.

Pengukuran skala pada variabel yang akan diteliti yaitu dengan skala interval. Skala interval adalah ukuran yang tidak semata-mata menunjukkan

urutan obyek penelitian berdasarkan suatu atribut, tetapi juga memberikan informasi tentang jarak perbedaan interval antara tingkatan obyek lainnya.

(Djarwanto, 1996 : 9).

Kualitas jasa layanan dalam penelitian ini dapat diukur dengan menggunakan skala likert yang terdiri dari lima pilihan jawaban, yaitu:

Sangat Baik	:	5
Baik	:	4
Cukup Baik	:	3
Tidak Baik	:	2
Sangat Tidak Baik	:	1

Instrumen pengumpulan data dapat dikatakan baik jika terdapat uji validitas dan reliabilitas.

3.7.1 Uji validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sejauh mana perbedaan yang didapatkan melalui alat pengukur, mencerminkan perbedaan yang sesungguhnya diantara responden yang diteliti, digunakan dengan korelasi product moment dengan rumus sebagai berikut: (Soehardi sigit, 1999:100)

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2(N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2)}}$$

Dimana:

r = koefisien korelasi antara x dan y xy = Jumlah hasil kali antara x dan y

x = Jumlah skor item N = banyak responden yang diuji

y = Jumlah skor total individu

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana pengukuran dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan pengukuran kembali pada subyek yang sama, pengukuran ini menggunakan rumus *Cronbach Alpha* (Mahendra:Anwar,2003) yang pengukurannya menggunakan bantuan SPSS 11 sebagai berikut :

$$a = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum s^2y}{s^2x} \right)$$

Dimana:

a = koefisien reliabilitas alpha

s^2y = varians skor pertanyaan

K = banyaknya butir pertanyaan

s^2x = varians skor total

Makin tinggi nilai koefisien a semakin mendekati 1,00 maka semakin tinggi pula tingkat reliabilitasnya

3.8 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.8.1 Sumber Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian ini, sumber data yang diperlukan yaitu :

3.8.1.1 Data Primer

Dalam hal ini data diperoleh melalui wawancara langsung dengan responden dilengkapi dengan daftar pertanyaan untuk memperoleh data primer.

Dalam penelitian ini digunakan metode *survey*, yaitu salah satu metode pengumpulan data primer yang informasinya diperoleh melalui permintaan

keterangan-keterangan kepada responden, cara yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengajukan daftar pertanyaan atau kuesioner. Daftar pertanyaan tersebut meliputi variabel-variabel penelitian yang hendak diteliti.

3.8.2 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, maka data tersebut dikumpulkan dengan cara *survey* dengan menggunakan instrument kuesioner setelah itu diperkuat dengan pernyataan yang diambil dari studi pustaka. Metode yang digunakan dalam penelitian ini dapat diterangkan sebagai berikut :

3.8.2.1 *Survey*

Yaitu suatu metode dalam pengumpulan data-data primer dengan cara mencari keterangan-keterangan kepada sasaran penelitian (responden) melalui kuesioner.

3.8.2.2 Kuesioner

Yaitu suatu metode dalam pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden. Daftar pertanyaan tersebut meliputi variabel-variabel penelitian yang hendak diteliti.

3.8.2.3 Studi Pustaka

Yaitu merupakan teknik pengumpulan data dengan cara membaca sejumlah referensi yang mempunyai hubungan dengan masalah yang sedang diteliti. Misalnya buku, majalah, dan hasil riset serta literature lainnya.

3.9 Populasi dan Sampel Penelitian

Metode yang digunakan dalam mendapatkan data yang diperlukan untuk penelitian adalah sebagai berikut :

3.9.1 Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan subyek yang karakteristiknya sama atau dianggap sama. Populasi dalam hal ini adalah nasabah PT BRI cabang sukoharjo baik laki-laki maupun perempuan.

3.9.2 Sampel

Sampel adalah bagian populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan dianggap bisa mewakili dari keseluruhan populasi. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah secara purposive sampling yaitu pemilihan sekelompok subyek didasarkan ciri-ciri atau sifat populasi sebelumnya. Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah :

$$n = 0,25 [Z / E]^2$$

Dengan menggunakan probabilitas $\sigma = 5 \%$ dan standar deviasi tidak lebih dari 0,1 maka sampel dihitung sebagai berikut :

$$n = 0,25 [1,96 / 0,1]^2 = 96,04$$

Untuk memudahkan dalam pengambilan sampel maka dibulatkan menjadi 96, jadi responden yang diambil adalah sebanyak 96 responden

3.10 Metode Analisis Data

Analisis yang dapat dipakai agar hasilnya sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian terdiri dari :

3.10.1 Analisis Kualitatif

Merupakan analisa yang berdasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden yang menggunakan tabulasi data, tidak menggunakan analisis sehingga dimaksudkan bisa memperoleh gambaran tentang profil nasabah dan mengetahui atribut yang mempengaruhi nasabah PT BRI cabang sukoharjo. Analisa kualitatif meliputi deskripsi profil responden yaitu analisa berdasarkan pengelompokan umur, pendidikan, pekerjaan, jenis kelamin.

3.10.2 Analisa kuantitatif

Merupakan metode analisa yang menggunakan perhitungan matematik untuk mencari hasil yang paling mendekati kebenaran.. Rumus yang digunakan adalah *metode importance – performance analysis*. Rumus ini ditujukan untuk mengetahui antara kinerja dan kepentingan / apa yang diharapkan oleh konsumen atas suatu jasa yang diberikan.

BAB IV
ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas Data

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat mengukur yang akan diukur. Menunjukkan kevalidan jika skor angka korelasi antar pertanyaan berkorelasi positif terhadap angka kritik table korelasi nilai-r (lebih tinggi), dengan tingkat signifikan 5 %. (Ancok, 1987, dalam singarimbun dan Effendi, 1995).

Tabel 4.1 merupakan hasil dari uji validitas pada kuesioner yang dibagikan pada nasabah PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo, yang dirangkum dalam lampiran 1.

Tabel 4.1
Rangkuman Uji Validitas Kuesioner pada Nasabah PT BRI, Tbk
Cabang Sukoharjo (Kinerja)

VARIABEL	BUTIR	Pearson Correlation	P	Status
Tangible	P1	.760	.000	<i>Valid</i>
	P2	.699	.000	<i>Valid</i>
	P3	.572	.000	<i>valid</i>
	P4	.715	.000	<i>Valid</i>
Reliability	P5	.641	.000	<i>Valid</i>
	P6	.673	.000	<i>Valid</i>
	P7	.707	.000	<i>Valid</i>
	P8	.732	.000	<i>Valid</i>
Responsiveness	P9	.705	.000	<i>Valid</i>
	P10	.730	.000	<i>Valid</i>
	P11	.795	.000	<i>Valid</i>

	P12	.699	.000	<i>Valid</i>
Emphaty	P13	.736	.000	<i>Valid</i>
	P14	.569	.000	<i>Valid</i>
	P15	.654	.000	<i>Valid</i>
	P16	.657	.000	<i>Valid</i>
Assurance	P17	.772	.000	<i>Valid</i>
	P18	.679	.000	<i>Valid</i>
	P19	.643	.000	<i>Valid</i>
	P20	.659	.000	<i>Valid</i>

Sumber : Data Primer

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui hasil uji validitas terhadap kuesioner kinerja pada nasabah bank BRI Cabang Sukoharjo, menunjukkan bahwa korelasi skor item pertanyaan dengan skor total lebih besar dibandingkan dengan skor antar item pertanyaan, sehingga item-item pertanyaan yang diukur merupakan data yang *valid*, didukung dengan angka korelasi r tiap item pertanyaan lebih besar dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r (0,220), yakni untuk atribut *Tangible*, *Pearson Correlationnya* r untuk P1 sebesar 0,760, P2 sebesar 0,699, P3 sebesar 0,572, P4 sebesar 0,715, atribut *Reliability* item P5 sebesar 0,641, P6 sebesar 0,673, P7 sebesar 0,707, P8 sebesar 0,732, atribut *Responsiveness* P9 sebesar 0,705, P10 sebesar 0,730, P11 sebesar 0,795, P12 sebesar 0,699, atribut *Emphaty* P13 sebesar 0,736, P14 sebesar 0,569, P15 sebesar 0,654, P16 sebesar 0,657, atribut *Assurance* P17 sebesar 0,772, P18 sebesar 0,679, P19 sebesar 0,643, P20 sebesar 0,659. Dengan besarnya nilai signifikan dari masing-masing item pertanyaan kurang dari 0,05, *P value* dari seluruh item pertanyaannya (5 atribut) sebesar 0,00.

Tabel 4.2
Rangkuman Uji Validitas Kuesioner pada Nasabah PT BRI,Tbk
Cabang Sukoharjo (Harapan)

VARIABEL	BUTIR	Pearson Correlation	P	Status
Tangible	P1	.705	.000	<i>Valid</i>
	P2	.638	.000	<i>Valid</i>
	P3	.668	.000	<i>Valid</i>
	P4	.637	.000	<i>Valid</i>
Reliability	P5	.571	.000	<i>Valid</i>
	P6	.674	.000	<i>Valid</i>
	P7	.714	.000	<i>Valid</i>
	P8	.691	.000	<i>Valid</i>
Responsiveness	P9	.744	.000	<i>Valid</i>
	P10	.699	.000	<i>Valid</i>
	P11	.749	.000	<i>Valid</i>
	P12	.677	.000	<i>Valid</i>
Emphaty	P13	.676	.000	<i>Valid</i>
	P14	.765	.000	<i>Valid</i>
	P15	.579	.000	<i>Valid</i>
	P16	.620	.000	<i>Valid</i>
Assurance	P17	.574	.000	<i>Valid</i>
	P18	.655	.000	<i>Valid</i>
	P19	.695	.000	<i>Valid</i>
	P20	.723	.000	<i>Valid</i>

Sumber : Data Primer, 2005

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui hasil uji validitas terhadap kuesioner harapan pada PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo menunjukkan bahwa korelasi skor item pertanyaan dengan skor total lebih besar dibandingkan dengan skor item

pertanyaan, sehingga item-item pertanyaan yang diukur merupakan data yang *valid*, didukung dengan angka korelasi (r) tiap item pertanyaan lebih besar dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r (0,220), yakni untuk atribut *tangible Pearson Correlation*nya (r) untuk P1 sebesar 0,705, P2 sebesar 0,638, P3 sebesar 0,668, P4 sebesar 0,637, untuk atribut *Reliability* P5 sebesar 0,571, P6 sebesar 0,674, P7 sebesar 0,714, P8 sebesar 0,691, atribut *Responsiveness* P9 sebesar 0,744, P10 sebesar 0,699, P11 sebesar 0,749, P12 sebesar 0,677, atribut *Emphaty* P13 sebesar 0,676, P14 sebesar 0,765, P15 sebesar 0,579, P16 sebesar 0,620, atribut *Assurance* P17 sebesar 0,574, P18 sebesar 0,655, P19 sebesar 0,695, P20 sebesar 0,723. Dengan besarnya nilai signifikan dari masing-masing item pertanyaan kurang dari 0,05, untuk p value seluruh item pertanyaannya (5 atribut) sebesar 0,00.

4.2 Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat diandalkan. Teknik uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis *Cronbach Alpha*. Hasil uji reliabilitas dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* mendekati 1,00 (Mahendra, Anwar:2003). Dari hasil perhitungan dengan menggunakan computer program SPSS 11, didapatkan hasil yang tersaji dalam lampiran uji reliabilitas kinerja yang terangkum dalam tabel 4.3 dan reliabilitas harapan dalam tabel 4.4. Selengkapnya dapat dilihat pada lampiran 1.

Tabel 4.3
Nilai masing-masing Cronbach Alpha dalam uji
Reliabilitas (Kinerja)

VARIABEL	TOTAL ALPHA	STATUS
Tangible	.6313	<i>Reliabel</i>
Reliability	.6256	<i>Reliabel</i>
Responsiveness	.7108	<i>Reliabel</i>
Emphaty	.5725	<i>Reliabel</i>
Assurance	.6273	<i>Reliabel</i>

Sumber : Data Primer,2005

Tabel 4.4
Nilai masing-masing Cronbach Alpha dalam uji
Reliabilitas (Harapan)

VARIABEL	TOTAL ALPHA	STATUS
Tangible	.5727	<i>Reliabel</i>
Reliability	.5739	<i>Reliabel</i>
Responsiveness	.6860	<i>Reliabel</i>
Emphaty	.5357	<i>Reliabel</i>
Assurance	.5700	<i>Reliabel</i>

Sumber : Data Primer,2005

Dari hasil tabel 4.4 dapat diketahui bahwa pertanyaan harapan pada tiap atribut (5 atribut) dinyatakan *Reliabel*, karena dari ke-5 atribut mempunyai alpha mendekati 1,00 terbukti pada atribut *Tangible* alphanya sebesar 0,5727, atribut *Reliability* sebesar 0, 5739, atribut *Responsiveness* sebesar 0,6860, atribut *Emphaty* sebesar 0,5357, atribut *Assurance* sebesar 0,5700.

4.3 Analisis Kualitatif

Pengambilan data dilakukan dengan cara memberikan daftar pertanyaan (kuesioner) kepada 96 responden tentang karakteristik responden terdiri dari gender yang dibedakan pria dan wanita, usia, pendidikan, dan pekerjaan. Dari hasil penelitian tersebut diperoleh deskripsi dari karakteristik responden, yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

4.3.1 Gender (jenis kelamin) Responden

Tabel 4.5

Gender (Jenis Kelamin) Responden

Gender	Jumlah	Prosentase (%)
Pria	55	57,3 %
Wanita	41	42,7 %
Total	96	100 %

Sumber: Data Primer, 2005

Dari tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa dari 96 responden yang diteliti, sebanyak 55 orang responden (57,3%) berjenis kelamin pria, 41 orang responden (42,7%) berjenis kelamin wanita. Hal ini disebabkan karena pria lebih banyak bekerja diluar sehingga memudahkan mereka untuk sekalian melakukan transaksi di bank dan kebanyakan pria memegang kendali dalam rumah tangga.

4.3.2 Tingkat usia Responden

Tabel 4.6

Usia Responden

Usia	Jumlah	Prosentase (%)
18 – 25 th	20	20, 8 %
26 – 35 th	26	27, 1 %

36 – 45 th	28	29, 2 %
> 46 th	22	22, 9 %
Total	96	100 %

Sumber: Data Primer, 2005

Berdasarkan tingkat usia responden, dari 96 responden, usia responden terbanyak adalah 36 – 45 tahun sebanyak 28 orang responden (29,2%), Kemudian adalah usia 26 – 35 tahun sebanyak 26 orang responden (27,1%), selanjutnya adalah usia > 46 tahun sebanyak 22 orang responden (22,9%) dan yang terakhir adalah usia 18 – 25 tahun sebanyak 20 orang responden (20,8%). Hal ini disebabkan karena pada umumnya pada usia 36 - 45 tahun orang sudah bekerja dan mapan sehingga lebih banyak melakukan transaksi ataupun menabung dibank untuk kebutuhan keluarga dimasa yang akan datang.

4.3.3 Tingkat pendidikan Responden

Tabel 4.7
Tingkat Pendidikan Responden

Pendidikan	Jumlah	Prosentase (%)
Lulus SD	5	5, 2 %
Lulus SMP	30	31, 3 %
Lulus SMU	55	57, 3 %
Lulus S1, S2, S3	6	6, 2 %
Total	96	100 %

Sumber: Data Primer, 2005

Tabel 4.7 menunjukkan klasifikasi responden berdasarkan pendidikan, dari 96 responden (nasabah) yang berhasil dihimpun, ternyata jumlah nasabah yang paling banyak menggunakan jasa pelayanan PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo adalah mereka yang tingkat pendidikannya lulusan SMU, yaitu sebanyak 55 orang

(57,35%) yang kedua adalah lulusan SMP sebanyak 30 orang (31,3%), yang ketiga adalah lulusan S1, S2, S3 sebanyak 6 orang (6,2%) dan yang terakhir adalah lulusan SD sebanyak 5 orang (5,2%). Hal ini disebabkan karena kebanyakan orang yang telah lulus SMU sudah bekerja sehingga pendapatannya ditabung di bank maupun untuk melakukan transaksi untuk kepentingan dimana mereka bekerja.

4.3.4 Jenis pekerjaan Responden

Tabel 4.8
Jenis Pekerjaan Responden

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Prosentase (%)
Pelajar dan Mahasiswa	20	20, 8 %
Pegawai Swasta	15	15, 6 %
Pegawai Negeri	25	26, 1 %
Wiraswasta dan lain-lain	36	37, 5 %
Total	96	100 %

Sumber: Data Primer, 2005

Berdasarkan tabel 4.8, hasilnya menunjukkan bahwa dari jenis pekerjaan sebanyak 96 orang responden mayoritas adalah wiraswasta dan lain-lain sebanyak 36 orang (37,5%), yang kedua adalah pegawai negeri sebanyak 25 orang (26,1%), yang ketiga adalah pelajar atau mahasiswa sebanyak 20 orang (20,8%), dan yang terakhir adalah pegawai swasta sebanyak 15 orang (15,6%). Hal ini disebabkan karena wiraswasta lebih banyak melakukan transaksi untuk kepentingan usahanya.

4.4 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif adalah analisis yang bersifat hitungan yang menetapkan rumus-rumus statistik untuk menguji kebenaran data, teori, dan hipotesis.

Dari pengolahan data kuesioner didapatkan hasil perhitungan sebagai berikut :

Tabel 4.9

Perhitungan Rata-Rata Nilai Pelaksanaan dan Kepentingan Tiap-tiap Butir variabel Pelayanan Jasa pada Dimensi *Tangible*

No	Variabel	Penilaian pelaksanaan	Penilaian Kepentingan	\bar{x}	\bar{y}	Gap	Kriteria kinerja
1	Fasilitas tersedia dengan lengkap	445	349	4,64	3,63	1,01	Positif
2	Adanya ruangan yang nyaman	398	371	4,15	3,86	0,29	Positif
3	Karyawan BRI berpakaian sopan dan rapi	368	394	3,83	4,10	-0,27	Negatif
4	Kebersihan ruangan diperhatikan	364	380	3,79	3,96	-0,17	Negatif

Pada tabel diketahui bahwa nasabah yang menggunakan jasa pelayanan pada PT BRI,Tbk Cabang Sukoharjo belum merasa puas atas jasa yang

diterimanya yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi. Hal ini terlihat pada nilai gap yang *negatif* pada butir tiga dan empat. Meskipun demikian, jika dilihat dari tingkat kinerja PT BRI,Tbk, menurut J. Supranto (2002,hal.436), pelaksanaan/kinerja dikatakan baik bila perhitungan rata-ratanya berada diantara 3,50 – 4,50. Pada tabel terlihat pada hasil kinerjanya baik karena rata-rata tingkat kinerja pada tiap variabel *tangible* berada diantara 3,79 – 4,64.

Tabel 4.10
Perhitungan Rata-Rata Nilai Pelaksanaan dan Kepentingan Tiap-tiap Butir
variabel Pelayanan Jasa pada Dimensi *Reliability*

No	Variabel	Penilaian pelaksanaan	Penilaian Kepentingan	\bar{x}	\bar{y}	Gap	Kriteria kinerja
1	Kemudahan dalam proses pndaftaran menjadi nasabah baru	442	379	4,60	3,95	0,65	Positif
2	Kemudahan dalam melakukan transaksi diloket-loket kasir	374	369	3,90	3,84	0,06	Positif
3	Kemudahan dalam informasi saldo	368	403	3,83	4,20	-0,37	Positif

4	Etika petugas dalam berkomunikasi via telpon	389	399	4,05	4,15	-0,1	Positif
---	--	-----	-----	------	------	------	---------

Pada tabel diketahui bahwa nasabah yang menggunakan jasa pelayanan pada PT BRI,Tbk Cabang Sukoharjo belum merasa puas atas jasa yang diterimanya yaitu kemampuan memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan. Hal ini terlihat pada nilai gap yang *negatif* pada butir tiga dan empat. Meskipun demikian, jika dilihat dari tingkat kinerja PT BRI,Tbk, pada tabel terlihat rata-rata tingkat kinerja pada tiap variabel *reliability* berada diantara 3,83–4,60 sehingga dapat dikatakan bahwa kinerja yang diberikan oleh pihak PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo tergolong baik.

Tabel 4.11

Perhitungan Rata-Rata Nilai Pelaksanaan dan Kepentingan Tiap-tiap Butir variabel Pelayanan Jasa pada Dimensi *Responsiveness*

No	Variabel Pelayanan jasa	Penilaian pelaksanaan	Penilaian Kepentingan	\bar{x}	\bar{y}	Gap	Kriteria kinerja
1	Kecepatan dan tanggapan petugas customer service dalam pelayanan nasabah baru	386	397	4,02	4,13	-0,11	Negatif
2	Kecepatan dan						

	tanggapan petugas teller dalam proses transaksi	360	374	3,75	3,90	-0,15	Negatif
3	Kecepatan dan tanggapan petugas dalam komunikasi via telpon	425	377	4,43	3,93	0,5	Positif
4	Kecepatan dan tanggapan petugas dalam memberikan informasi	378	391	3,94	4,07	0,13	Positif

Pada tabel diketahui bahwa nasabah yang menggunakan jasa pelayanan pada PT BRI,Tbk Cabang Sukoharjo belum merasa puas atas jasa yang diterimanya yaitu kemampuan memberikan pelayanan dengan tanggap. Hal ini terlihat pada nilai gap yang *negatif* pada butir satu, dua dan empat. Meskipun demikian, jika dilihat dari tingkat kinerja PT BRI,Tbk, pada tabel terlihat rata-rata tingkat kinerja pada tiap variabel *responsiveness* berada diantara 3,45 – 4,43 sehingga dapat dikatakan bahwa kinerja yang diberikan oleh pihak PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo tergolong baik.

Tabel 4.12
Perhitungan Rata-Rata Nilai Pelaksanaan dan Kepentingan Tiap-tiap Butir
variabel Pelayanan Jasa pada Dimensi *Emphaty*

No	Variabel Pelayanan jasa	Penilaian pelaksanaan	Penilaian Kepentingan	\bar{x}	\bar{y}	Gap	Kriteria kinerja
1	Kemudahan dalam melakukan hubungan dengan nasabah	373	383	3,88	3,99	-0,11	Negatif
2	Kepekaan petugas akan keluhan/pengaduan nasabah	388	353	4,04	3,68	0,36	Positif
3	Memahami dan mengantisipasi kebutuhan nasabah	344	365	3,58	3,80	-0,22	Negatif
4	Komunikasi yang baik dengan nasabah	400	396	4,17	4,12	0,05	Positif

Pada tabel diketahui bahwa nasabah yang menggunakan jasa pelayanan pada PT BRI,Tbk Cabang Sukoharjo belum merasa puas atas jasa yang diterimanya yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan nasabah. Hal ini terlihat pada nilai gap

yang *negatif* pada butir satu dan tiga. Meskipun demikian, jika dilihat dari tingkat kinerja PT BRI, Tbk, pada tabel terlihat rata-rata tingkat kinerja pada tiap variabel *emphaty* berada diantara 3,58 – 4,17 sehingga dapat dikatakan bahwa kinerja yang diberikan oleh pihak PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo tergolong baik.

Tabel 4.13
Perhitungan Rata-Rata Nilai Pelaksanaan dan Kepentingan Tiap-tiap Butir
variabel Pelayanan Jasa pada Dimensi *Assurance*

No	Variabel Pelayanan jasa	Penilaian pelaksanaan	Penilaian Kepentingan	\bar{x}	\bar{y}	Gap	Kriteria kinerja
1	Kemudahan dalam melakukan hubungan dengan nasabah	363	353	3,78	3,68	0,1	Positif
2	Kepekaan petugas akan keluhan/pengaduan nasabah	400	378	4,17	3,94	0,23	Positif
3	Memahami dan mengantisipasi kebutuhan nasabah	354	394	3,69	4,10	-0,41	Negatif
4	Keramahan petugas satpam dalam memberikan pelayanan	420	409	4,37	4,26	0,11	Positif

Pada tabel diketahui bahwa nasabah yang menggunakan jasa pelayanan pada PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo belum merasa puas atas jasa yang diterimanya yaitu meliputi kemampuan, kesopanan, sifat dapat dipercaya para staf, bebas dari bahaya maupun keragu-raguan. Hal ini terlihat pada nilai gap yang *negatif* pada butir tiga. Meskipun demikian, jika dilihat dari tingkat kinerja PT BRI, Tbk, pada tabel terlihat rata-rata tingkat kinerja pada tiap variabel *assurance* berada diantara 3,69 – 4,37 sehingga dapat dikatakan bahwa kinerja yang diberikan oleh pihak PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo tergolong baik.

Tabel 4.14

Nilai Rata – Rata dari Dimensi Kualitas Jasa Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo

No	Determinan kualitas jasa	Kinerja	Harapan	Gap/Kesenjangan	Kriteria kinerja
1	<i>Tangible</i>	4,14	3,89	0,25	Baik
2	<i>Reliability</i>	4,10	4,04	0,06	Baik
3	<i>Responsiveness</i>	4,03	4,01	0,02	Baik
4	<i>Emphaty</i>	3,92	3,90	0,02	Baik
5	<i>Assurance</i>	4	3,99	0,01	Baik

Dari hasil yang diuraikan pada tabel 4.14, dapat dijelaskan sebagai berikut (data dapat dilihat pada lampiran 2)

1. Tingkat Harapan

Jika dilihat dari tingkat harapan nasabah terdapat peringkat (rangking) yang mereka harapkan dapat mereka terima sebagai berikut :

Pertama : Dimensi *Reliability* , nilai rata-rata : 4,04

Kedua : Dimensi *Responsiveness* , nilai rata-rata : 4,01

Ketiga : Dimensi *Assurance* , nilai rata-rata : 3,99

Keempat : Dimensi *Emphaty* , nilai rata-rata : 3,90

Kelima : Dimensi *Tangible* , nilai rata-rata : 3,89

Dari peringkat diatas terlihat bahwa konsumen dalam memilih sebuah bank, lebih memilih dimensi *reliability*, yaitu kemampuan karyawan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Sedangkan dimensi *tangible* yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi merupakan prioritas terakhir, ini dikarenakan mereka tidak mengharapkan fasilitas yang mewah.

2. Tingkat Pelaksanaan / Kinerja

Dalam pelaksanaan yang ditunjukkan PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo, dari kelima determinan kualitas jasa yang diterima konsumen dapat diurutkan sesuai dengan nilai tertinggi sebagai berikut :

Pertama : Dimensi *Tangible* , nilai rata-rata : 4,14

Kedua : Dimensi *Reliability* , nilai rata-rata : 4,10

Ketiga : Dimensi *Responsiveness* , nilai rata-rata : 4,03

Keempat : Dimensi *Assurance* , nilai rata-rata : 4

Kelima : Dimensi *Emphaty* , nilai rata-rata : 3,92

Dari hasil diatas terlihat bahwa dimensi *Tangible* menempati urutan pertama, yang berarti bahwa kinerja bank BRI yang mencakup fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi yang dimiliki PT BRI, Tbk telah menunjukkan hasil kinerja terbaik. Sementara variabel pelayanan jasa yang menunjukkan hasil pelaksanaan/ kinerja terendah adalah dimensi *Emphaty*.

Menurut J. Supranto, pelaksanaan (kinerja) dikatakan baik bila hasil perhitungan rata-ratanya berada diantara 3,50 – 4,50. Jika melihat hasil kinerja PT BRI, Tbk diatas, terlihat bahwa hasil perhitungan rata-rata yang diperoleh adalah berada diantara 3,92 - 4,14 maka secara keseluruhan dapat dikatakan bahwa kinerja yang diberikan pihak PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo sudah baik.

3. Tingkat Kesenjangan / Gap

Jika diselisihkan antara kinerja PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo dengan harapan nasabah diperoleh tingkat gap/ kesenjangan sebagai berikut :

Pertama	: Dimensi <i>Tangible</i>	, nilai rata-rata : 0,25
Kedua	: Dimensi <i>Reliability</i>	, nilai rata-rata : 0,06
Ketiga	: Dimensi <i>Responsiveness</i>	, nilai rata-rata : 0,02
Keempat	: Dimensi <i>Emphaty</i>	, nilai rata-rata : 0,02
Kelima	: Dimensi <i>Assurance</i>	, nilai rata-rata : 0,01

Dari data diatas diketahui bahwa secara keseluruhan gap/ kesenjangan antara jasa yang diharapkan (*expected service*) dengan jasa yang diterima (*perceived service*) pada konsumen/nasabah PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo sehingga nasabah puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo. Sementara dimensi pelayanan yang memberikan kontribusi terbesar bagi peningkatan kepuasan konsumen adalah dimensi assurance yang ditunjukkan nilai gap terkecil. Hal ini karena nasabah merasa bahwa kinerja PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo dalam memberikan pelayanan

yang dijanjikan meliputi kesopanan, bebas dari bahaya dan keragu-raguan sudah baik dan sesuai dengan harapannya.

4.5 Analisa Diagram Kartesius

Jika dilihat dari tabel 4.9 sampai dengan 4.13, analisis kepentingan (harapan) – kinerja dapat digunakan untuk memeringkat berbagai elemen dari kumpulan jasa serta mengidentifikasi tindakan apa yang diperlukan oleh pihak PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo. Peringkat kedua puluh elemen pelayanan jasa yang mempengaruhi kepuasan tersebut dibagi menjadi empat bagian kuadran seperti diagram berikut:

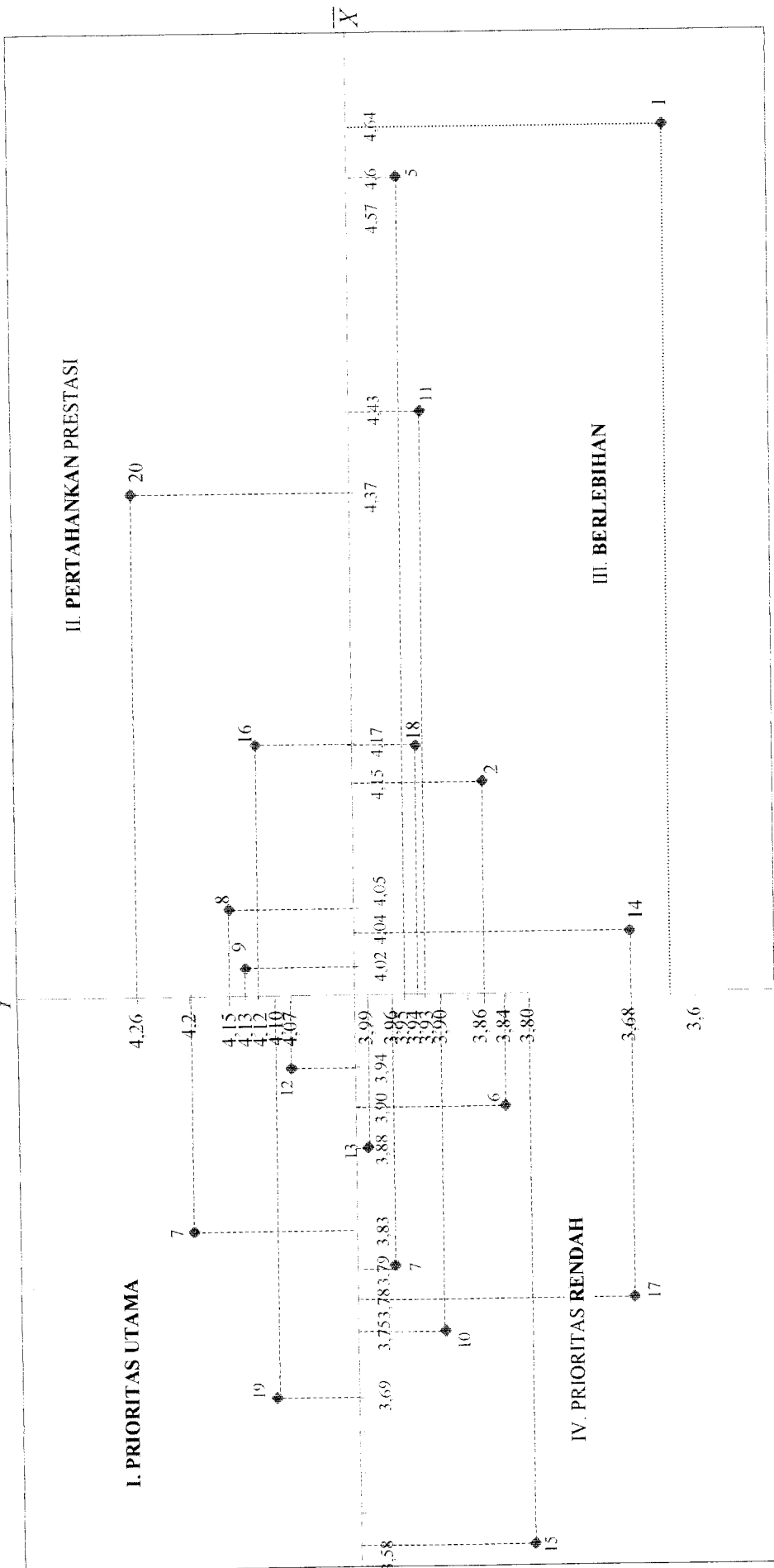
Tabel 4.15

Rata-Rata Nilai Pelaksanaan dan Kepentingan

No	Variabel Pelayanan Jasa	\bar{x}	\bar{y}
1	<i>Tangible 1</i>	4,64	3,63
2	<i>Tangible 2</i>	4,15	3,86
3	<i>Tangible 3</i>	3,83	4,10
4	<i>Tangible 4</i>	3,79	3,96
5	<i>Reliability 1</i>	4,60	3,95
6	<i>Reliability 2</i>	3,90	3,84
7	<i>Reliability 3</i>	3,83	4,20
8	<i>Reliability 4</i>	4,05	4,15
9	<i>Responsiveness 1</i>	4,02	4,13

10	<i>Responsiveness 2</i>	3,75	3,90
11	<i>Responsiveness 3</i>	4,43	3,93
12	<i>Responsiveness 4</i>	3,94	4,07
13	<i>Emphaty 1</i>	3,88	3,99
14	<i>Emphaty 2</i>	4,04	3,68
15	<i>Emphaty 3</i>	3,58	3,80
16	<i>Emphaty 4</i>	4,17	4,12
17	<i>Assurance 1</i>	3,78	3,68
18	<i>Assurance 2</i>	4,17	3,94
19	<i>Assurance 3</i>	3,69	4,10
20	<i>Assurance 4</i>	4,37	4,26
	Rata-Rata (\bar{X} dan \bar{Y})	4,03	3,96

DIAGRAM KARTESIUS



KEPENTINGAN

PELAKSANAAN/KINERJA

Dari gambar diagram kartesius diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran I

Pada kuadran ini ditunjukkan variabel pelayanan jasa yang dianggap penting oleh nasabah, tetapi kurang mendapat perhatian dari pihak PT BRI sehingga nasabah kecewa. Pihak PT BRI harus berkonsentrasi untuk meningkatkan kinerja departemen jasa pada variabel-variabel ini. Strategi yang harus diambil oleh pihak PT BRI adalah strategi prioritas utama.

Variabel pelayanan jasa yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Karyawan BRI berpakaian sopan dan rapi (elemen 3).
- Kemudahan dalam mendapatkan informasi saldo (elemen 7).
- Kecepatan dan tanggapan petugas dalam memberikan informasi (elemen 12).
- Memahami dan mengantisipasi kebutuhan nasabah (elemen 19).

2. Kuadran II

Pada kuadran ini menunjukkan variabel pelayanan jasa yang dianggap oleh nasabah telah dilaksanakan pihak BRI dengan baik, sehingga nasabah merasa puas, oleh karena itu tugas pihak BRI untuk tetap mempertahankan kinerja yang sudah bagus ini agar tetap bertahan dan bisa ditingkatkan. Strategi yang harus diambil oleh pihak BRI adalah strategi pertahankan prestasi.

Variabel pelayanan jasa yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- Etika petugas dalam berkomunikasi via telpon (elemen 8).

- Kecepatan dan tanggapan petugas customer dalam pelayanan nasabah baru (elemen 9).
- Komunikasi yang baik dengan nasabah (elemen 16).
- Keramahan petugas satpam dalam memberikan pelayanan (elemen 20).

3. Kuadran III

Pada kuadran ini menunjukkan variabel pelayanan jasa yang dianggap kurang penting yang dilakukan dengan pas-pasan namun tidak memerlukan perhatian (prioritas terendah).

Variabel pelayanan jasa yang terdapat dalam kuadran ini adalah :

- Kebersihan ruangan diperhatikan (elemen 4).
- Kemudahan dalam melakukan transaksi di loket-loket kasir (elemen 6).
- Kecepatan dan tanggapan petugas teller dalam proses transaksi (elemen 10).
- Kemudahan dalam melakukan hubungan dengan nasabah (elemen 13).
- Memahami dan mengantisipasi kebutuhan nasabah (elemen 15).
- Keramahan dan kesopanan customer service menerima pengaduan dalam memberikan pelayanan (elemen 17).

4. Kuadran IV

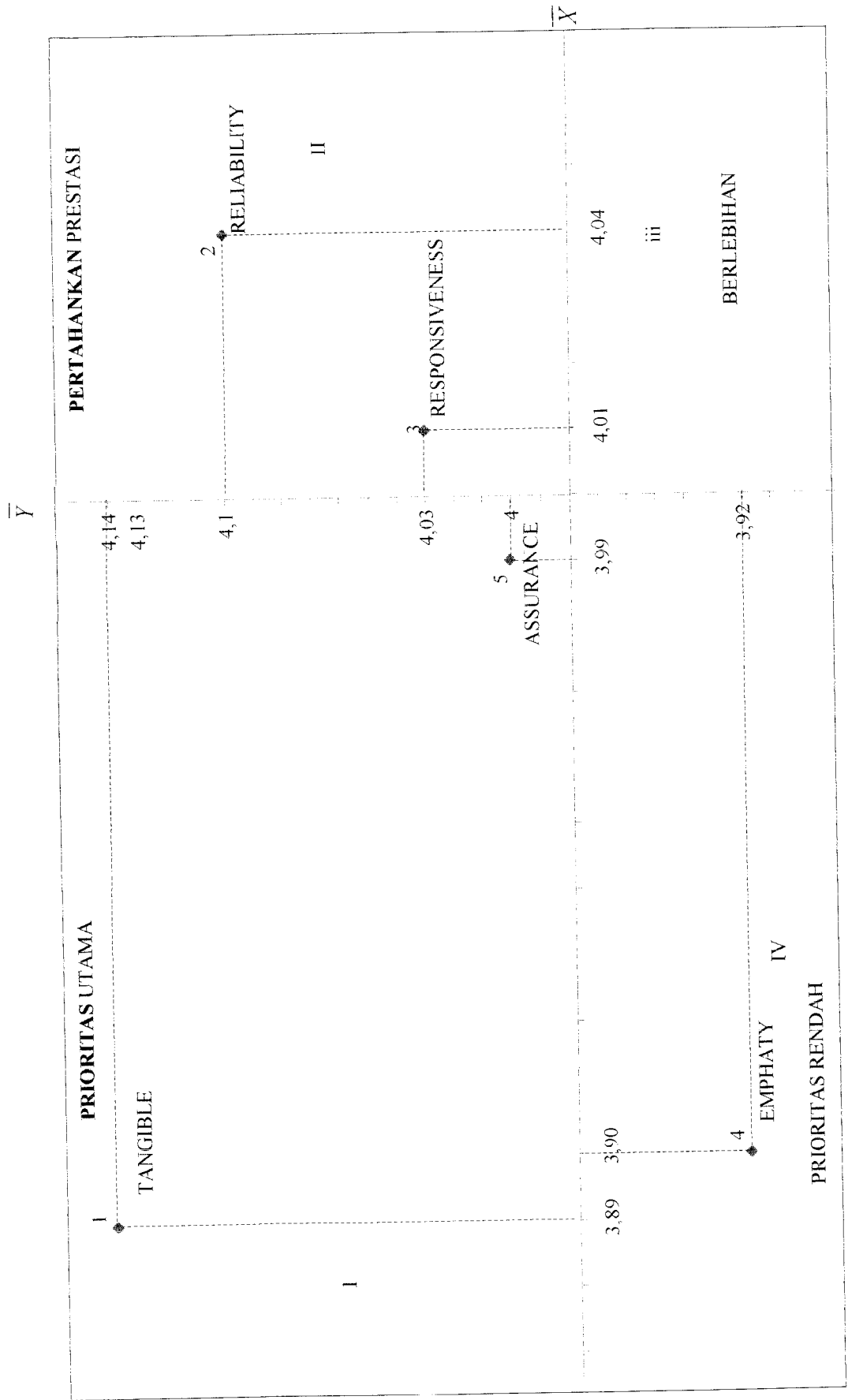
Pada kuadran ini menunjukkan variabel pelayanan jasa yang dianggap kurang penting oleh nasabah tetapi dilaksanakan dengan sangat baik oleh BRI, sesuatu yang mungkin sangat berlebihan tetapi kurang sesuai dengan tingkat

kepentingan yang diinginkan nasabah. Strategi yang digunakan adalah strategi berlebihan karena BRI menggunakan pelayanan jasa sangat berlebihan tidak sesuai dengan kepentingan nasabah.

Variabel pelayanan jasa yang terdapat dalam kuadran ini adalah :

- Fasilitas tersedia dengan lengkap (elemen 1).
- Adanya ruangan yang nyaman (elemen 2).
- Kemudahan dalam proses pendaftaran menjadi nasabah baru (elemen 5).
- Kecepatan dan tanggapan petugas dalam komunikasi via telpon (elemen 11).
- Kepekaan petugas akan keluhan/ pengaduan nasabah (elemen 18).

DIAGRAM KARTESIUS



H A R A P A N

KINERJA

Dari diagram kartesius diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran I

Pada kuadran ini ditunjukkan dimensi yang dianggap penting oleh nasabah, tetapi kurang mendapat perhatian dari pihak PT BRI sehingga nasabah kecewa. Pihak PT BRI harus berkonsentrasi untuk meningkatkan kinerja departemen jasa pada tiap dimensi. Strategi yang harus diambil oleh pihak PT BRI adalah strategi prioritas utama.

Dimensi pelayanan jasa yang terdapat dalam kuadran ini adalah :

- Dimensi *tangible* yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- Dimensi *assurance* meliputi kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya dan keragu-raguan.

2. Kuadran II

Pada kuadran ini menunjukkan dimensi yang dianggap oleh nasabah telah dilaksanakan pihak BRI dengan baik, sehingga nasabah merasa puas, oleh karena itu tugas pihak BRI untuk tetap mempertahankan kinerja yang sudah bagus ini agar tetap bertahan dan bisa ditingkatkan. Strategi yang harus diambil oleh pihak BRI adalah strategi pertahankan prestasi.

Dimensi pelayanan jasa yang terdapat dalam kuadran ini adalah :

- Dimensi *reliability* ,yaitu kemampuan bank dalam memberikan jasa dengan segera dan memuaskan.

- Dimensi *responsiveness* ,yaitu kemampuan bank dalam memberikan jasa dengan tanggap.

3. Kuadran III

Pada kuadran ini menunjukkan dimensi pelayanan jasa yang dianggap kurang penting yang dilakukan dengan pas-pasan namun tidak memerlukan perhatian (prioritas terendah) adalah tidak ada, itu berarti bahwa setiap dimensi pelayanan jasa semua dimensi membutuhkan perhatian dan penting.

4. Kuadran IV

Pada kuadran ini menunjukkan dimensi pelayanan jasa yang dianggap kurang penting oleh nasabah tetapi dilaksanakan dengan sangat baik oleh BRI, sesuatu yang mungkin sangat berlebihan tetapi kurang sesuai dengan tingkat kepentingan yang diinginkan nasabah. Strategi yang digunakan adalah strategi berlebihan karena BRI menggunakan pelayanan jasa sangat berlebihan tidak sesuai dengan kepentingan nasabah.

Dimensi pelayanan jasa yang terdapat dalam kuadran ini adalah :

- Dimensi *emphaty*, yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan uraian dan analisis yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka hasil penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Berdasarkan karakteristik responden, mayoritas nasabah adalah pria dengan usia 36 – 45 tahun, dengan tingkat pendidikan lulus SMU dan berprofesi sebagai wiraswasta.
2. Secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo sudah dapat meningkatkan kepuasan konsumen, hal ini terlihat pada tabel 4.14 bahwa kinerja dari BRI tersebut melebihi harapan setiap nasabah sehingga dapat dikatakan bahwa hasil kinerja BRI sudah sesuai keinginan nasabah.
3. Dimensi pelayanan yang memberikan kontribusi terbesar bagi peningkatan kepuasan PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo adalah dimensi tangible, yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan sebelumnya, maka ada beberapa saran yang perlu diperhatikan berikut ini:

1. Manajemen PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo hendaknya melaksanakan strategi peningkatan kinerja bank yang meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara

berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut kemampuan komunikasi kepada pihak manajemen dan karyawan, melakukan sistem penilaian prestasi berkala pada tiap karyawan, dan juga meningkatkan motivasi kerja karyawan melalui pemberian penghargaan maupun pemberian bonus dan peningkatan penghasialan.

2. Sebaiknya pihak PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo selalu melakukan monitoring kepuasan pelanggan dengan memberikan polling kepada nasabah sebagai wadah untuk mengetahui saran dan keluhan nasabah PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo yang nantinya dapat digunakan untuk melakukan peningkatan kualitas pelayanan jasa.
3. PT BRI, Tbk Cabang Sukoharjo harus berkonsentrasi untuk meningkatkan kinerja departemen jasa pada elemen-elemen yang terdapat pada kuadran I dalam diagram kartesius karena pada kuadran ini tertera dimensi jasa yang dianggap sangat penting oleh nasabah tetapi kurang mendapatkan perhatian dari PT BRI yang menyebabkan nasabah kurang puas / kecewa, padahal dimensi tersebut adalah dimensi yang menempati kontribusi terbesar bagi peningkatan kepuasan nasabah yaitu dimensi tangible. Untuk itu maka pihak PT BRI harus mengambil tindakan dengan strategi prioritas utama.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, S.(1998) *Sikap Manusia, Teori dan Pengukuran*, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Arief, Kamardy, *Bank Umum Milik Negara Dalam Era Deregulasi Suatu Tantangan dan Peluang*, Warta BRI no.3 tahun XV Maret (1992).
- Djarwanto.(1996) *Mengenal Beberapa Uji Statistik Dalam Penelitian*, Penerbit Liberty, Yogyakarta.
- Husein, Umar.(2001) *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Cetakan Keempat, Edisi Baru, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kotler, P.(1997) *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi Revisi, jilid 1, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P.(1997) *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*, Edisi Revisi, Jilid 2, Penerbit PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P, amstrong, G. (2001) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Kedelapan, Jilid 1, Penerbit Erlangga, Jakarta .
- Lupiyoadi (2001) *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Salemba Empat, Jakarta.
- Mahendra,D.L. (2004) *Analisis Kepuasan Konsumen Atas Kualitas Pelayanan Pada Bank BRI Cabang Ponorogo (Jawa Timur)*, Skripsi, hal 29-31.

- Munawaroh, M. (2002) *Analisis Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pada Perguruan Tinggi Negeri Dan Swasta di Yogyakarta*, Jurnal kompak, hal 39-55.
- Rahmawati, Fatmawati, Anwar. (2003) *Aplikasi Komputer, SPSS, Power Point, Internet*, Penerbit FE UMY, Yogyakarta.
- Singarimbun, Sofian Effendi. (1987) *Metode Penelitian Survei*, Edisi Ketiga, LP3ES, Yogyakarta.
- Singarimbun dan Effendi. (1995) *Metode Penelitian Survei*, Edisi Revisi, LP3ES, Jakarta.
- Soehardi Sigit. (1999) *Pengantar Metode Penelitian*, Lukman Office, Yogyakarta.
- Supranto. (1997) *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Edisi Revisi, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta.
- Swastha dan Handoko. (1987) *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*, Penerbit Liberty, Yogyakarta.

Lampiran 1

**DAFTAR KUESIONER PENELITIAN ANALISIS KUALITAS
PELAYANAN PT BRI CABANG SUKOHARJO TERHADAP
KEPUASAN NASABAH DITINJAU DARI DIMENSI KUALITAS**

JASA

Kepada Yth :
Bapak / Ibu / Saudara / i
Ditempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka pencarian data guna penyusunan skripsi dengan judul “ Analisis Kualitas Pelayanan PT BRI Cabang Sukoharjo Terhadap Kepuasan Nasabah Ditinjau Dari Dimensi Kualitas Jasa “ maka kami sangat mengharapkan bantuan Bapak / Ibu / Saudara / i untuk mengisi kuesioner ini.

Tidak ada maksud apa-apa dibalik pengisian kuesioner tersebut, kecuali guna keperluan ilmiah yang sedang kami teliti. Oleh karena itu, jawaban yang Bapak / Ibu / Saudara/ i berikan dengan sebenar-benarnya sangat membantu kami. Dan kerahasiaan dalam mengisi kuesioner ini terjamin sepenuhnya.

Partisipasi Bapak / Ibu / Saudara / i dalam mengisi kuesioner tersebut sangat kami hargai dan atas kesediaan Bapak / Ibu / Saudar / i kami ucapkan terima kasih.

Sukoharjo, May 2005

Eny Tri Hastuti

Nama :

Alamat :

I. Beri tanda (v) pada jawaban yang anda pilih :

1. Jenis Kelamin

Pria

Wanita

2. Usia anda saat ini

18 – 25 Tahun

26 – 35 Tahun

36 – 45 Tahun

Diatas 46 Tahun

3. Pendidikan terakhir

Lulus SD

Lulus SMP

Lulus SMU

Lulus Sarjana (S1, S2, S3)

4. Pekerjaan atau profesi anda saat ini

Pelajar dan Mahasiswa

Pegawai Swasta

Pegawai Negeri

Wiraswasta dan lain-lain



PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk

KANTOR CABANG SUKOHARJO

Jalan Achmad Yani No. 132 Kartasura

Telepon: 780805, 780806, 780075

Facsimile : 780605,

SURAT KETERANGAN

Nomor : B. 790 VII/KC/SDM/05/2005

Yang bertanda tangan dibawah ini, Supervisor Pelayanan Intern PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero),Tbk Kantor Cabang Sukoharjo, dengan ini menerangkan bahwa :

N a m a : Eny Tri Hastuti
 NIM : 01311407
 Jurusan : Manajemen
 Alamat : Jl. Bakung No 397 CC Yogyakarta

Telah melakukan Riset Penelitian dari tanggal 4 Mei 2005 sd 6 Mei 2005 di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Kantor Cabang Sukoharjo untuk menyusun skripsi dengan judul : ANALISA KUALITAS PELAYANAN PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSRO), TBK CABANG SUKOHARJO TERHADAP KEPUASAN NASABAH DITINJAU DARI DIMENSI KUALITAS JASA.

Demikian surat keterangan ini kami berikan memenuhi surat dari Universitas Islam Indonesia Nomor : 216/Dek/10/Bag.Uni/V/2005 tanggal 02 Mei 2005.

Sukoharjo, 13 Mei 2005

PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk
 KANTOR CABANG SUKOHARJO

Sukarno
 Sup. Pelayanan Intern

Uji Validitas Tangible (KINERJA)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	Total
P1	Pearson Correlation	1	.370**	.241*	.366**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.018	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
P2	Pearson Correlation	.370**	1	.255*	.296**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.012	.003	.000
	N	96	96	96	96	96
P3	Pearson Correlation	.241*	.255*	1	.275**	.572**
	Sig. (2-tailed)	.018	.012	.	.007	.000
	N	96	96	96	96	96
P4	Pearson Correlation	.366**	.296**	.275**	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.007	.	.000
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.760**	.699**	.572**	.715**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.
	N	96	96	96	96	96

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

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

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 96.0

N of Items = 4

Alpha = .6313

Uji Validitas Reliability (KINERJA)

Correlations

		P5	P6	P7	P8	Total
P5	Pearson Correlation	1	.196	.259*	.243*	.641**
	Sig. (2-tailed)	.	.055	.011	.017	.000
	N	96	96	96	96	96
P6	Pearson Correlation	.196	1	.301**	.415**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.055	.	.003	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
P7	Pearson Correlation	.259*	.301**	1	.379**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.011	.003	.	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
P8	Pearson Correlation	.243*	.415**	.379**	1	.732**
	Sig. (2-tailed)	.017	.000	.000	.	.000
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.641**	.673**	.707**	.732**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.
	N	96	96	96	96	96

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

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

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 96.0

N of Items = 4

Alpha = .6256

Uji Validitas Responsiveness (Kinerja)

Correlations

		P9	P10	P11	P12	Total
P9	Pearson Correlation	1	.313**	.426**	.321**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.	.002	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96
P10	Pearson Correlation	.313**	1	.476**	.410**	.730**
	Sig. (2-tailed)	.002	.	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
P11	Pearson Correlation	.426**	.476**	1	.353**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.000
	N	96	96	96	96	96
P12	Pearson Correlation	.321**	.410**	.353**	1	.699**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.	.000
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.705**	.730**	.795**	.699**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.
	N	96	96	96	96	96

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

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases - 96.0

N of Items - 4

Alpha = .7108

Uji Validitas Emphaty (KINERJA)

Correlations

		P13	P14	P15	P16	Total
P13	Pearson Correlation	1	.285**	.416**	.331**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.	.005	.000	.001	.000
	N	96	96	95	96	96
P14	Pearson Correlation	.285**	1	.146	.178	.569**
	Sig. (2-tailed)	.005	.	.159	.082	.000
	N	96	96	95	96	96
P15	Pearson Correlation	.416**	.146	1	.209*	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000	.159	.	.042	.000
	N	95	95	95	95	95
P16	Pearson Correlation	.331**	.178	.209*	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.001	.082	.042	.	.000
	N	96	96	95	96	96
Total	Pearson Correlation	.736**	.569**	.654**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.
	N	96	96	95	96	96

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

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

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 95.0

N of Items = 4

Alpha = .5725

Uji Validitas Assurance (KINERJA)

Correlations

		P17	P18	P19	P20	total
P17	Pearson Correlation	1	.352**	.338**	.325**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.001	.001	.000
	N	96	96	96	96	96
P18	Pearson Correlation	.352**	1	.370**	.239*	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.019	.000
	N	96	96	96	96	96
P19	Pearson Correlation	.338**	.370**	1	.191	.643**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.	.062	.000
	N	96	96	96	96	96
P20	Pearson Correlation	.325**	.239*	.191	1	.659**
	Sig. (2-tailed)	.001	.019	.062	.	.000
	N	96	96	96	96	96
total	Pearson Correlation	.772**	.679**	.643**	.659**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.
	N	96	96	96	96	96

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

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

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 96.0

N of Items = 4

Alpha = .6273

Uji Validitas Tangible (HARAPAN)

Correlations

		P1	P2	P3	P4	Total
P1	Pearson Correlation	1	.331**	.214*	.277**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.	.001	.037	.006	.000
	N	96	96	96	96	96
P2	Pearson Correlation	.331**	1	.229*	.185	.638**
	Sig. (2-tailed)	.001	.	.025	.071	.000
	N	96	96	96	96	96
P3	Pearson Correlation	.214*	.229*	1	.280**	.668**
	Sig. (2-tailed)	.037	.025	.	.006	.000
	N	96	96	96	96	96
P4	Pearson Correlation	.277**	.185	.280**	1	.637**
	Sig. (2-tailed)	.006	.071	.006	.	.000
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.705**	.638**	.668**	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.
	N	96	96	96	96	96

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

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

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 96.0

N of Items = 4

Alpha = .5727

Uji Validitas Reliability (HARAPAN)

Correlations

		P5	P6	P7	P8	Total
P5	Pearson Correlation	1	.148	.245*	.170	.571**
	Sig. (2-tailed)	.	.150	.016	.099	.000
	N	96	96	96	96	96
P6	Pearson Correlation	.148	1	.382**	.306**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.150	.	.000	.002	.000
	N	96	96	96	96	96
P7	Pearson Correlation	.245*	.382**	1	.268**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.	.008	.000
	N	96	96	96	96	96
P8	Pearson Correlation	.170	.306**	.268**	1	.691**
	Sig. (2-tailed)	.099	.002	.008	.	.000
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.571**	.674**	.714**	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.
	N	96	96	96	96	96

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

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

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 96.0

N of Items = 4

Alpha = .5739

Uji Validitas Responsiveness (Harapan)

Correlations

		P9	P10	P11	P12	Total
P9	Pearson Correlation	1	.340**	.445**	.348**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.	.001	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96
P10	Pearson Correlation	.340**	1	.352**	.334**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.001	.	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96
P11	Pearson Correlation	.445**	.352**	1	.300**	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.003	.000
	N	96	96	96	96	96
P12	Pearson Correlation	.348**	.334**	.300**	1	.677**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.003	.	.000
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.744**	.699**	.749**	.677**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.
	N	96	96	96	96	96

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

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 96.0

N of Items = 4

Alpha = .6860

Uji Validitas Emphaty (HARAPAN)

Correlations

		P13	P14	P15	P16	Total
P13	Pearson Correlation	1	.402**	.120	.105	.676**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.243	.307	.000
	N	96	96	96	96	96
P14	Pearson Correlation	.402**	1	.404**	.339**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.001	.000
	N	96	96	96	96	96
P15	Pearson Correlation	.120	.404**	1	.157	.579**
	Sig. (2-tailed)	.243	.000	.	.127	.000
	N	96	96	96	96	96
P16	Pearson Correlation	.105	.339**	.157	1	.620**
	Sig. (2-tailed)	.307	.001	.127	.	.000
	N	96	96	96	96	96
Total	Pearson Correlation	.676**	.765**	.579**	.620**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.
	N	96	96	96	96	96

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

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 96.0

N of Items = 4

Alpha = .5357

Uji Validitas Assurance (HARAPAN)

Correlations

		P17	P18	P19	P20	total
P17	Pearson Correlation	1	.121	.255*	.191	.574**
	Sig. (2-tailed)	.	.241	.012	.063	.000
	N	96	96	96	96	96
P18	Pearson Correlation	.121	1	.336**	.286**	.655**
	Sig. (2-tailed)	.241	.	.001	.005	.000
	N	96	96	96	96	96
P19	Pearson Correlation	.255*	.336**	1	.330**	.695**
	Sig. (2-tailed)	.012	.001	.	.001	.000
	N	96	96	96	96	96
P20	Pearson Correlation	.191	.286**	.330**	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	.063	.005	.001	.	.000
	N	96	96	96	96	96
total	Pearson Correlation	.574**	.655**	.695**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.
	N	96	96	96	96	96

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

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

Reliability

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Reliability Coefficients

N of Cases = 96.0

N of Items = 4

Alpha = .5700

Lampiran 2

No	JK	Umur	Pekerjaan	Pendidikan	HARAPAN KONSUMEN																
					Tangible					Reliability					Responsiveness						
					1	2	3	4	Total	5	6	7	8	Total	9	10	11	12	Total		
1	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	4	5	4	4	4	17	5	4	4	5	18	5	4	4	4	5	18
2	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	4	4	4	5	17	17	3	4	3	3	13	5	4	4	4	5	18
3	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	4	3	4	5	16	16	3	3	3	3	12	4	3	5	3	15	15
4	W	>46 tahun	pegawai negeri	lulus SMP	5	3	4	3	15	15	4	5	5	4	18	5	3	3	4	15	15
5	W	>46 tahun	pegawai swasta	lulus SMU	4	3	4	5	16	16	3	3	5	3	14	4	5	4	3	16	16
6	P	26-35 tahun	wiraswasta dll	lulus SD	5	3	5	3	16	16	5	3	3	3	14	4	3	5	4	16	16
7	P	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	5	3	3	5	16	16	3	4	3	4	14	3	3	3	5	14	14
8	P	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus S1, S2, S3	5	3	4	3	15	15	5	3	4	3	15	4	5	3	4	16	16
9	W	36-45 tahun	pegawai swasta	lulus SMU	5	5	3	4	17	17	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	17
10	P	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	3	4	4	3	14	14	3	5	3	5	16	4	4	5	4	17	17
11	P	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus S1, S2, S3	5	4	3	4	16	16	4	3	4	5	16	3	3	4	5	15	15
12	P	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus SMP	3	3	5	5	16	16	3	3	3	5	14	4	4	5	4	18	18
13	W	26-35 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	4	3	5	5	17	17	4	4	4	5	17	3	4	4	4	15	15
14	W	26-35 tahun	wiraswasta dll	lulus SD	3	4	5	5	15	15	5	4	3	5	17	3	4	4	4	16	16
15	P	26-35 tahun	pegawai swasta	lulus SMP	3	4	3	3	13	13	4	3	4	5	16	4	4	4	5	17	17
16	P	26-35 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	3	3	5	2	13	13	3	4	5	4	16	3	4	3	4	14	14
17	P	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus S1, S2, S3	3	4	4	5	16	16	5	3	3	3	14	4	5	3	4	16	16
18	W	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus SMP	3	5	3	3	14	14	3	3	5	4	15	4	4	4	5	17	17
19	W	26-35 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	2	3	3	5	13	13	5	4	4	3	16	5	5	5	4	19	19
20	W	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus S1, S2, S3	3	5	4	3	15	15	3	3	3	3	12	4	4	4	3	15	15
21	W	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	4	5	3	4	16	16	5	3	3	4	15	5	5	3	4	17	17
22	P	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	4	5	4	3	16	16	5	4	4	3	16	3	3	4	3	13	13
23	P	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus SMP	4	3	4	4	15	15	4	5	5	4	18	5	4	3	4	16	16
24	P	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	3	5	5	4	17	17	4	3	4	4	15	3	5	3	4	15	15
25	P	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SD	3	3	4	4	14	14	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	19
26	P	26-35 tahun	pegawai swasta	lulus SMU	3	3	3	4	13	13	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	16
27	W	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	3	5	4	5	17	17	3	3	4	3	13	4	3	3	4	14	14
28	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	2	5	4	5	16	16	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15	15
29	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	4	5	5	5	19	19	3	3	3	5	14	5	4	4	3	16	16
30	P	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	5	4	4	5	18	18	4	4	4	3	15	5	5	3	5	18	18
31	P	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMP	4	4	3	5	16	16	5	3	3	3	14	4	4	3	4	15	15
32	P	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus SMP	2	3	4	5	14	14	3	5	3	5	16	4	4	4	3	16	16
33	P	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	4	4	4	4	15	15	5	4	5	5	19	5	5	4	4	18	18
34	W	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	3	3	3	3	12	12	5	3	5	3	16	4	5	3	5	17	17

35	P	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	4	3	4	3	14	3	3	4	4	5	15	5	3	3	3	5	3	3	5	16
36	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	4	3	4	3	14	4	4	4	4	4	16	3	3	5	5	5	4	5	4	17
37	P	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus SMP	3	3	4	3	13	4	4	5	4	4	16	4	4	3	3	3	4	3	3	13
38	W	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus S1,S2,S3	4	3	5	3	15	3	3	4	4	4	14	5	5	3	5	3	4	5	4	17
39	P	26-35 tahun	pegawai swasta	lulus SMU	3	4	4	4	15	4	4	5	5	5	18	3	4	4	3	4	5	5	15	
40	P	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	4	4	5	4	17	3	5	3	3	5	16	5	5	5	4	4	5	3	17	
41	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	3	4	5	4	16	4	4	5	4	5	16	5	4	4	3	4	5	5	17	
42	W	>46 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	4	4	5	4	17	4	3	3	3	5	15	4	4	4	4	5	4	4	17	
43	W	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	3	4	5	4	16	3	3	4	4	4	14	4	4	3	3	5	5	5	15	
44	P	26-35 tahun	pegawai swasta	lulus SD	3	5	4	3	15	3	3	4	4	4	14	3	4	4	3	4	3	3	13	
45	P	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	3	3	5	4	15	3	4	5	4	4	16	4	4	5	3	4	3	4	16	
46	P	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	5	3	5	5	18	4	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	3	5	16	
47	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	3	5	4	5	17	3	5	5	4	4	17	4	4	5	4	4	5	4	17	
48	W	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	5	4	4	5	18	4	4	5	4	4	17	5	4	4	4	4	4	4	17	
49	W	>46 tahun	pegawai swasta	lulus SMU	5	4	5	5	19	5	4	4	4	4	17	5	5	3	5	4	4	4	17	
50	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	2	4	5	5	16	5	5	3	5	3	16	4	4	3	4	3	4	3	14	
51	W	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	2	4	4	4	14	3	3	3	3	3	12	5	4	4	4	4	4	4	17	
52	W	36-45 tahun	pegawai swasta	lulus SMP	2	4	4	4	14	5	3	5	5	5	18	4	4	3	5	3	5	3	15	
53	W	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	2	3	4	3	12	4	5	4	4	4	17	3	3	5	4	4	5	4	16	
54	P	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	4	3	4	3	14	3	4	5	4	4	16	3	4	4	5	4	5	5	17	
55	P	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	4	4	5	3	16	3	5	5	5	5	18	4	4	3	4	4	4	4	15	
56	P	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	4	4	5	4	17	3	5	5	5	5	18	5	5	5	5	4	4	4	18	
57	P	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	4	5	3	3	15	4	4	5	5	5	18	5	5	3	3	3	3	3	14	
58	W	>46 tahun	pegawai swasta	lulus SMP	4	3	5	4	16	5	4	4	4	5	18	5	5	5	3	4	4	4	17	
59	P	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	4	5	5	3	17	5	4	5	4	4	18	4	4	3	5	4	4	4	16	
60	P	>46 tahun	pegawai swasta	lulus SMP	4	3	4	4	15	5	4	5	4	4	18	5	5	3	4	4	5	5	18	
61	P	26-35 tahun	wiraswasta dll	lulus SD	5	5	4	3	17	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	5	5	17	
62	W	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	5	3	3	4	15	4	4	5	5	5	18	5	5	4	4	3	4	3	17	
63	W	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	5	4	4	5	18	4	3	3	5	5	15	5	5	4	4	3	4	4	16	
64	P	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus S1,S2,S3	4	4	5	5	18	3	5	4	5	5	17	4	4	3	4	4	4	4	15	
65	P	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	4	4	4	5	17	5	3	4	3	4	15	5	5	4	5	4	5	4	18	
66	W	>46 tahun	pegawai swasta	lulus SMP	5	4	4	5	18	3	5	3	4	4	15	3	4	4	3	4	4	4	14	
67	P	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	4	4	4	5	17	5	4	5	4	4	18	4	4	3	4	3	4	3	14	
68	P	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	4	4	5	3	16	4	4	5	5	5	18	5	5	5	4	4	4	4	18	
69	W	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	5	4	4	5	18	4	3	3	5	5	15	5	5	4	4	3	4	4	16	
70	P	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus S1,S2,S3	4	4	5	5	18	3	5	4	5	5	17	4	4	3	4	4	4	4	15	
71	P	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	4	4	5	5	17	5	3	4	4	3	15	5	5	4	5	4	4	4	18	

No	JK	Umur	Pekerjaan	Pendidikan	Emphaty					Assurance					
					13	14	15	16	Total	17	18	19	20	total	
1	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	Lulus SMU	5	4	3	5	17	3	4	4	4	5	16
2	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	Lulus SMU	4	4	4	5	17	3	4	3	3	4	14
3	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	Lulus SMU	5	4	3	3	15	5	3	4	4	4	16
4	W	>46 tahun	pegawai negeri	Lulus SMP	4	3	4	5	16	3	5	4	4	4	16
5	W	>46 tahun	pegawai swasta	Lulus SMU	5	3	2	4	14	3	4	5	3	3	15
6	P	26-35 tahun	wiraswasta dll	Lulus SD	4	4	4	3	15	5	5	5	5	5	20
7	P	36-45 tahun	wiraswasta dll	Lulus SMU	3	3	4	5	15	5	5	4	3	3	17
8	P	36-45 tahun	pegawai negeri	Lulus S1,S2,S3	4	5	5	4	18	3	4	5	4	4	16
9	W	36-45 tahun	pegawai swasta	Lulus SMU	3	5	3	4	15	5	5	5	5	5	20
10	P	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	Lulus SMU	3	3	4	4	14	3	4	4	4	4	16
11	P	26-35 tahun	pegawai negeri	Lulus S1,S2,S3	4	5	4	5	18	5	3	4	4	5	16
12	P	26-35 tahun	pegawai negeri	Lulus SMP	5	3	3	5	16	3	4	4	4	5	16
13	W	26-35 tahun	wiraswasta dll	Lulus SMU	4	4	4	5	17	3	5	4	4	4	17
14	W	26-35 tahun	wiraswasta dll	Lulus SD	5	5	3	4	17	5	4	3	5	5	17
15	P	26-35 tahun	pegawai swasta	Lulus SMP	4	5	4	4	17	3	4	4	4	4	15
16	P	26-35 tahun	wiraswasta dll	Lulus SMU	4	3	3	4	14	3	3	4	4	4	14
17	P	26-35 tahun	pegawai negeri	Lulus S1,S2,S3	4	5	4	4	17	5	4	4	4	3	16
18	W	26-35 tahun	pegawai negeri	Lulus SMP	5	4	5	4	18	3	3	4	4	4	14
19	W	26-35 tahun	wiraswasta dll	Lulus SMU	4	4	4	5	17	5	4	4	5	5	19
20	W	26-35 tahun	pegawai negeri	Lulus S1,S2,S3	4	4	4	4	16	3	4	4	4	5	16
21	W	>46 tahun	wiraswasta dll	Lulus SMU	4	4	4	4	16	3	4	4	4	5	16
22	P	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	Lulus SMU	4	5	4	5	18	4	5	4	4	4	17
23	P	26-35 tahun	pegawai negeri	Lulus SMP	4	4	3	5	16	3	5	4	4	5	17
24	P	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	Lulus SMU	3	4	4	4	15	4	5	5	5	5	19
25	P	>46 tahun	wiraswasta dll	Lulus SD	4	3	3	5	15	4	4	4	4	5	17
26	P	26-35 tahun	pegawai swasta	Lulus SMU	5	4	5	4	18	3	4	4	5	3	15
27	W	36-45 tahun	wiraswasta dll	Lulus SMU	5	3	3	5	16	4	4	4	4	5	17
28	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	Lulus SMU	4	4	4	5	17	3	3	3	3	5	14
29	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	Lulus SMU	3	3	5	3	14	4	4	4	4	5	17
30	P	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	Lulus SMU	5	4	4	5	18	5	5	3	3	3	16
31	P	36-45 tahun	pegawai negeri	Lulus SMP	4	3	4	5	16	4	4	4	4	5	18
32	P	26-35 tahun	pegawai negeri	Lulus SMP	5	3	4	4	14	3	5	5	3	4	15
33	P	36-45 tahun	wiraswasta dll	Lulus SMU	3	4	5	5	17	3	3	4	4	4	14
34	W	36-45 tahun	wiraswasta dll	Lulus SMU	4	3	4	4	15	5	3	4	4	4	16
35	P	36-45 tahun	wiraswasta dll	Lulus SMU	5	3	4	4	16	5	4	4	5	4	18
36	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	Lulus SMU	5	4	5	4	18	4	5	5	3	3	15

37	P	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus SMP	5	5	5	20	3	5	5	3	16
38	W	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus S1,S2,S3	4	3	3	13	4	4	4	3	15
39	P	26-35 tahun	pegawai swasta	lulus SMU	5	5	5	20	5	5	5	3	18
40	P	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	3	3	3	14	4	3	3	3	13
41	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	4	2	3	12	3	3	5	3	14
42	W	>46 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	4	2	4	15	4	5	5	4	18
43	W	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	5	4	3	16	5	4	4	4	16
44	P	26-35 tahun	pegawai swasta	lulus SD	4	3	4	16	4	5	5	4	18
45	P	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	4	2	3	14	4	5	5	4	18
46	P	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	4	4	4	14	4	4	4	4	16
47	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	4	3	4	16	5	4	5	4	18
48	W	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	5	4	4	18	3	4	4	4	15
49	W	>46 tahun	pegawai swasta	lulus SMU	3	4	3	14	2	3	5	4	14
50	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	4	3	4	16	2	3	5	4	14
51	W	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	3	5	4	17	3	4	5	4	16
52	W	36-45 tahun	pegawai swasta	lulus SMP	3	4	3	13	2	3	3	5	14
53	W	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	4	4	4	16	2	3	3	4	12
54	P	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	3	4	3	13	2	3	3	5	15
55	P	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	4	4	4	17	4	5	5	5	19
56	P	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	5	4	4	18	4	3	5	5	17
57	P	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	4	4	4	17	4	4	4	4	16
58	W	>46 tahun	pegawai swasta	lulus SMP	4	5	5	16	2	4	3	5	14
59	P	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	5	4	4	15	3	3	3	3	12
60	P	>46 tahun	pegawai swasta	lulus SMP	4	5	4	18	4	4	4	5	16
61	P	26-35 tahun	wiraswasta dll	lulus SD	3	5	4	15	5	3	3	3	14
62	W	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	4	3	3	15	4	2	4	5	15
63	W	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	3	3	4	14	4	2	5	5	16
64	P	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus S1,S2,S3	4	3	3	13	3	2	4	5	14
65	P	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	4	4	3	14	5	4	4	5	18
66	W	>46 tahun	pegawai swasta	lulus SMP	5	4	4	17	4	4	4	3	16
67	P	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	3	3	2	11	3	4	4	5	16
68	P	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	4	4	4	16	5	4	4	5	18
69	W	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	4	3	3	15	4	3	4	5	16
70	P	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus S1,S2,S3	4	3	3	13	3	2	4	5	14
71	P	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	4	3	3	14	5	4	4	5	18
72	P	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus SMP	5	4	4	17	4	4	4	3	16
73	W	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	5	4	4	17	5	4	4	5	19

74	W	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus SMP	5	4	4	4	5	18	2	5	4	4	5	16
75	W	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	4	4	3	5	5	16	5	5	5	5	5	19
76	P	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMP	4	4	3	4	4	15	4	4	4	4	3	15
77	P	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	4	3	4	5	5	16	4	4	4	5	5	18
78	W	>46 tahun	pegawai swasta	lulus SMP	4	4	5	4	4	17	4	4	4	5	5	18
79	P	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	5	3	5	5	5	18	4	5	4	4	3	16
80	P	26-35 tahun	pegawai swasta	lulus SMP	4	4	5	5	5	18	3	4	4	5	5	16
81	P	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	4	2	4	5	5	15	4	4	4	5	5	18
82	P	36-45 tahun	pegawai swasta	lulus SMU	5	4	4	4	4	17	4	4	4	5	3	16
83	P	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	5	3	5	5	5	18	4	5	4	4	5	18
84	W	26-35 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	4	4	3	5	5	16	5	4	5	5	5	19
85	W	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	4	3	4	3	3	14	5	4	4	5	5	19
86	P	>46 tahun	wiraswasta	lulus SMU	4	4	4	4	5	17	5	4	4	3	5	17
87	W	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	5	4	4	2	2	15	5	4	4	5	3	17
88	P	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	4	4	4	5	5	17	5	5	4	4	5	19
89	P	36-45 tahun	pegawai negeri	lulus SMU	5	4	4	4	5	18	5	4	4	4	4	17
90	P	>46 tahun	wiraswasta dll	lulus SMP	5	4	4	4	3	16	3	4	4	5	4	16
91	P	36-45 tahun	pegawai swasta	lulus SMP	5	4	5	5	5	19	3	4	4	4	5	16
92	P	36-45 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	4	3	4	3	3	14	3	5	4	4	3	15
93	W	26-35 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	5	4	4	5	5	18	5	4	5	5	5	19
94	P	26-35 tahun	wiraswasta dll	lulus SMU	5	4	4	5	5	18	3	4	3	3	3	13
95	P	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	4	4	4	4	4	16	5	4	5	5	5	19
96	P	18-25 tahun	pelajar dan mahasiswa	lulus SMU	4	2	4	4	4	14	3	5	5	5	5	18
JUMLAH					383	353	365	396	1497	353	378	394	409	1534		
Rata-rata					3.99	3.68	3.8	4.13	4	3.68	3.94	4.1	4.26	4		3.99