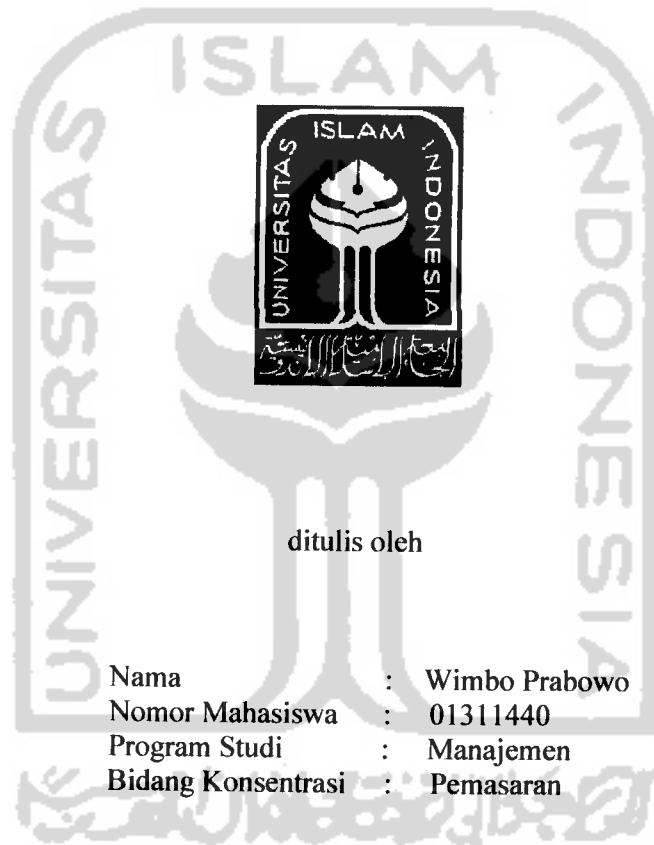


Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Bank Negara Indonesia (BNI)  
Cabang Purwokerto

**SKRIPSI**



ditulis oleh

Nama : Wimbo Prabowo  
Nomor Mahasiswa : 01311440  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA  
2006**

Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Bank Negara Indonesia (BNI)  
Cabang Purwokerto

**SKRIPSI**

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



oleh

Nama : Wimbo Prabowo  
Nomor Mahasiswa : 01311440  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Konsentrasi : Pemasaran



**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
FAKULTAS EKONOMI  
YOGYAKARTA  
2006**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan 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.”

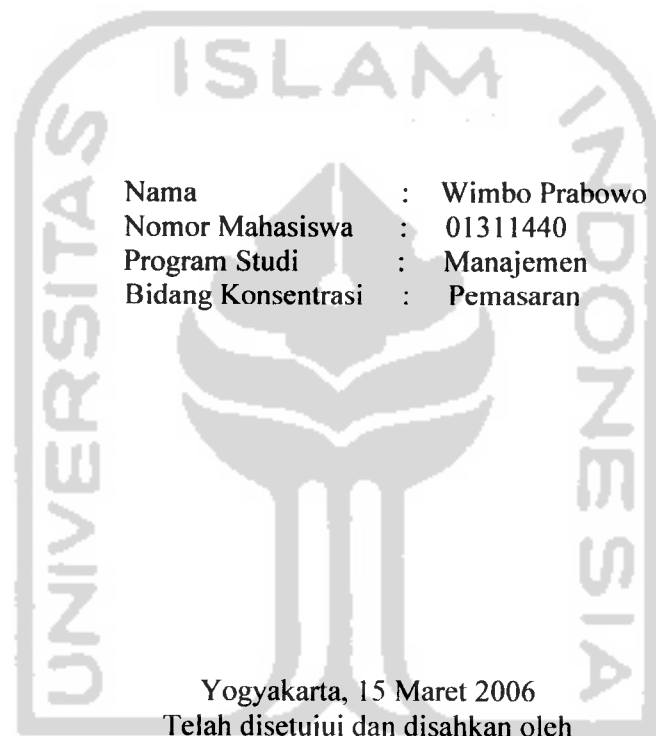
Yogyakarta, 15 Maret 2006

Penulis,



Wimbo Prabowo

Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Bank Negara Indonesia (BNI)  
Cabang Purwokerto



Dosen Pembimbing

*Diap arto h drijin*

*[Signature]*

Drs. Albari, M.Si.



**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

**SKRIPSI BERJUDUL**

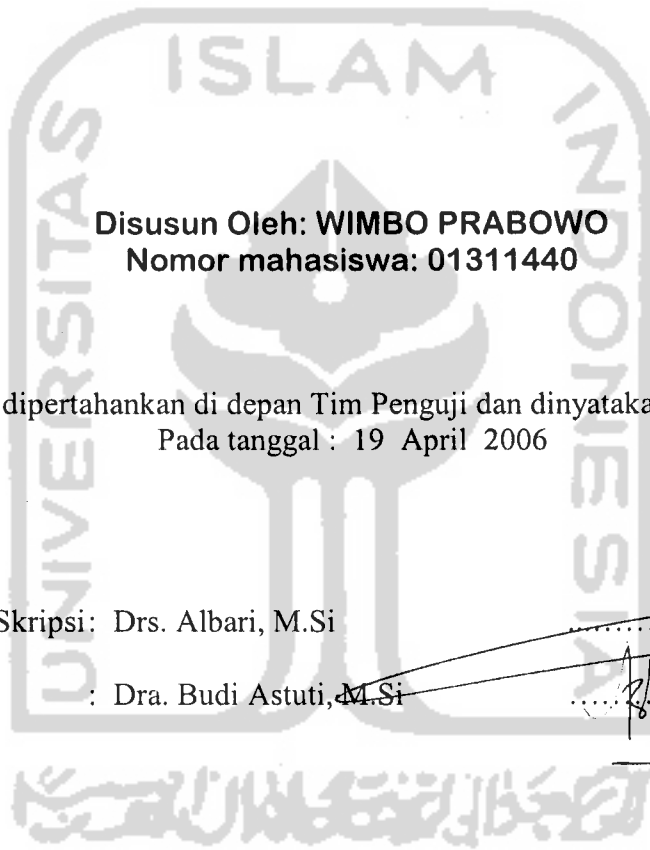
**ANALISIS KUALITAS JASA PELAYANAN BANK NEGARA INDONESIA (BNI)  
CABANG PURWOKERTO**

Disusun Oleh: **WIMBO PRABOWO**  
Nomor mahasiswa: 01311440

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**  
Pada tanggal : 19 April 2006

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Albari, M.Si

Penguji : Dra. Budi Astuti, M.Si



Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Indonesia  
Drs. Suwarno, MA

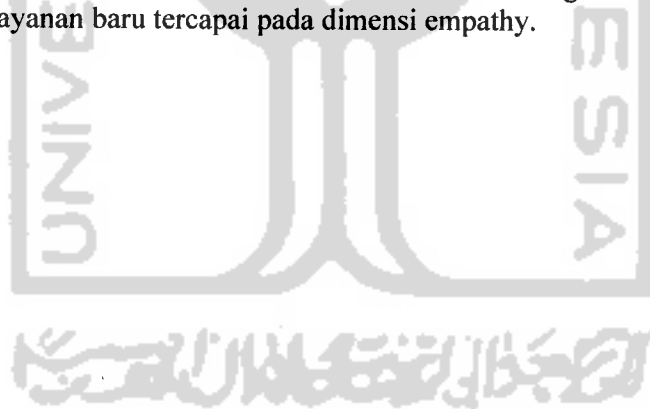
## ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Purwokerto. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kualitas jasa pelayanan BNI Cabang Purwokerto, dan mengetahui perbedaan tingkat kualitas pengguna jasa BNI berdasarkan karakteristik nasabah.

Data diperoleh dengan cara menyebarkan kuisisioner kepada nasabah BNI. Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner dengan dengan model tertutup, yang diukur dari bobot harapan dan kinerja perusahaan yang akan diukur dengan menggunakan skala *Likert*.

Alat analisis yang digunakan adalah uji beda Wilcoxon, Uji Wilcoxon digunakan untuk mengetahui perbedaan hasil penilaian kinerja dan harapan yang diberikan oleh nasabah BNI Cabang Purwokerto. Alat analisis lain yang digunakan adalah Uji beda Kruskal-Wallis, Uji beda Kruskal-Wellis digunakan untuk menentukan adanya perbedaan kualitas pelayanan jasa yang di berikan BNI berdasarkan karakteristik konsumen.

Melalui analisis yang dilakukan, secara keseluruhan pada atribut yang ada di BNI, menunjukkan bahwa sebagian besar harapan nasabah belum terpenuhi dengan kinerja yang diberikan oleh bank BNI Cabang Purwokerto. Tingkat kualitas pelayanan baru tercapai pada dimensi empathy.



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, saya panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul **“Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Purwokerto”**.

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs. H. Suwarsono, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi UII
2. Drs. Albari, M.Si selaku dosen pembimbing yang dengan kesungguhan hati memberikan bimbingan dan mengarahkan penulis dengan penuh perhatian dan kesabaran selama penyusunan skripsi ini.
3. Kedua orang tuaku tercinta, Abah Bambang Sudirman dan mamah Aning yang selalu mendoakan dan memberi nasehat agar skripsi ini cepat selesai.

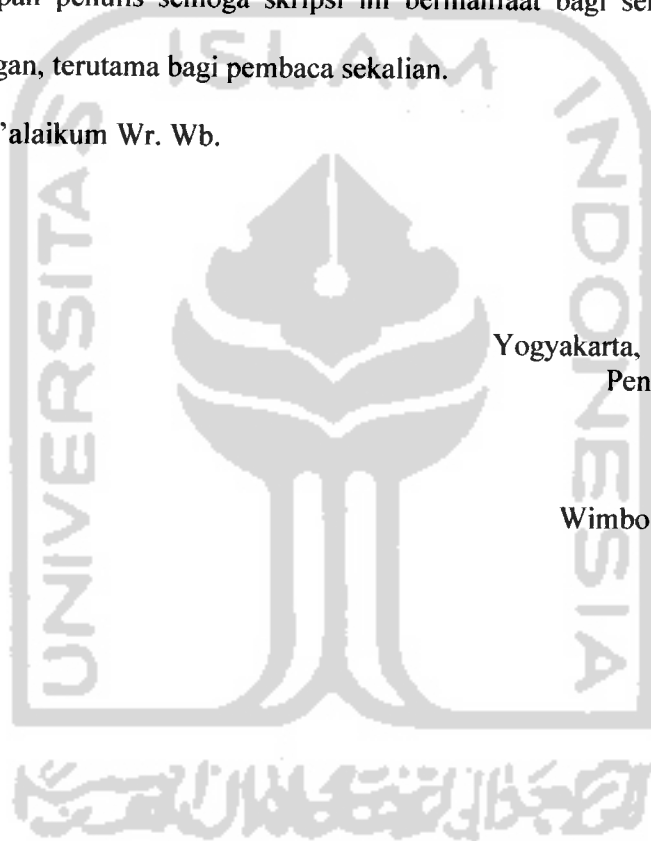
4. Kedua adikku Andi dan Nia yang selalu mendukung, sukses selalu untuk adikku berdua.
5. teman-temanku Arif, Agung, Dina, heri, kojek, ita, Sandy, yang selalu mendukung sehingga skripsi ini selesai

Besar harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang bekepentingan, terutama bagi pembaca sekalian.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 15 Maret 2006  
Penulis,

Wimbo Prabowo



## DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	ii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iii
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	iv
Absrak.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Isi.....	vii
Daftar Tabel.....	viii
Daftar Gambar.....	ix
Daftar lampiran.....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	8

2.2.1 Pemasaran.....	8
2.2.2 Perilaku Konsumen.....	12
2.2.3 Pengertian Jasa.....	15
2.2.4 Kualitas Jasa .....	18
2.2.5 Bank Umum.....	26
2.3 Hipotesis.....	27
 <b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Lokasi Penelitian.....	28
3.1.1 Sejarah Berdirinya BNI.....	28
3.2 Variabel Penelitian.....	29
3.3 Devinisi Operasional Variabel.....	30
3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.4.1 Uji Validitas.....	33
3.4.2 Uji Reabilitas.....	34
3.5 Bentuk Kuisioner.....	35
3.6 Populasi dan Sampel.....	37
3.6.1 Populasi.....	37
3.6.2 Sampel.....	38
3.7 Alat Analisis.....	39
3.7.1 Analisis Deskriptif.....	39
3.7.2 Uji Beda Wilcoxon.....	39

3.7.4 Analisis Diagram Karesius.....	41
3.7.5 Uji beda Kruskal-Wallis.....	43

**BAB IV ANALISIS dan PEMBAHASAN**

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	45
4.1.1 Uji Validitas.....	45
4.1.2 Uji Reabilitas.....	46
4.2 Analisis Deskriptif.....	47
4.3 Analisis Mean Aritmatik .....	53
4.4 Uji Beda Wilcoxon.....	56
4.5 Analisis <i>Impotance Performance</i> .....	62
4.6 Analisis Diagram Kartesius.....	67
4.7 Uji beda Kruskal-Wallis.....	73

**BAB V KESIMPULAN dan SARAN**

5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran.....	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Uji Validitas .....	46
Tabel 4.2 Uji Reabilitas.....	47
Tabel 4.3 Klasifikasi responden berdasar jenis kelamin .....	48
Tabel 4.4 Klasifikasi responden berdasar umur.....	49
Tabel 4.5 klasifikasi responden berdasar tingkat pendidikan.....	50
Tabel 4.6 Klasifikasi responden berdasar Pekerjaan.....	51
Tabel 4.7 Klasifikasi responden berdasar tingkat penghasilan.....	52
Tabel 4.8 Kriteria penilaian harapan dan Kinerja.....	53
Tabel 4.9 Rata-rata persepsi nasabah.....	54
Tabel 4.10 Kriteria penilaian kualitas.....	56
Tabel 4.11 Hasil pengujian Wicoxon Rank Test.....	57
Tabel 4.12 Hasil Uji Kruskal Wallis.....	74



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Analisa jasa yang diharapkan.....	22
Gambar 4.1 Diagram Kartesius.....	69



## **DAFTAR LAMPIRAN**

LAMPIRAN 1 Kuisisioner

LAMPIRAN 2 Data Penelitian

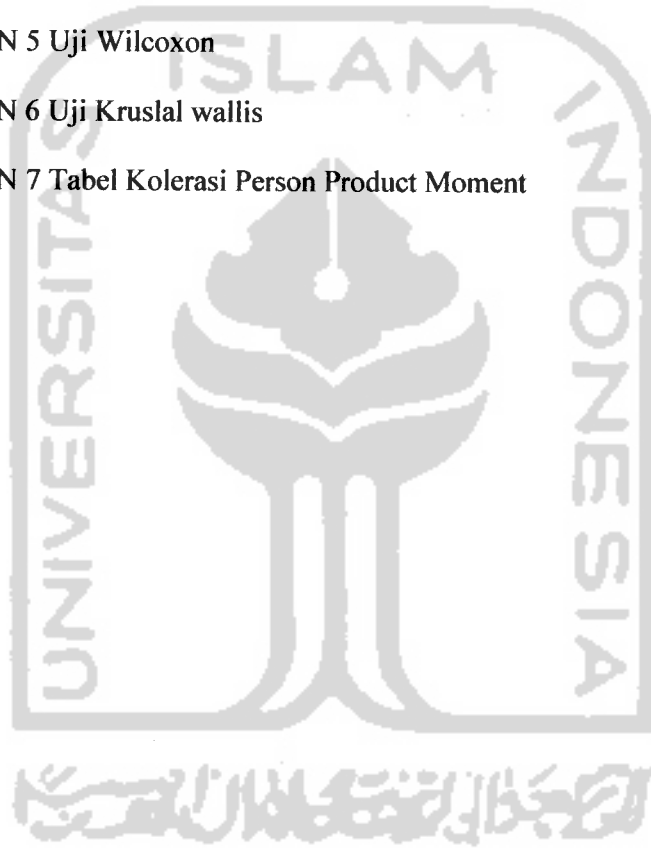
LAMPIRAN 3 Data Gap

LAMPIRAN 4 Uji Reabilitas dan Validitas

LAMPIRAN 5 Uji Wilcoxon

LAMPIRAN 6 Uji Kruskal wallis

LAMPIRAN 7 Tabel Kolerasi Person Product Moment



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Perkembangan yang terjadi dalam dunia perbankan di Indonesia dewasa ini semakin pesat . Hal itu lebih berdasarkan pada deregulasi yang ditetapkan pemerintah. Masa Repelita IV, untuk pertama kalinya dilakukan deregulasi perbankan yang memberikan landasan kebebasan bagi perbankan untuk menentukan kebijaksanaan sendiri usahanya. Beberapa paket deregulasi itu telah dilaksanakan, yang semuanya bertujuan menciptakan situasi baru dalam dunia perbankan di Indonesia, sehingga mendorong berdirinya bank-bank swasta baru, yang mengakibatkan terjadinya persaingan di dunia perbankan. Dalam kondisi seperti inilah, setiap bank harus mampu bertahan agar dapat hidup dan terus berkembang.

Menurut UU No. 10 Tahun 1998 tentang Pokok-pokok Perbankan (pengganti UU No.7 Tahun 1992), menjelaskan bahwa Bank merupakan badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dari undang-undang tersebut, menurut Susanto (1996) dapat disimpulkan bahwa fungsi pokok bank sebagai berikut :

1. Menghimpun dana dari masyarakat. Dalam hal ini, bank mengumpulkan atau mencari dana dari masyarakat dalam bentuk Giro, Tabungan, Deposito.

2. Menjadi perantara untuk menyalurkan penawaran dan permintaan kredit.
3. Memberi jasa dalam lalu-lintas pembayaran dan peredaran uang.

Dengan kondisi perbankan di Indonesia yang semakin kompetitif, canggih, dan dinamis, dimana persaingan semakin tajam dalam memperebutkan dana nasabah, nasabah semakin menuntut produk yang bervariasi, kenyamanan dan pelayanan yang lebih baik, maka bank harus dapat menarik simpati masyarakat untuk menjadi nasabah dengan memberikan pelayanan yang baik dan promosi yang menarik.

Salah satu perbankan yang ada di Indonesia adalah BNI yang berdiri sejak 1946, kecakapan BNI dalam melakukan inovasi yang tiada henti baik dalam hal produk maupun layanan, BNI memosisikan dirinya sebagai *universal banking* yang menawarkan beragam produk dan layanan prima kepada nasabahnya. BNI berharap persepsi nasabah terhadap BNI akan semakin kuat tidak hanya sebagai bank yang dapat dipercaya dan aman, namun juga bank yang selalu siap melayani nasabahnya dengan produk-produk yang inovatif, layanan yang cepat. Persepsi ini penting artinya dalam mempertahankan posisi BNI sebagai *universal banking*. Produk yang dimiliki BNI seperti tabungan, deposito, dan giro. BNI juga memiliki *bank assurance*, Dana Pensiun Lembaga Keuangan (DPLK), BNI *Investment*. BNI juga memiliki beragam produk pinjaman seperti Kredit Modal Kerja, Kredit Investasi, Kredit Valuta Asing, Kredit Pemilikan Rumah, Kredit Multi Guna, Kredit Usaha Kecil.

Produk yang inovatif tidak akan memiliki arti tanpa didukung oleh pelayanan yang prima. Oleh karena itu BNI menekankan pentingnya upaya peningkatan

kualitas pelayanan kepada nasabah. Untuk mencapai sasaran tersebut, BNI memanfaatkan teknologi terkini serta aktif dalam menyelenggarakan berbagai program pelatihan bagi para pegawai di garis terdepan. Produk dan layanan BNI dapat dinikmati di berbagai saluran distribusi, termasuk di lebih dari 700 cabang di dalam negeri, 5 cabang di luar negeri yaitu di Singapura, Hong kong, Tokyo, London, dan New York.

Pada dasarnya pengertian kualitas pelayanan merupakan penilaian antara harapan dan kinerja yang dirasakan. (Yamit, 2002). Jadi, kualitas pelayanan berarti bahwa kinerja suatu produk sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Kualitas juga berhubungan dengan para karyawan yang secara langsung tampak dan berhubungan dengan pemakai jasa, sehingga perbaikan kualitas pelayanan juga menuntut adanya perbaikan dari karyawan. Apabila kualitas pelayanan perusahaan baik, maka omzet atau penjualan akan meningkat.

Perusahaan akan sangat beruntung apabila dapat mengetahui apa yang diinginkan konsumen atas produknya. Hal tersebut merupakan informasi yang sangat berharga yang dapat digunakan untuk melakukan evaluasi terhadap perusahaannya. Selain itu juga berguna bagi perusahaan untuk memahami dan kemudian berusaha untuk memenuhi semua keinginan konsumen. Diharapkan juga pihak perusahaan dapat menentukan kebijakan-kebijakan ataupun strategi dalam memasarkan produknya dan untuk menghadapi para pesaing serta strategi keunggulan perusahaannya.

Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan jasa adalah kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan

kepada konsumen. Kualitas pelayanan menjadi topik yang menarik untuk dikaji. Kualitas pelayanan dapat menentukan kepuasan konsumen atas produk yang ditawarkan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi perusahaan, yang dapat dijadikan sebagai tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Atas dasar uraian yang telah dikemukakan di atas, maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul:

**“Analisis Kualitas Jasa Pelayanan Bank Negara Indonesia (BNI) Cabang Purwokerto “**

## **1.2. Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- 1 Bagaimana kualitas pelayanan BNI setelah nasabah menerima pelayanan jasa BNI?
- 2 Faktor apa saja yang harus diperbaiki dalam pelayanan jasa yang diberikan oleh BNI?
- 3 Apakah ada perbedaan tingkat kualitas pelayanan pengguna jasa BNI berdasarkan karakteristik nasabah?

### **1.3. Batasan Masalah**

Mengingat luasnya masalah yang akan diteliti, maka peneliti melakukan pembatasan pada :

- 1 Perusahaan yang akan dilaksanakan sebagai tempat penelitian ini adalah BNI cabang Purwokerto.
- 2 Responden yang menjadi obyek penelitian adalah para pelanggan, yaitu konsumen yang menggunakan jasa BNI cabang Purwokerto.

### **1.4. Tujuan Penelitian**

1. Untuk menetapkan kualitas jasa pelayanan yang diberikan oleh BNI.
2. Untuk menetapkan faktor-faktor pelayanan yang harus diperbaiki oleh BNI.
3. Untuk menetapkan tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh BNI berdasarkan karakteristik konsumen.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang terkait antara lain :

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi manajemen BNI pada umumnya, dan pada cabang Purwokerto pada khususnya mengenai respon pelanggan terhadap variabel jasa pelayanan

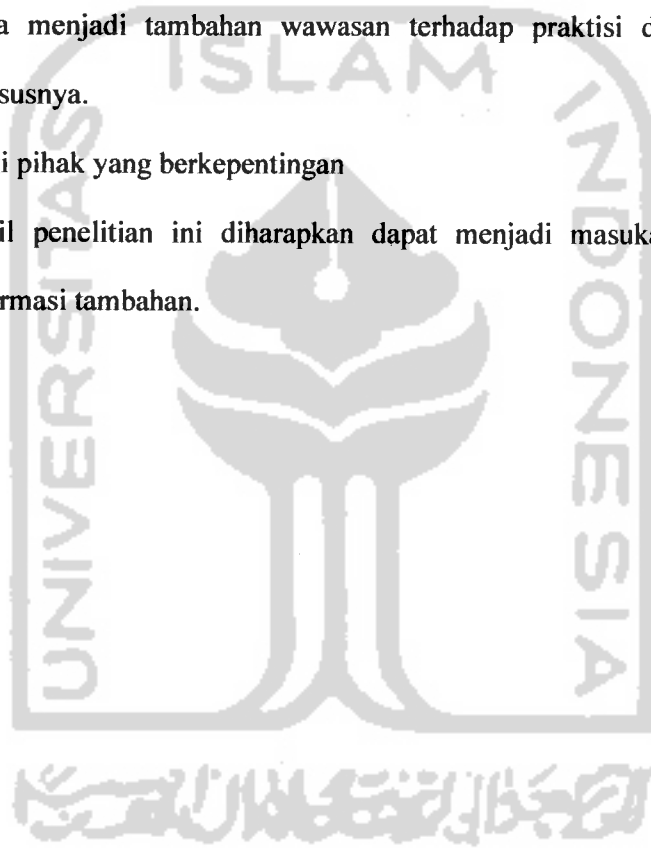
yang ada, yang selanjutnya digunakan sebagai informasi atau alat ukur untuk menentukan kebijakan perusahaan di masa yang akan datang.

2. Bagi penulis

Penelitian ini digunakan menjadi sarana dalam pengembangan dan pengaktualisasikan pengetahuan teoritis yang diperoleh di bangku kuliah serta menjadi tambahan wawasan terhadap praktisi dunia perbankan khususnya.

3. Bagi pihak yang berkepentingan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan atau sumber informasi tambahan.





## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Isnawati (2004) meneliti tentang analisis kepuasan konsumen terhadap pelayanan RSUD Ambarawa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen setelah menerima pelayanan RSUD Ambarawa, dan menjelaskan ada atau tidak adanya perbedaan tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen (pasien RSUD Ambarawa) tersebut berdasarkan karakteristik konsumen.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan yang dilakukan penulis yaitu dengan menggunakan teknik analisis Kruskal Wallis untuk menjelaskan ada atau tidak adanya perbedaan ketidakpuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen. Sample yang digunakan dengan menggunakan teknik convenience sampling. Persamaan lainnya adalah karakteristik yang meliputi: gender, usia, penghasilan, jenis pekerjaan, dan pendidikan.

Sedangkan perbedaan terletak pada objek penelitian dan variable penelitian. Objek yang dituju Isnawati adalah RSUD Ambarawa, sedangkan penulis menggunakan objek BNI cabang Purwokerto sebagai penelitian. Variable yang digunakan Isnawati adalah pelayanan bagian penerima pasien, pelayanan dokter umum dan spesialis, pelayanan tenaga perawat, pelayanan bagian keuangan, rasa makanan, variasi menu makanan, kelengkapan mabel minimal yang ada di ruang rawat inap, kondisi penerangan, persediaan air di toilet, tempat ibadah,

kelengkapan pertokoan, dan tempat parkir. Sedangkan penulis menggunakan variable: kenyamanan ruang tunggu, teknologi yang sudah dimiliki, kondisi gedung yang bersih, kecepatan karyawan dalam pelayanan, menangani masalah dengan segera, ketersediaan membantu nasabah, pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit, karyawan yang profesional dibidangnya, nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi, memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan nasabah, karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan.

## **2.2 Landasan Teori**

### **2.2.1 Pemasaran**

#### **2.2.1.1 Definisi Pemasaran**

Pemasaran merupakan kegiatan penting dalam perusahaan, karena dapat menentukan perkembangan dan kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Salah satu definisi pemasaran yang dikemukakan oleh Kotler (2001) adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dalam menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.

Sedangkan menurut Stanton (1985) Pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Dari tinjauan pemasaran di atas, maka tugas yang dihadapi manajer pemasaran adalah memilih dan melaksanakan kegiatan pemasaran yang dapat membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan serta dapat menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan.

#### **2.2.1.2 Konsep Pemasaran**

Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen. Seluruh kegiatan dalam perusahaan yang menganut konsep pemasaran harus diarahkan untuk memenuhi tujuan tersebut.

Konsep ini berdasar pada empat pilar, menurut Kotler (2001), yaitu:

- a). Pasar sasaran
- b). Kebutuhan pelanggan
- c). Pemasaran terpadu
- d). Profitabilitas

Definisi konsep pemasaran menurut Kotler (2001) merupakan salah satu langkah yang baik dalam menyelenggarakan tindakan-tindakan perusahaan, dalam kenyataannya masih memiliki kelemahan terutama dalam membedakan antara kepentingan konsumen dalam jangka pendek dengan kesejahteraan konsumen dalam jangka panjang. Masing-masing pilar dari konsep pemasaran akan diuraikan lebih lanjut sebagai berikut:

- a. Pasar sasaran.

Maksudnya adalah bahwa tidak ada perusahaan yang dapat beroperasi di semua pasar dan memenuhi kebutuhannya. Tidak ada perusahaan yang dapat berprestasi dengan baik dalam suatu pasar yang sangat luas. Perusahaan akan

berhasil bila menetapkan batas pasarnya secara cermat dan mempersiapkan program pemasaran yang sesuai untuk masing-masing pasar sasaran.

b. Kebutuhan pelanggan

Pemikiran berorientasi pelanggan mengharuskan perusahaan merumuskan kebutuhan dari kacamata pelanggan. Ciri produk yang dibuat perusahaan harus atas dasar apa yang diharapkan atau disukai pelanggan.

Memuaskan pelanggan sangat penting karena akan selalu lebih mahal untuk menarik pelanggan daripada mempertahankannya. Oleh karena itu mempertahankan pelanggan lebih penting daripada menarik pelanggan. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan.

c. Pemasaran terpadu

Apabila ingin memberikan kepuasan kepada konsumen secara optimal maka semua elemen pemasaran yang ada harus dikoordinasikan dan diintegrasikan, juga harus dihindari adanya pertentangan di dalam perusahaan maupun antara perusahaan dengan pasarnya.

Semua bagian dalam perusahaan harus menyadari bahwa tindakan mereka sangat mempengaruhi kemampuan perusahaan dalam menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Pemasaran terpadu berjalan dalam dua tahap. Pertama, beragam fungsi pemasaran seperti tenaga penjualan, riset pemasaran, dan lainnya harus bekerjasama. Kedua, pemasaran harus dikoordinasikan secara baik dengan bagian lain perusahaan. Pemasaran tidak akan berjalan jika hanya berupa satu bagian saja, tetapi akan berjalan hanya jika semua bagian menyadari dampaknya terhadap kepuasan pelanggan.

#### d. Profitabilitas

Tujuan utama konsep pemasaran adalah meningkatkan volume penjualannya sehingga dapat mengoptimalkan laba. Bagaimanapun juga, perusahaan dapat tumbuh dan berkembang apabila perusahaan tersebut memperoleh laba. Sebab pada dasarnya perusahaan akan sulit berkembang tanpa adanya laba.

Laba merupakan tujuan umum perusahaan dengan tidak mengesampingkan tujuan lainnya, seperti membantu masyarakat, memberikan kesejahteraan dan ketentraman karyawan dan memberikan perlindungan serta kepuasan pada pasar sasaran. Dengan laba maka perusahaan dapat memperoleh beberapa hal, yaitu perusahaan dapat tumbuh dan berkembang, perusahaan dapat menggunakan kemampuannya yang lebih besar sehingga akhirnya perusahaan berhasil memberikan kepuasan kepada konsumen.

#### 2.2.1.3 Pengertian produk

Produk adalah elemen kunci dalam tawaran pasar (*Market Offering*). Perencanaan bauran pemasaran dimulai dengan memformulasikan tawaran untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan sasaran. Menurut Kotler dan Armstrong (2001), Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan. Produk mencakup obyek secara fisik, orang, tempat, organisasi dan ide.

## 2.2.2 Perilaku Konsumen

### 2.2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah seorang pelanggan dalam keputusan membeli, juga untuk menggunakan dan membuang barang serta jasa yang dibeli juga termasuk faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dan penggunaan produk (Lamb, Hair, McDaniel, 2001).

### 2.2.2.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen. Di bawah ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler, dalam Nugroho, J. S. (2003)

#### 1) Faktor-Faktor Kebudayaan

##### a. Kebudayaan

Kebudayaan didefinisikan sebagai kompleks simbol dan barang-barang buatan manusia (*artifacts*) yang diciptakan masyarakat tertentu dan diwariskan dari satu generasi ke generasi yang lain sebagai faktor penentu (*determinants*) dan pengatur (*regulator*) perilaku anggotanya.

##### b. Sub-budaya

Setiap kebudayaan terdiri dari berbagai sub-budaya yang lebih kecil yang memberikan identifikasi dan sosialisasi yang lebih spesifik untuk para anggotanya. Sub-budaya dapat dibedakan menjadi empat jenis: kelompok nasionalisme, kelompok keagamaan, kelompok ras, dan wilayah geografis.

c. Kelas sosial

Kelas sosial adalah kelompok-kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam suatu masyarakat, yang tersusun secara hierarki dan keanggotaannya mempunyai nilai, minat dan perilaku yang serupa.

2) Faktor-Faktor Sosial

a. Kelompok referensi

Kelompok referensi seseorang terdiri dari seluruh kelompok yang mempunyai pengaruh langsung maupun tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang.

b. Keluarga

Keluarga dapat dibedakan menjadi dua macam dalam kehidupan pembeli:

- Keluarga orientasi, yang merupakan orang tua seseorang. Dari orang tua lah seseorang mendapatkan pandangan tentang agama, politik, ekonomi, dan merasakan ambisi pribadi nilai atau harga diri dan cinta.
- Keluarga prokreasi, yaitu pasangan hidup, anak-anak seseorang keluarga merupakan organisasi pembeli dan konsumen yang paling penting dalam suatu masyarakat dan telah diteliti secara intensif.

c. Peran dan Status

Seseorang umumnya berpartisipasi dalam kelompok selama hidupnya (keluarga, perusahaan, organisasi, dan sebagainya).

### 3) Faktor-Faktor Pribadi

#### a. Umur dan tahapan dalam siklus hidup

Konsumsi seseorang juga dibentuk oleh tahapan siklus hidup keluarga. Beberapa penelitian telah mengidentifikasi tahapan-tahapan dalam siklus hidup psikologis

#### b. Pekerjaan

Setiap masing-masing pekerjaan yang dimiliki seseorang akan mempengaruhi perilaku mereka.

#### c. Keadaan ekonomi

Yang dimaksud dengan keadaan ekonomi seseorang adalah terdiri dari pendapatan yang dibelanjakan, tabungan dan hartanya, kemampuan untuk meminjam dan sikap terhadap pengeluaran.

#### d. Gaya hidup

Merupakan pola hidup yang diekspresikan oleh kegiatan, minat dan pendapat seseorang. Gaya hidup menggambarkan seseorang secara keseluruhan yang berinteraksi dengan lingkungan. Gaya hidup juga mencerminkan sesuatu di balik kelas sosial seseorang.

### 4) Kepribadian dan konsep diri

Adalah karakteristik psikologis yang berbeda dari setiap orang yang memandang responnya terhadap lingkungan yang bersifat konsisten.



## 5) Faktor-Faktor Psikologis

### a. Motivasi

Motivasi merupakan konsep yang kita gunakan untuk menggambarkan dorongan-dorongan yang timbul pada diri seorang individu yang menggerakkan dan mengarahkan perilaku.

### b. Persepsi

Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses di mana seseorang memilih, mengorganisasikan, mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti.

### c. Proses belajar

Proses belajar dapat dipandang sebagai proses di mana pengalaman menyebabkan perubahan dalam pengetahuan, sikap, dan atau perilaku

### d. Kepercayaan dan sikap

Kepercayaan adalah suatu gagasan deskriptif yang dimiliki seseorang terhadap sesuatu. Sedangkan sikap disebut sebagai konsep yang paling khusus dan sangat dibutuhkan dalam psikologis sosial kontemporer. Sikap juga merupakan salah satu konsep yang paling penting yang digunakan pemasar untuk memahami konsumen.

### 2.2.3 Pengertian Jasa

Jasa merupakan segala aktifitas atau manfaat yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun, menurut Kotler dan Amstrong (2001). Meskipun pembedaan antara barang dan jasa sukar dilakukan, karena pembelian

suatu produk seringkali disertai dengan jasa-jasa tertentu misalnya instalasi dan pembelian jasa seringkali pula meliputi barang-barang yang melengkapinya, namun kotler (2001) menyimpulkan bahwa produksi jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak.

### 2.2.3.1 Penggolongan Jasa

Jasa digolongkan ke dalam dua kategori secara umum:

a. Jasa industri (*industrial service*)

Jasa industri ini untuk organisasi dalam lingkup yang luas, termasuk di dalamnya antara lain industri pengolahan, pertambangan, pertanian, organisasi nirlaba, perbankan, dan sebagainya.

b. Jasa konsumen (*customer service*)

Jasa konsumen lebih banyak digunakan secara luas dalam masyarakat. Sebagaimana halnya dengan produk barang, jasa konsumsi dapat dibagi menjadi tiga golongan:

1) Jasa konvinien (*convinience service*)

Jasa konvinien adalah jasa konsumsi yang pembeliannya sering dan konsumen membelinya dengan usaha yang minimal (misalnya jasa transportasi angkutan kota, jasa reparasi).

2) Jasa shopping (*shopping service*)

Jasa shopping adalah jasa konsumsi yang dipilih konsumen sesudah mengadakan perbandingan kualitas, harga, dan reputasi (misalnya jasa rumah sakit).

3) Jasa spesial (*specialty service*).

Jasa spesial adalah jasa konsumsi di mana dalam pembeliannya konsumen harus melakukan usaha pembelian khusus dengan cara tertentu atau dengan pembayaran yang lebih besar (misalnya jasa pengacara, dan jasa akuntan).

### 2.2.3.2 Karakteristik jasa

Ada empat karakteristik pokok pada jasa yang dapat membedakannya dengan barang (Tjiptono, 1996), yaitu :

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa berbeda dengan barang-barang yang merupakan suatu objek, alat, atau benda; sedangkan jasa adalah sesuatu perbuatan, kinerja atau usaha. Apabila barang dapat dimiliki maka jasa sering kali tidak dapat disentuh atau tidak dapat diraba, dilihat, didengar, tetapi jasa hanya dapat dirasakan dan dikonsumsi, tetapi tidak dapat dimiliki. Meskipun sebagian besar jasa dapat berkaitan dengan produk fisik. Misalnya, mobil dalam jasa transportasi. Esensi dari apa yang dibeli pelanggan adalah *performance* yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lainnya.

2. *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan. Barang umumnya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi dan jasa di lain pihak biasanya dijual terlebih dahulu, kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara simultan. Interaksi antara penyedia jasa dengan nasabah merupakan ciri khusus pemasaran jasa.

## 2. *Variability* (bervariasi)

Jasa bersifat sangat fleksibel artinya tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu diberikan, sehingga jasa sangat bervariasi. Para pembeli jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi serta seringkali mereka meminta pendapat orang lain sebelum memutuskan untuk memilih.

## 3. *Perishability* (mudah lenyap)

Jasa merupakan komoditas tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Hal ini tidak menjadi masalah bila permintaannya tetap karena mudah untuk menyiapkan pelayanan untuk permintaan tersebut sebelumnya. Bila permintaan berfluktuasi, maka berbagai masalah muncul.

### **2.2.4 Kualitas Jasa**

#### **2.2.4.1 Pengertian kualitas Jasa**

Definisi kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof dalam Tjiptono (1996) mengungkapkan bahwa kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan dikendalikan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

#### **2.2.4.2 Dimensi Kualitas Jasa**

Ada lima dimensi karakteristik yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Kelima dimensi karakteristik kualitas pelayanan jasa tersebut adalah (Yamit, 2002) :

1. Bukti Langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi, misalnya kenyamanan ruang tunggu, teknologi yang sudah dimiliki, Kondisi gedung yang bersih.
2. Keandalan (*Reliability*), kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan, misalnya kecepatan karyawan dalam pelayanan, menangani masalah dengan segera.
3. Daya Tangap (*Responsiveness*), merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, misalnya ketersediaan membantu nasabah, pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit.
4. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan, misalnya karyawan yang profesional dibidangnya, nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi.
5. Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan, misalnya memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan nasabah, karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan.

#### **2.2.4.3 Model Kualitas Jasa**

tiga peneliti Amerika, Leonard L. Berry, A. Parasuraman, dan Valerie A. Zeithaml melakukan penelitian mengenai *customer-perceived quality*. Dalam

penelitian tersebut, mereka mengidentivikasi 5 gap yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa (Yazid, 2001) yaitu :

- a). Gap antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen.

Gap ini muncul sebagai akibat ketidaktahuan manajemen tentang kualitas jasa yang sebenarnya diharapkan konsumen. Selanjutnya ketidaktahuan ini membawa konsekuensi tidak baiknya desain dan standar jasa. Akhirnya, perusahaan tidak bisa menunjukkan kinerja seperti yang dijanjikan kepada konsumen.

- b). Gap antara persepsi manajemen tentang harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa.

Gap ini muncul karena para manajer menetapkan spesifikasi kualitas jasa berdasarkan apa yang mereka percayai sebagai sesuatu yang diinginkan konsumen. Padahal pendapat mereka tersebut belum tentu akurat. Akibatnya perusahaan jasa telah memfokuskan tekanan mereka kepada kualitas teknis, sementara pada kenyataannya hal yang dianggap lebih penting oleh konsumen adalah kualitas yang berkaitan dengan penyajian jasa.

- c). Gap antara spesifikasi kualitas jasa dengan jasa yang seharusnya disajikan.

Gap ini muncul utamanya pada jasa yang sistem penyampaiannya sangat bergantung pada karyawan. Persepsi yang akurat tentang harapan konsumen memang penting, tetapi belum cukup untuk menjamin kualitas penyajian jasa yang terbaik. Gap ini mengindikasikan perlunya ditetapkan desain dan standar jasa yang berorientasi kepada konsumen yang dibangun berdasarkan

kepada keperluan konsumen yang mudah dipahami dan diukur oleh konsumen itu sendiri.

- d). Gap antara penyampaian jasa aktual dengan komunikasi eksternal kepada konsumen.

Kegagalan dalam memenuhi jasa yang dijanjikan dengan yang seharusnya diberikan kepada konsumen akan memperlebar gap ini. Kegagalan pemenuhan janji dapat berupa: terlalu tingginya janji yang disampaikan, koordinasi yang kurang kuat antara bagian operasi dan bagian pemasaran, dan perbedaan dalam kebijakan dan prosedur.

- e). Gap antara jasa yang diharapkan dengan yang secara aktual diterima.

Gap ini mencerminkan perbedaan antara kinerja dengan persepsi yang dimiliki konsumen. Walaupun pada awalnya persepsi subyektif tentang kualitas antara yang dimiliki konsumen dan produsen jasa adalah sama, akan tetapi karena berbagai faktor yang muncul selama proses penyajian jasa berlangsung, maka pada akhir proses penyajian jasa persepsi konsumen dan produsen tentang kualitas jasa yang dimaksud bisa saja berbeda.

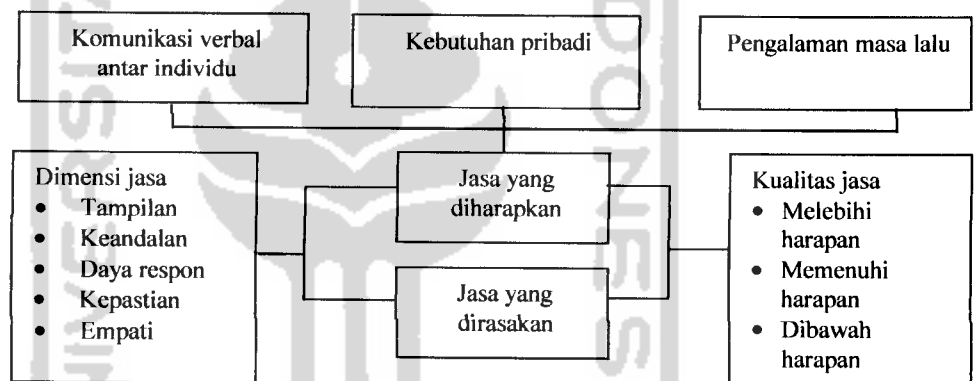
#### **2.2.4.4 Persepsi Kualitas Jasa**

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 2001). Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan, sehingga merekalah yang

seharusnya menentukan kualitas jasa persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa (Tjiptono,1996)

Menurut Fitzsimmons dan Mona J. Fitzsimmons, kemungkinan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan seperti ditunjukkan pada gambar 2.1

1. Jasa yang diharapkan melebihi harapan (*over expectation*)
2. Jasa yang dirasakan memenuhi harapan (*full expectation*)
3. Jasa yang dirasakan dibawah harapan (*under expectation*)



Gambar 2.1

Analisa Jasa yang Diharapkan oleh Pelanggan

#### 2.2.4.5 Harapan Pelanggan dan Kinerja

Dalam konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan, telah tercapai konsensus bahwa harapan pelanggan memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan. menurut Olson dan Dover dalam Tjiptono (1996), harapan pelanggan merupakan keyakinan



pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut.

Zeithaml (1993) dalam Tjiptono (1996) mengemukakan model konseptual mengenai harapan pelanggan terhadap jasa.

1. *Enduring Service Intensifiers*

factor ini merupakan factor yang bersifat stabil dan mendorong pelanggan untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap jasa. Factor ini meliputi harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi pribadi seseorang mengenai jasa.

2. *Personal Need*

kebutuhan yang dirasakan seseorang mendasar bagi kesejahteraannya juga sangat menentukan harapannya. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan fisik, social, dan psikologis.

3. *Transitory Service Intensifiers*

factor ini merupakan factor individual yang bersifat sementara yang meningkatkan sensitivitas pelanggan terhadap jasa.

4. *perceived service alternatives*

*Perceived Service Alternatives* merupakan persepsi pelanggan terhadap tingkat atau drajat pelayanan perusahaan lain yang sejenis. Jika konsumen memiliki alternative, maka harapannya terhadap suatu jasa cenderung akan semakin besar.

### *5. Self-Perceived Service Role*

factor ini adalah persepsi pelanggan tentang tingkat atau drajat keterlibatannya dalam mempengaruhi jasa yang diterimanya. Apabila konsumen terlibat dalam proses penyampaian jasa dan jasa yang terjadi ternyata tidak begitu baik, maka pelanggan tidak bisa menimpakan kisalahan sepenuhnya kepada pihak penyedia jasa.

### *6. Situational Factors*

factor situasional terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja jasa yang berada diluar kendali penyedia jasa. Misalnya pada awal bulan biasanya suatu bank ramai dipenuhi para nasabahnya dan ini menyebabkan seorang nasabah menjadi relative lama menunggu.

### *7. Explicit Service Promises*

factor ini merupakan pernyataan oleh organisasi tentang jasanya kepada pelanggan. Janji ini bisa berupa iklan, personal selling, perjanjian, atau komunikasi dengan karyawan organisasi tersebut.

### *8. Implicit Service Promises*

factor ini menyangkut petunjuk yang berkaitan dengan jasa, yang memberikan kesimpulan bagi pelanggan tentang jasa yang bagaimana yang seharusnya dan yang akan diberikan.

### 9. *Word-of-Mouth*

Word-of-mouth merupakan pernyataan yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi kepada pelanggan. *Word-of-Mouth* ini biasanya cepat diterima oleh pelanggan karena yang menyampaikannya adalah mereka yang dapat dipercayainya, seperti para pakar, teman, keluarga, dan publikasi media massa.

### 10. *Past Experience*

pengalaman masa lampau meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui pelanggan dari yang pernah diterimanya di masa lalu. Harapan pelanggan ini dari waktu ke waktu berkembang, seiring dengan semakin banyaknya informasi yang diterima pelanggan serta semakin bertambahnya pengalaman pelanggan.

Kinerja merupakan evaluasi konsumen setelah menggunakan produk barang/jasa. Kinerja jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Oleh karena itu bila pelanggan menganggap jasa yang diterimanya mempunyai kinerja yang baik, maka kualitas pelayanan jasa perusahaan tersebut dianggap baik.

Berbagai upaya yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kinerja perusahaan antara lain, Tjiptono (1996) :

- a. Menyempurnakan proses dan produk (jasa) melalui upaya perbaikan berkesinambungan dan *benchmarking*.
- b. Apabila perusahaan membutuhkan perubahan dan pembenahan yang bersifat fundamental, dramatis, dan radikal, maka perusahaan perlu

menerapkan *Business Process Reengineering (BPR)*. Melalui BPR diharapkan perusahaan mampu melayani konsumen lebih cepat, lebih efisien, lebih berkualitas.

- c. Melakukan pengukuran dan pemantauan kepuasan pelanggan secara berkesinambungan.
- d. Memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *salesmanship*, dan *public relations* kepada setiap jajaran manajemen dan karyawan.
- e. System penilaian kinerja, penghargaan, dan promosi karyawan didasarkan atas kontribusi mereka dalam usaha peningkatan kualitas, pencapaian *customer value* dan *customer satisfaction* secara berkelanjutan.
- f. Membentuk tim-tim kerja lintas fungsional, sehingga diharapkan wawasan dan pengalaman karyawan semakin besar, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kemampuannya dalam melayani pelanggan.
- g. Memberdayakan karyawannya sehingga mereka dapat mengambil keputusan tertentu yang berkaitan dengan tugasnya.

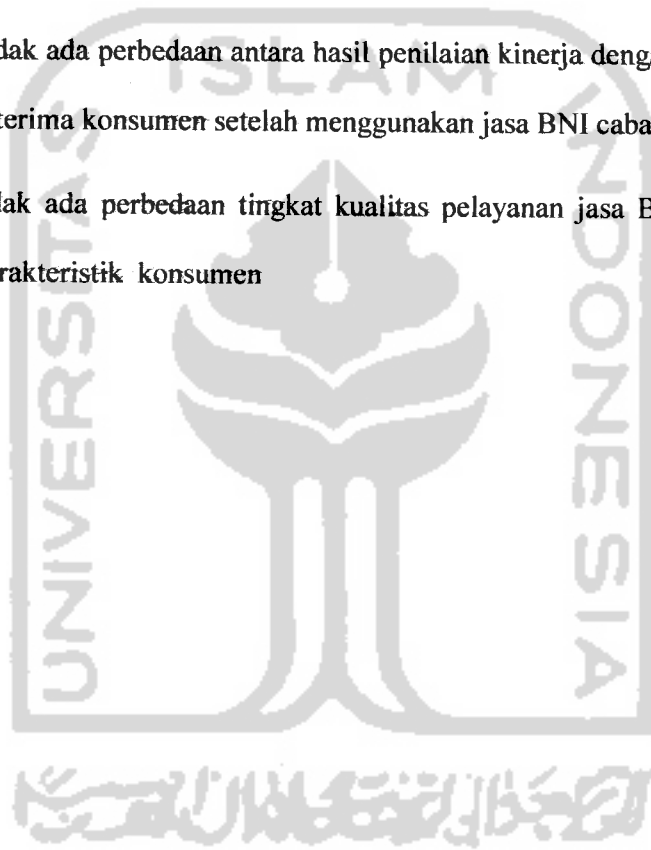
#### **2.2.5 Bank Umum**

Sesuai undang-undang Nomor 10 tahun 1998, Bank umum merupakan bank yang dalam melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Sifat jasa yang diberikan bersifat umum, dalam pengertian dapat memberikan semua jasa perbankan dan wilayah operasinya dapat dilakukan di seluruh wilayah.

### 2.3 Hipotesis

1. Tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dengan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa BNI cabang Purwokerto.
2. Tidak ada perbedaan tingkat kualitas pelayanan jasa BNI berdasarkan karakteristik konsumen



## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Kantor Cabang Purwokerto.

##### **3.1.1 Sejarah Berdirinya BNI**

Gagasan mendirikan bank BNI, dilandasi oleh pemikiran bahwa pada awal kemerdekaan, Indonesia tidak memiliki bank nasional sendiri. Pada awal 16 September 1945, pemerintah memberikan surat kuasa kepada R. M. Margono Djoyohadikoesoemo yang pada saat itu menjabat sebagai Ketua Dewan Pertimbangan Agung untuk mendirikan Bank Negara Indonesia. Pada tanggal 5 juli 1946 Bank Negara Indonesia resmi didirikan dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang No. 2/1946 tentang pembentukan Bank Negara Indonesia.

Peresmian Bank Negara Indonesia dilaksanakan di Yogyakarta pada HUT Proklamasi tanggal 17 Agustus 1946 oleh wakil presiden Mohammad Hatta, dan R. M. Margono Djoyohadikoesoemo sebagai Direktur Utama Bank Negara Indonesia. Modal pertama Bank Negara Indonesia ditetapkan sebesar sepuluh juta rupiah, serta BNI berfingsi sebagai Bank Sentral atau Bank Sirkulasi dan Bank Umum.

*Visi* BNI : Menjadi Bank kebanggaan nasional, yang menawarkan layanan terbaik dengan harga kompetitif kepada segmen pasar perusahaan, komersial, dan konsumen.

*Misi* BNI : Memaksimalkan pelaku bisnis utama dengan menyediakan solusi keuangan yang fokus pada segmen pasar perusahaan, komersial, dan konsumen.

*Values* : Kenyamanan dan kepuasan.

*Budaya Perusahaan* :

- BNI adalah bank umum berstatus perusahaan publik
- BNI berorientasi kepada pasar dan pembangunan nasional
- BNI secara terus-menerus membina hubungan yang saling menguntungkan dengan nasabah dan mitra usaha.
- BNI mengakui peranan dan menghargai kepentingan pegawai.
- BNI mengupayakan terciptanya semangat kebersamaan agar pegawai melaksanakan tugas dan kewajiban secara professional.

### 3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang meliputi:

- a. Keandalan (*reliability*).
- b. Ketanggapan (*responsiveness*).
- c. Keyakinan (*assurance*).
- d. Empati (*emphaty*).
- e. Bukti fisik,sarana dan prasarana (*tangible*)

### 3.3 Definisi Operasional Variabel

1. Kualitas pelayanan merupakan kinerja pelayanan jasa yang diberikan BNI sama dengan apa yang diharapkan konsumen.
2. Kinerja merupakan kenyataan yang diterima konsumen pada pelayanan BNI.
3. Harapan konsumen merupakan apa yang diinginkan konsumen ketika melakukan transaksi di BNI.
4. Definisi operasional variabel mengacu pada lima dimensi jasa :
  1. Pada penelitian ini, yang termasuk variabel *tangibles* adalah:
    - a. Kenyamanan ruang tunggu.

yang dimaksud dengan kenyamanan ruang tunggu adalah ruang tunggu yang tidak membosankan bagi nasabah, seperti ruang yang ber-AC, tersedianya televisi, koran, tempat duduk ruang tunggu yang nyaman.
    - b. Teknologi yang sudah dimiliki.

teknologi yang sudah dimiliki merupakan ketersediaan peralatan pendukung BNI dalam melakukan transaksi seperti tersedianya ATM, *internet banking*.
    - c. Kondisi gedung yang bersih.

kondisi gedung yang bersih misalnya adalah toilet yang bersih, tersedianya tempat sampah, ruang tunggu yang bersih dan tidak berdebu.



2. Pada penelitian ini, yang termasuk variabel *reliability* adalah:

a. Kecepatan karyawan dalam pelayanan.

yang dimaksud dengan kecepatan karyawan dalam pelayanan adalah kecepatan petugas dalam melayani nasabah, seperti kecepatan karyawan dalam melayani nasabah yang hendak membuka rekening.

b. Menangani masalah dengan segera.

yang dimaksud menangani masalah dengan segera adalah karyawan bank menangani masalah yang ada dengan segera, seperti karyawan tidak menunda-nunda dalam menangani ATM yang *offline*.

3. Pada penelitian ini, yang termasuk variabel *responsiveness* adalah:

a. Ketersediaan membantu nasabah.

yang dimaksud dengan ketersediaan membantu nasabah adalah karyawan dapat membantu nasabah yang kesulitan melakukan transaksi, seperti nasabah kesulitan dalam mengisi formulir transaksi.

b. Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit

yang dimaksud pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit adalah nasabah dalam melakukan transaksi tidak memerlukan birokrasi yang rumit.

4. Pada penelitian ini, yang termasuk variabel *assurance* adalah:

a. Karyawan yang profesional dibidangnya.

yang dimaksud karyawan yang profesional dibidangnya adalah karyawan yang bekerja sesuai dengan bidang keahliannya, seperti

karyawan ahli dalam bidang Pemasaran posisi yang ditempati bidang Pemasaran.

- b. Nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi.

yang dimaksud nasabah merasakan aman dalam melaksanakan transaksi adalah nasabah tidak merasa takut dalam melakukan transaksi di BNI, seperti tersedianya petugas jaga.

5. Pada penelitian ini, yang termasuk variabel *empathy* adalah:

- a. Memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan nasabah.

yang dimaksud dengan karyawan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan nasabah adalah karyawan bekerja dengan tidak membeda-bedakan nasabah yang melakukan transaksi dalam jumlah besar maupun kecil.

- b. Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan.

yang dimaksud karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan adalah karyawan melayani nasabah dengan tulus dan memberikan yang nasabah butuhkan.

### 3.4 Data dan Teknik Pengumpulan Data

Data yang akan diambil adalah data tentang persepsi konsumen mengenai harapan dan tingkat kinerja. Pertanyaan ini akan dijawab oleh responden yaitu pelanggan BNI cabang Purwokerto dengan memberikan kuesioner.

Bentuk kuisioner untuk mengumpulkan data adalah sebagai berikut :

### Bagian I

Bagian ini berisi tentang karakteristik konsumen yang dapat dijadikan untuk mengukur kualitas pelayanan jasa BNI berdasarkan karakteristik konsumen.

Adapun rincian dari karakteristik konsumen tersebut meliputi :

#### 1. Gender

Gender sering berpengaruh pada sikap seseorang terhadap objek.

- Laki-laki
- Perempuan

#### 2. Usia

Merupakan variabel social ekonomi yang sering kali digunakan sebagai barometer tingkat kematangan dalam berpikir atau menentukan pilihan.

- < 25 th
- 25 - 40 th
- >40 th

#### 3. Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan adalah jenjang pendidikan terakhir yang diselesaikan oleh responden.

- < SMP
- SMP - SLTA
- >SLTA

#### 4. Pendapatan

Pendapatan merupakan jumlah pendapatan perbulan atau pendapatan rata-rata pebulan yang dipeoleh responden.

- < Rp 1.000.000
- Rp1.000.000 - 5.000.000
- >Rp 5.000.000

#### 5. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan aktivitas utama yang dilakukan setiap hari oleh responden.

- Pelajar / Mahasiswa
- PNS/TNI/POLRI
- swasta /Wiraswasta

### Bagian II

Angket ini diedarkan dengan menggunakan model angket tertutup, artinya pada setiap pertanyaan yang diajukan diberikan skor 1 untuk nilai terendah dan skor 5 untuk nilai tertinggi sebagai alternatif jawaban dengan kriteria sangat perlu, perlu, cukup perlu, kurang perlu, tidak perlu. Pada angket ini berisi tentang variabel harapan dengan pertanyaan sebagai berikut :

- a. Kenyamanan ruang tunggu.
- b. teknologi yang sudah dimiliki
- c. kondisi gedung yang bersih
- d. kecepatan karyawan dalam pelayanan

- e. menangani masalah dengan segera
- f. ketersediaan membantu nasabah
- g. pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit
- h. karyawan yang professional dibidangnya
- i. nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi
- j. memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan nasabah
- k. karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan

### Bagian III

Pada angket ini berisi tentang variabel kinerja perusahaan, dengan pertanyaan yang meliputi variabel-variabel seperti pada kuisisioner bagian II.

Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner dengan dengan model tertutup, yang diukur dari bobot kepentingan dan kinerja perusahaan yang akan diukur dengan menggunakan skala *Likert*. Masing-masing pernyataan untuk mengetahui tingkat kepentingan diberikan alternatif jawaban sebagai berikut:

Penilaian untuk harapan konsumen adalah:

- Sangat Perlu            skor 5
- Perlu                    skor 4
- Cukup Perlu            skor 3
- Kurang Perlu            skor 2
- Tidak Perlu             skor 1

Sedangkan untuk kinerja yang dilakukan perusahaan adalah:

- Sangat Baik            skor 5
- Baik                    skor 4
- Cukup Baik            skor 3
- Kurang Baik           skor 2
- Tidak Baik            skor 1

Suatu alat ukur yang baik adalah jika memenuhi dua persyaratan yaitu valid dan reliabel. Yang dimaksud valid adalah sejauh mana alat pengukur benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan reliabel adalah bahwa alat ukur tersebut mempunyai keajegan atau konsistensi yang tinggi.

#### 3.4.1 Uji Validitas

Menurut Arikunto (2005), Validitas adalah “Suatu ukuran yang merupakan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen”. Instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas fungsi dan sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang hendak diukur, serta dapat mengungkapkan data dari variabel yang akan diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya Validitas Instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang. Teknik yang digunakan untuk uji validitas korelasi *Product Moment Pearson*. Secara Statistik, angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritik table korelasi nilai  $r$ . Untuk taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah responden sebanyak 30 orang maka angka kritiknya adalah 0,306.

### 3.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Arikunto (2005), reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat dipercaya dan diandalkan. Uji reliabilitas instrumen dicari dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach*.

$$r_{Ij} = \frac{K}{K-1} \left( 1 - \frac{\sum \sigma_b}{\sigma_t} \right)$$

Keterangan :

- $r_{Ij}$  = reliabilitas instrumen
- $K$  = banyaknya butir pertanyaan
- $\sigma_b$  = jumlah varians butir
- $\sigma_t$  = varians total

(Arikunto,2005)

Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten bila digunakan untuk mengukur obyek yang sama dengan alat ukur yang sama. Teknik yang digunakan untuk menilai reliabilitas adalah *Cronbachis Alpha*, dengan cara menyebar angket /kuesioner kepada para pelanggan. Suatu instrument dapat dikatakan reliabel (andal) apabila  $\alpha >$  dari 0,6 (Nunally dalam Ghozali 2001).

### 3.5 Populasi dan Sampel

#### 3.5.1 Populasi

Menurut Arikunto (2005), “populasi adalah keseluruhan subyek penelitian”.

Populasi pada penelitian ini adalah nasabah BNI cabang Purwokerto.

### 3.6.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diteliti dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi. Solvin dalam Rahayu (2005) menentukan ukuran sampel suatu populasi dengan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

dimana :

$n$  = Jumlah sampel

$N$  = Jumlah populasi

$e$  = Batas kelonggaran kesalahan yang digunakan (10%)

Berdasarkan data jumlah nasabah BNI cabang Purwokerto, jumlah populasi adalah 20.000 nasabah. Berdasarkan rumus diatas sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{20.000}{1 + 20.000 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = 99,50 \text{ dibulatkan } 100$$

Metode pengambilan sampel yang akan digunakan dengan metode *convenience sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasar anggota populasi yang mudah diakses untuk memperoleh informasi, sampel diperoleh dari nasabah yang melakukan transaksi di BNI cabang Purwokerto.



### 3.7. Alat Analisis

#### 3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan profil nasabah BNI Cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik responden. Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, Umur, pendidikan, pekerjaan, tingkat penghasilan.

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dapat diketahui penilaian responden terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan pada BNI Cabang Purwokerto yang terdiri dari tangibel, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berdasarkan tingkat harapan maupun kinerjanya. Melalui penilaian rata-rata sehingga diperoleh skor pada masing-masing variabel penelitian.

Untuk mengukur skor rata-rata digunakan rumus:

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$\bar{X}$  = skor rata-rata kinerja

$\bar{Y}$  = skor rata-rata harapan konsumen

#### 3.7.2 Uji beda Wilcoxon

Adalah perhitungan uji non parametric yang digunakan untuk membuktikan perbedaan dua sampel berhubungan. Dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui penilaian harapan konsumen terhadap kinerja pelayanan jasa yang diberikan BNI.

Prosedur pengujian hipotesis:

1. Mementukan hipotesis operasional

Ho : Tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dengan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa BNI cabang Purwokerto

Ha : Ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dengan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa BNI cabang Purwokerto

2. Menentukan criteria penerimaan dan penolakan hipotesis.

Dalam hipotesis penelitian ini dibatasi sampai taraf signifikan jika  $\alpha > 5\%$ .

ini berarti bahwa :

- Ho diterima atau Ha ditolak, jika  $\alpha > 0,05$
- Ho ditolak atau Ha diterima, jika  $\alpha < 0,05$

3. Perhitungan

Perhitungan dilakukan berdasarkan pada alat analisis uji beda Wilcoxon, sedangkan untuk memperoleh hasil perhitungan uji beda wilcoxon dengan menggunakan SPSS seri 11.

4. Pengambilan kesimpulan

Pengambilan kesimpulan berdasarkan pada prosedur 2 dan 3.

### 3.7.3 Analisis *Importance Performance*

Analisis ini berdasarkan hasil penelitian harapan konsumen dan hasil penelitian kinerja atau penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara harapan dan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor harapan. Semakin tinggi tingkat kesesuaian berarti semakin besar kualitas pelayanan.

Untuk mengukur tingkat kesesuaian ini digunakan rumus :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja (performan)

Yi = Skor harapan nasabah

### 3.7.4 Analisis Diagram Kartesius

Analisis Diagram Kartesius bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan pada BNI cabang Purwokerto. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada jasa tersebut. Langkah ini adalah menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian performance (kinerja) perusahaan dan penilaian Harapan. Sebagai sumbu X adalah Performance (kinerja) perusahaan dan sumbu Y adalah Harapan pelanggan.

Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua baris yang berpotongan tegak lurus pada titik  $(\bar{X}, \bar{Y})$ , dimana :

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

$\bar{X}$  = Skor rata-rata seluruh faktor tingkat kinerja BNI cabang Purwokerto

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata dari seluruh faktor harapan nasabah

K = banyaknya variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa

Y (Kepentingan/Harapan)

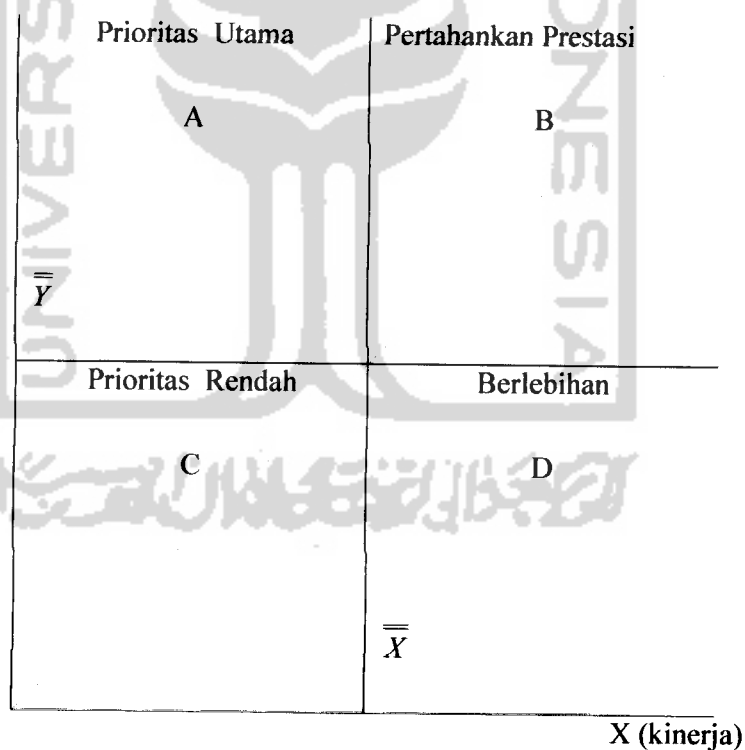


Diagram Kartesius

Gambar 3.1

Keterangan :

- A : menunjukkan variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan jasa, termasuk unsur-unsur yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakan sesuai harapan konsumen, sehingga mengecewakan.
- B : menunjukkan unsur jasa pokok telah berhasil dilaksanakan perusahaan, dan harus dipertahankan, dianggap kinerja perusahaan sesuai dengan harapan konsumen.
- C : menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, pelaksanaan oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting.
- D : menunjukkan atribut yang mempengaruhi konsumen kurang penting tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi pelayanan yang diberikan berlebihan.

### 3.7.5 Uji beda Kruskal-Wallis

Uji beda Kruskal-Wellis digunakan untuk menentukan adanya perbedaan kualitas pelayanan jasa yang dierikan BNI berdasarkan karakteristik konsumen, misalnya gender, usia, jenis pekerjaan, tingkat penghasilan.

Prosedur pengujian hipotesis :

1. Menentukan hipotesis operasional

Ho : Tidak ada perbedaan antara penilaian kualitas pelayanan jasa yang diterima konsumen berdasarkan karakteristik konsumen.

Ha : Ada perbedaan antara penilaian kualitas pelayanan jasa yang diterima konsumen berdasarkan karakteristik konsumen.

2. Menentukan criteria penerimaan dan penolakan hipotesis.

Dalam hipotesis penelitian ini dibatasi sampai taraf signifikan jika  $\alpha > 5\%$ .

ini berarti bahwa :

- Ho diterima atau Ha ditolak, jika  $\alpha > 0,05$
- Ho ditolak atau Ha diterima, jika  $\alpha < 0,05$

3. Perhitungan

Perhitungan dilakukan berdasarkan pada alat analisis uji beda kruskal-wallis, sedangkan untuk memperoleh hasil perhitungan uji beda kruskal-wallis dengan menggunakan SPSS seri 11.

4. Pengambilan kesimpulan

Pengambilan kesimpulan berdasarkan pada prosedur 2 dan 3.

## **BAB IV**

### **ANALISIS dan PEMBAHASAN**

Subyek penelitian ini adalah pelanggan pada BNI Cabang Purwokerto yaitu nasabah bank. Sedang obyek penelitiannya adalah kinerja, dan harapan nasabah pada BNI Cabang Purwokerto. Dengan cara ini pihak pada BNI Cabang Purwokerto dapat melihat komponen mana saja yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya sehingga sesuai dengan harapan nasabah. Sebelum dilakukan analisis, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui bahwa kuesioner telah dinyatakan valid dan reliabel.

#### **4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas**

##### **4.1.1. Uji Validitas**

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Instrumen pengukuran dikatakan memiliki validitas yang tinggi, apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur yang sesuai dengan maksud dilakukan pengukuran tersebut. Secara statistik, angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai  $r$ . Untuk taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang sebagai sampel penelitian maka angka kritiknya adalah 0,1654.

Hasil Uji Validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.1  
Hasil Uji Validitas

Harapan				Kinerja			
Butir	r xy	r tabel	Keterangan	Butir	r xy	r tabel	Keterangan
P1	0.4043	0.1654	Valid	P1	0.3026	0.1654	Valid
P2	0.3303	0.1654	Valid	P2	0.4418	0.1654	Valid
P3	0.4131	0.1654	Valid	P3	0.5533	0.1654	Valid
P4	0.5672	0.1654	Valid	P4	0.6165	0.1654	Valid
P5	0.4993	0.1654	Valid	P5	0.6310	0.1654	Valid
P6	0.4436	0.1654	Valid	P6	0.4970	0.1654	Valid
P7	0.4633	0.1654	Valid	P7	0.3399	0.1654	Valid
P8	0.3908	0.1654	Valid	P8	0.4400	0.1654	Valid
P9	0.3783	0.1654	Valid	P9	0.3551	0.1654	Valid
P10	0.3597	0.1654	Valid	P10	0.4347	0.1654	Valid
P11	0.4590	0.1654	Valid	P11	0.4134	0.1654	Valid

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang terdiri dari masing-masing 11 butir pada variabel kinerja, dan harapan dapat dinyatakan valid, karena r hitung (*Corrected Item Total Correlation*) lebih besar dari r tabel. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat

#### 4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten bila digunakan untuk mengukur obyek yang sama dengan alat ukur yang sama. Teknik yang digunakan untuk menilai reliabilitas adalah *Cronbachis Alpha*, dengan cara menyebarkan angket/kuesioner kepada para nasabah BNI Cabang Purwokerto. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan reliabel (andal), jika alpha lebih dari 0,60 (Nunally, dalam Ghazali : 2001)



Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.2  
Hasil Pengujian Reliabilitas

Penilaian	Koef. Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Harapan	0,7681	0.6	Handal
Kinerja	0,7991	0.6	Handal

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha baik pertanyaan kinerja maupun harapan seluruh dimensi lebih besar dari 0,6. Dengan mengacu pada pendapat diatas, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

#### 4.2 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan profil nasabah BNI Cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik responden. Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, Umur, pendidikan, pekerjaan, dan tingkat penghasilan. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 4.2.1 Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk dan jasa, hal ini berkaitan dengan tingkat harapan masing-masing jenis kelamin. Dari hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 4.3

Tabel 4.3  
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	55	55%
Perempuan	45	45%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 55 persen responden berjenis kelamin Laki-laki dan 45 persen responden berjenis kelamin Perempuan. Ditinjau dari besarnya persentase menunjukkan bahwa responden mayoritas adalah nasabah dengan jenis kelamin laki-laki. Hal ini disebabkan karena responden laki-laki cenderung yang dominan dalam mengambil keputusan di dalam rumah tangga dan responden laki-laki yang lebih banyak melakukan aktivitas di luar rumah. Sehingga penilaian kinerja dan harapan oleh mayoritas responden ini akan lebih *representatif* karena kelompok responden ini lebih mengerti tentang atribut-atribut produk BNI Cabang Purwokerto.

#### 4.2.2 Umur

Umur seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan penilaian nasabah karena pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan sehingga akan mempengaruhi kepuasan dalam memilih obyek. Tabel 4.4 menunjukkan usia responden.

Tabel 4.4  
Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
< 25 tahun	23	23%
25 - 40 tahun	49	49%
> 40 tahun	28	28%
Jumlah	100	100%

Dari data di atas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa di BNI Cabang Purwokerto mayoritas berusia antara 25 - 40 tahun, yaitu sebesar 49 persen (49 orang). Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu usia lebih dari 40 tahun sebesar 28 persen (28 orang), dan terakhir berusia kurang dari 25 tahun sebesar 23 persen (23 orang).

Kenyataan menunjukkan bahwa mayoritas nasabah BNI Cabang Purwokerto adalah berusia produktif yaitu antara 25 hingga 40 tahun. Hal ini disebabkan karena kelompok nasabah ini termasuk dalam kelompok yang memiliki tingkat aktivitas dan produktivitas yang tinggi, sehingga dalam melakukan bisnis ataupun pekerjaan responden ini sangat membutuhkan jasa perbankan yang aman, handal dan pelayanan yang berkualitas karena pelayanannya tidak berbelit-belit.

### 4.2.3 Pendidikan

Pendidikan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pemilihan nasabah pada jasa perbankan karena kemampuan berfikir akan mempengaruhi perilaku seseorang. Tabel 4.5 menunjukkan tingkat pendidikan responden.

Tabel 4.5  
Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
< SMP	3	3%
SMP - SLTA	61	61%
> SLTA	36	36%
Total	100	100%

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden mayoritas berpendidikan terakhir adalah lulus SLTP hingga Sekolah Lanjutan Tingkat Atas, yaitu sebesar 61 persen (61 orang). Distribusi tingkat pendidikan yang lain adalah berpendidikan terakhir lebih dari SLTA yaitu sebesar 36 persen (36 orang), dan berpendidikan terakhir kurang dari SLTP sebanyak 3 orang (3 persen).

Hasil ini menunjukkan bahwa nasabah yang menggunakan jasa di BNI Cabang Purwokerto merupakan responden yang telah memiliki tingkat pendidikan menengah keatas. Hal ini berarti penilaian yang diberikan oleh nasabah terhadap kualitas pelayanan BNI Cabang Purwokerto lebih representatif karena responden telah memiliki tingkat pendidikan yang tinggi.

#### 4.2.4 Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan faktor yang dapat menentukan nasabah dalam memilih BNI Cabang Purwokerto. Hal ini disebabkan karena jenis pekerjaan berhubungan langsung dengan tingkat harapan pada jenis pekerjaan yang ditekuninya. Tabel 4.6 menunjukkan pekerjaan responden.

Tabel 4.6  
Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/mahasiswa	15	15%
PNS/TNI/POLRI	24	24%
Swasta/Wiraswasta	61	61%
Jumlah	100	100%

Dari tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa jenis pekerjaan responden mayoritas adalah wiraswasta dan pegawai swasta, yaitu sebesar 61 persen (61 orang). Sedangkan distribusi tingkat pekerjaan yang lain yaitu PNS/TNI/ABRI sebesar 24 persen (24 orang), dan terakhir adalah pelajar dan mahasiswa yaitu sebesar 15 persen (15 orang).

Kenyataan ini berarti jenis pekerjaan nasabah yang menggunakan jasa di BNI Cabang Purwokerto adalah wiraswasta dan Pegawai Swasta. Hal ini disebabkan karena responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta adalah seorang bisnismen, yang cukup tinggi pergerakan/aliran uangnya, sehingga sangat membutuhkan jasa perbankan, baik untuk menyimpan uang maupun dana atau sebagai tempat transaksi yang paling aman. Selain itu responden terbanyak kedua adalah PNS hal ini disebabkan karena BNI merupakan bank

pemerintah sehingga sangat berkaitan dengan pegawai negeri sipil karena masih dalam lingkup pemerintah daerah.

#### 4.2.5 Tingkat Penghasilan

Tingkat penghasilan seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan pilihan nasabah dalam memilih jasa BNI Cabang Purwokerto. Responden yang berpendapatan rendah cenderung memilih jasa perbankan karena faktor bunga, sementara bagi responden yang berpendapatan tinggi cenderung mementingkan fasilitas sehingga memudahkan transaksi yang dilakukan. Tabel 4.7 menunjukkan distribusi tingkat pendapatan responden.

Tabel 4.7  
Klasifikasi Responden berdasarkan Tingkat Penghasilan

Tingkat Penghasilan	Jumlah	Persentase
< Rp.1.000.000	22	22%
Rp.1.000.000 - 5.000.000	58	58%
> Rp.5.000.000	20	20%
Jumlah	100	100%

Dari tabel 4.7 di atas menunjukkan bahwa tingkat penghasilan responden mayoritas adalah antara Rp.1.000.000 – 5.000.000 yaitu sebesar 58 persen (58 orang). Sedangkan distribusi tingkat penghasilan yang lain yaitu kurang dari Rp.1.000.000 yaitu sebesar 22 persen (22 orang), dan 20 persen (20 orang) berpenghasilan lebih dari Rp.5.000.000.

Mayoritas responden yang menggunakan jasa BNI Cabang Purwokerto adalah berpendapatan menengah keatas. Hal ini disebabkan

karena mayoritas responden yang menggunakan jasa pada BNI Cabang Purwokerto telah memiliki tingkat penghasilan tetap.

### 4.3 Analisis Mean Aritmatik

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dapat diketahui penilaian responden terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan pada BNI Cabang Purwokerto yang terdiri dari tangibel, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty berdasarkan tingkat harapan maupun kinerjanya. Melalui penilaian rata-rata sehingga diperoleh skor pada masing-masing variabel penelitian.

Dalam menentukan kriteria penilaian nasabah maka dapat dilakukan dengan interval sebagai berikut :

Skor persepsi terendah adalah : 1

Skor persepsi tertinggi adalah : 5

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Sehingga diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.8  
Kriteria Penilaian Kinerja dan Harapan pada kualitas pelayanan BNI Cabang Purwokerto

Rata-rata	Kriteria Presepsi
1,00 – 1,80	Sangat tidak baik / Sangat tidak perlu
1,81 – 2,60	Tidak baik / kurang perlu
2,61 – 3,40	Cukup Baik / Cukup perlu
3,41 – 4,20	Baik / perlu
4,21 - 5,00	Sangat baik / Sangat perlu

Hasil perhitungan rata-rata persepsi pada masing-masing atribut dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

**Tabel 4.9**  
**Rata-rata Persepsi Nasabah**

No. Item	Pernyataan	Rata-rata	
		Harapan	Kinerja
A.	TANGIBLES		
1	Kenyamanan Ruang tunggu	4.51	3.72
2	Teknologi yang sudah dimiliki	4.35	3.45
3	Kondisi gedung yang bersih	4.32	3.77
		<b>4.39</b>	<b>3.65</b>
B	RELIABILITY		
4	Kecepatan karyawan dalam pelayanan	4.54	4.03
5	Menangani masalah dengan segera	4.33	4.01
		<b>4.44</b>	<b>4.02</b>
C	RESPONSIVENESS		
6	Ketersediaan membantu nasabah	4.34	3.89
7	Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit	4.31	4.12
		<b>4.33</b>	<b>4.01</b>
D	ASSURANCE		
8	Karyawan yang profesional dibidangnya	4.36	3.88
9	Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi	4.21	3.85
		<b>4.29</b>	<b>3.87</b>
E	EMPATHY		
10	Memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah	3.86	3.99
11	Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan	3.86	3.98
		<b>3.86</b>	<b>3.99</b>

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa persepsi nasabah pada keseluruhan dimensi memiliki kinerja yang **baik**. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata persepsi yang seluruhnya berada pada interval 3,41 – 4,20. Sedangkan kinerja pada masing-masing dimensi, tertinggi terjadi pada dimensi reliability dengan persepsi sebesar 4,02 dalam kategori **baik**. Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh dimensi responsiveness dengan persepsi sebesar 4,01 (**baik**), dimensi empathy dengan rata-rata persepsi sebesar 3,99 (**baik**), dimensi assurance



dengan rata-rata persepsi sebesar 3,87 (**baik**), dan persepsi terendah terjadi pada dimensi tangibles dengan rata-rata persepsi 3,65 (**baik**).

Berdasarkan tingkat harapan menunjukkan bahwa harapan nasabah terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan di BNI Cabang Purwokerto adalah **sangat perlu** kecuali pada dimensi Emphaty yang berada pada kriteria tinggi. Harapan tertinggi nasabah terjadi pada dimensi reliability yaitu sebesar 4,44 yaitu pada kategori **sangat perlu**. Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh dimensi tangibles dengan harapan sebesar 4,39 (**sangat perlu**), dimensi responsiveness dengan rata-rata harapan sebesar 4,33 (**sangat perlu**), dimensi assurance dengan rata-rata harapan sebesar 4,29 (**sangat perlu**), dan harapan terendah terjadi pada dimensi empathy dengan rata-rata harapan 3,86(**perlu**).

Dengan demikian dari hasil analisis rata-rata diatas menunjukkan bahwa kinerja terhadap bank BNI Cabang Purwokerto adalah **baik**. Namun jika ditinjau dari tingkat harapan responden terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah **sangat perlu**, sehingga hal ini belum dapat dinyatakan bahwa harapan nasabah telah terpenuhi atas kinerja bank tersebut walaupun kinerjanya sudah baik. Untuk itu perlu dilakukan analisis kualitas pelayanan yaitu dengan melihat tingkat kesesuaian pada masing-masing dimensi serta analisis diagram kartesius untuk menentukan dimensi perlu diprioritaskan.

#### 4.4 Uji Beda Wilcoxon

Uji Wilcoxon Signed Rank Test digunakan untuk mengetahui perbedaan hasil penilaian kinerja dan harapan yang diberikan oleh nasabah BNI Cabang Purwokerto. Dalam analisis ini juga diketahui besarnya selisih antara harapan dan kinerja.

Dalam menentukan kriteria kualitas pelayanan maka dapat dilakukan dengan interval sebagai berikut :

Skor kualitas terendah adalah :  $1 - 5 = -4$

Skor kualitas tertinggi adalah :  $5 - 1 = 4$

$$\text{Interval} = \frac{8}{5} = 1.6$$

Sehingga diperoleh batasan kualitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10  
Kriteria Penilaian kualitas pelayanan BNI  
Cabang Purwokerto

Rata-rata	Kriteria pelayanan
-4 - (-2,4)	Sangat tidak berkualitas
-2,41 - (-0,8)	Tidak berkualitas
-0,81 - 0,8	Cukup berkualitas
0,81 - 2,4	berkualitas
2,41 - 4	Sangat berkualitas

Analisis selisih digunakan untuk mengetahui urutan kualitas pelayanan pada setiap atribut dapat dilihat dari selisih antara kinerja dan harapan. Berikut akan dijelaskan analisis selisih yaitu menjelaskan deskripsi data baik data harapan, kinerja karyawan maupun gap antara

kinerja dan harapan pada masing-masing atribut. Dari hasil perhitungan diperoleh hasil seperti ditampilkan pada tabel 4.11

**Tabel 4.11**  
**Hasil Pengujian Wicoxon Rank Test**

No. Item	Pernyataan	Rata-rata		Gap	Tingkat kesesuaian	Ranking	P value	Keterangan
		Harapan	Kinerja					
<b>A</b>	<b>Tangible</b>							
1	Kenyamanan Ruang tunggu	4.51	3.72	-0.79	82.5%	10	0.000	S
2	Teknologi yang sudah dimiliki	4.35	3.45	-0.90	79.3%	11	0.000	S
3	Kondisi gedung yang bersih	4.32	3.77	-0.55	87.3%	9	0.000	S
				<b>-0,75</b>	<b>83%</b>			
<b>B</b>	<b>Reability</b>							
4	Kecepatan karyawan dalam pelayanan	4.54	4.03	-0.51	88.8%	8	0.000	S
5	Menangani masalah dengan segera	4.33	4.01	-0.32	92.6%	4	0.005	S
				<b>-0,42</b>	<b>90.7%</b>			
<b>C</b>	<b>responsiveness</b>							
6	Ketersediaan membantu nasabah	4.34	3.89	-0.45	89.6%	6	0.000	S
7	Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit	4.31	4.12	-0.19	95.6%	3	0.047	S
				<b>-0,32</b>	<b>92.6%</b>			
<b>D</b>	<b>Assurance</b>							
8	Karyawan yang profesional dibidangnya	4.36	3.88	-0.48	89.0%	7	0.000	S
9	Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi	4.21	3.85	-0.36	91.4%	5	0.001	S
				<b>-0,42</b>	<b>90.2%</b>			
<b>E</b>	<b>Empathy</b>							
10	Memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah	3.86	3.99	0.13	103.4%	1	0.352	NS
11	Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan	3.86	3.98	0.12	103.1%	2	0.313	NS
				<b>0,13</b>	<b>103.2%</b>			
	Rata-rata Total	4.27	3.88	<b>-0.39</b>			0,000	S

#### 4.4.1 Dimensi Tangible

Berdasarkan tabel di atas pada pertanyaan kenyamanan ruang tunggu memiliki gap -0,79 (cukup berkualitas), hal ini berarti Kenyamanan ruang tunggu yang ada harus diperbaiki karena baru berada pada interval cukup

berkualitas yaitu dengan meningkatkan kenyamanan ruang tunggu misalnya menambah tempat duduk untuk nasabah yang mengantri, ruang tunggu yang ber-AC sehingga nasabah merasakan nyaman untuk melakukan transaksi.

Pada pertanyaan teknologi yang sudah dimiliki memiliki gap  $-0,90$  (tidak berkualitas), hal ini berarti teknologi yang dimiliki BNI tidak berkualitas, pihak manajemen harus memperbaiki teknologi yang dimiliki misalnya dengan menambah jumlah ATM, membuat *internet banking*, hal ini dilakukan agar nasabah merasakan kemudahan dalam melakukan transaksi.

Pada pertanyaan kondisi gedung yang bersih memiliki gap  $-0,55$  (cukup berkualitas), hal ini berarti kondisi kebersihan gedung cukup berkualitas. Hal ini berarti Kondisi gedung BNI harus lebih dirawat misalnya dengan selalu menjaga kebersihan ruang tunggu agar tidak berdebu, membersihkan toilet secara berkala.

Berdasarkan tabel di atas bahwa dimensi tangible rata-rata memiliki gap  $(-0,75)$ , Hal ini berarti kualitas pelayanan jasa BNI pada dimensi tangible cukup berkualitas, karena berada pada interval  $(-0,81) - 0,8$ .

#### **4.4.2 Dimensi Reliability**

Berdasarkan tabel di atas pada pertanyaan kecepatan karyawan dalam pelayanan memiliki gap  $-0,51$  (cukup berkualitas), hal ini berarti kecepatan karyawan dalam melakukan pelayanan cukup berkualitas. Hal ini dapat

diperbaiki misalnya dengan menambah jumlah teller agar nasabah tidak terlalu lama mengantri.

Pada pertanyaan menangani masalah dengan segera memiliki gap  $-0,32$  (cukup berkualitas), hal ini berarti karyawan dalam menangani masalah dengan segera cukup berkualitas. Pihak manajemen dapat memperbaiki kualitas misalnya dengan tidak menunda-nunda dalam menangani ATM yang *off line*.

Berdasarkan tabel di atas bahwa dimensi Reliability rata-rata memiliki gap  $(-0,42)$ , Hal ini berarti kualitas pelayanan jasa BNI pada dimensi Reliability cukup berkualitas, karena berada pada interval  $(-0,81) - 0,8$ .

#### **4.4.3 Dimensi Responsiveness**

Pada pertanyaan ketersediaan membantu nasabah memiliki gap  $-0,45$  (cukup berkualitas), hal ini berarti ketersediaan karyawan untuk membantu nasabah cukup berkualitas. Hal ini dapat diperbaiki misalnya dengan karyawan membantu nasabah yang mengalami kesulitan untuk mengisi formulir transaksi.

Pada pertanyaan pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit memiliki gap  $-0,19$  (cukup berkualitas), hal ini berarti pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit cukup berkualitas. Pihak manajemen seharusnya memberikan kemudahan kepada nasabah untuk melakukan transaksi misalnya dengan tidak memerlukan birokrasi yang rumit untuk melakukan transaksi.

Berdasarkan tabel di atas bahwa Dimensi Responsiveness rata-rata memiliki gap (-0,32), Hal ini berarti kualitas pelayanan jasa BNI pada Dimensi Responsiveness cukup berkualitas, karena berada pada interval (-0,81) – 0,8.

#### **4.4.4 Dimensi Assurance**

Pada pertanyaan karyawan yang profesional dibidangnya memiliki gap -0,48 (cukup berkualitas), hal ini berarti karyawan BNI yang profesional dibidangnya cukup berkualitas. Untuk meningkatkan profesionalitas karyawannya pihak BNI dapat melakukan pelatihan kepada karyawannya.

Pada pertanyaan nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi memiliki gap -0,36 (cukup berkualitas), hal ini berarti keamanan nasabah dalam melakukan transaksi cukup berkualitas.

Berdasarkan tabel di atas bahwa Dimensi Assurance rata-rata memiliki gap (-0,42), Hal ini berarti kualitas pelayanan jasa BNI pada Dimensi Assurance cukup berkualitas, karena berada pada interval (-0,81) – 0,8.

#### **4.4.5 Dimensi Empathy**

Pada pertanyaan memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan nasabah memiliki gap 0,13 (cukup berkualitas), hal ini berarti karyawan melayani nasabah tanpa melihat status maupun kedudukan nasabah cukup berkualitas.

Pada pertanyaan karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan memiliki gap 0,12 (cukup berkualitas), hal ini berarti karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan cukup berkualitas.

Berdasarkan tabel di atas bahwa Dimensi Empathy rata-rata memiliki gap 0,13. Hal ini berarti kualitas pelayanan jasa BNI pada Dimensi Empathy cukup berkualitas, karena berada pada interval  $(-0,81) - 0,8$ .

Dari tabel 4.11 dapat diketahui bahwa penilaian responden dari kualitas pelayanan kinerja, atribut pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit merupakan atribut yang dinilai paling tinggi oleh responden dengan skor 4,12 artinya bahwa pelayanan transaksi telah dapat diterima oleh sebagian besar nasabah, karena pelayanannya tidak berbelit-belit. Sedangkan dari harapan responden atribut kecepatan karyawan dalam pelayanan mempunyai nilai yang paling tinggi yaitu sebesar 4,54 artinya bahwa mayoritas harapan nasabah terhadap kecepatan dalam pelayanan adalah sangat tinggi, hal ini disebabkan karena sebagian besar nasabah merupakan kelompok eksekutif muda, dan wiraswasta yang berhasil sehingga membutuhkan pelayanan karyawan yang cepat. Hal ini terlihat dari rata-rata skor atas atribut tersebut yang nilainya paling tinggi diantara atribut yang lain. Sedangkan ditinjau dari besarnya gap, atribut memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial mempunyai nilai gap terbesar yaitu sebesar 0,13, artinya kualitas pelayanan yang diperoleh nasabah tertinggi dirasakan pada atribut pelayanan yang tidak memandang status sosial. Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh atribut karyawan yang sopan dan ramah, pelayanan tidak berbelit-belit, menangani masalah dengan segera, aman dalam transaksi, ketersediaan membantu nasabah, karyawan yang

profesional, kecepatan dalam pelayanan, kondisi gedung dan kenyamanan ruang tunggu, teknologi,. Kenyataan ini membuktikan bahwa atribut pelayanan yang paling baik dimiliki oleh BNI Cabang Purwokerto adalah pelayanan tanpa melihat status sosial, dan yang paling buruk adalah teknologi yang sudah dimiliki.

Berdasarkan hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa secara keseluruhan terjadi perbedaan yang signifikan persepsi antara kinerja dengan harapan konsumen terhadap kualitas jasa pada BNI Cabang Purwokerto. Hal ini ditunjukkan dengan nilai probabilitas sebesar 0,000 yang nilainya dibawah 0,05. Sedangkan uji perbedaan Wilcoxon pada masing-masing atribut menunjukkan bahwa hampir seluruh atribut signifikan kecuali pada atribut memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial dengan probabilitas 0,352 dan karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan dengan probabilitas 0,313. Dengan demikian kedua atribut tersebut telah sesuai dengan harapan bagi nasabah karena tidak terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan konsumen.

#### **4.5 Analisis *Importance Performance***

Analisis ini berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan hasil penelitian kinerja atau penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor



harapan. Semakin tinggi tingkat kesesuaian berarti semakin besar kualitas pelayanan.

Untuk mengukur tingkat kesesuaian ini digunakan rumus :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja (performan)

Yi = Skor Harapan nasabah

Sebagai contoh pada item pertanyaan kebersihan gedung dan kerapian karyawan BNI Cabang Purwokerto dengan skor kinerja (Xi) = 3,72 dan skor harapan (Yi) sebesar 4,41 maka besarnya tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100\% = \frac{3,72}{4,51} \times 100\% = 82,5\%$$

Begitu juga perhitungan untuk item-item yang lain dapat dilakukan dengan cara yang sama seperti pada lampiran. Hasil selengkapnya tingkat kesesuaian dapat dilihat pada tabel 4.11.

#### 4.5.1 Dimensi Tangible

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa skor kinerja untuk item pertanyaan Kenyamanan ruang tunggu adalah sebesar 3,72 dan skor harapan adalah sebesar 4,51 dengan tingkat kesesuaian sebesar 82,5%. Hal

ini berarti harapan nasabah akan pertanyaan Kenyamanan ruang tunggu baru sebesar 82,5% terpenuhi.

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa skor kinerja untuk item pertanyaan Teknologi yang sudah dimiliki adalah sebesar 3,45 dan skor harapan adalah sebesar 4,35 dengan tingkat kesesuaian sebesar 79,3%. Hal ini berarti harapan nasabah akan pertanyaan teknologi yang sudah dimiliki baru sebesar 79,3% terpenuhi.

Skor kinerja untuk item pertanyaan Kondisi gedung yang bersih adalah sebesar 3,77 dan skor harapan adalah sebesar 4,32 dengan tingkat kesesuaian sebesar 87,3%. Hal ini berarti harapan nasabah tentang kondisi gedung BNI Cabang Purwokerto baru sebesar 87,3% terpenuhi.

Hasil analisis tingkat kesesuaian diatas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi Tangible belum sesuai dengan harapan nasabah. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi Tangible masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 83%, dimana nilai tersebut masih dibawah 100%.

#### **4.5.2 Dimensi Reliability**

Skor kinerja untuk item pertanyaan Kecepatan karyawan dalam pelayanan adalah sebesar 4,03 dan skor harapan adalah sebesar 4,54 dengan tingkat kesesuaian sebesar 88,8%. Hal ini berarti harapan nasabah tentang Kecepatan karyawan dalam pelayanan baru sebesar 88,8% terpenuhi.

Skor kinerja untuk item pertanyaan Menangani masalah dengan segera adalah sebesar 4,01 dan skor harapan adalah sebesar 4,33 dengan tingkat kesesuaian sebesar 90,7%. Hal ini berarti harapan nasabah tentang Menangani masalah dengan segera baru terpenuhi sebesar 92,6%.

Hasil analisis tingkat kesesuaian diatas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi Reliability belum memenuhi harapan nasabah. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi Reliability masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 90,7% , dimana nilai tersebut masih dibawah 100%.

#### **4.5.3 Dimensi Responsiveness**

Skor kinerja untuk item pertanyaan Ketersediaan membantu nasabah adalah sebesar 3,89 dan skor harapan adalah sebesar 4,34 dengan tingkat kesesuaian sebesar 89,6%. Hal ini berarti harapan nasabah tentang Ketersediaan membantu nasabah baru terpenuhi sebesar 89,6%.

Skor kinerja untuk item pertanyaan Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit adalah sebesar 4,12 dan skor harapan adalah sebesar 4,31 dengan tingkat kesesuaian sebesar 95,6%. Hal ini berarti harapan nasabah tentang Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit baru terpenuhi sebesar 95,6%.

Hasil analisis tingkat kesesuaian diatas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi Responsiveness belum memenuhi harapan nasabah. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada

dimensi Responsiveness masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 92,6% , dimana nilai tersebut masih dibawah 100%.

#### **4.5.4 Dimensi Assurance**

Skor kinerja untuk item pertanyaan Karyawan yang profesional di bidangnya adalah sebesar 3,38 dan skor harapan adalah sebesar 4,36 dengan tingkat kesesuaian sebesar 89%. Hal ini berarti harapan nasabah tentang Karyawan yang profesional di bidangnya baru sebesar 98,2% terpenuhi.

Skor kinerja untuk item pertanyaan Nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi adalah sebesar 3,85 dan skor harapan adalah sebesar 4,21 dengan tingkat kesesuaian sebesar 91,4%. Hal ini berarti harapan nasabah tentang Nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi baru sebesar 90,2% terpenuhi.

Hasil analisis tingkat kesesuaian diatas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar kualitas pelayanan pada dimensi Assurance belum memenuhi harapan nasabah. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi Assurance masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 90,2%, dimana nilai tersebut masih dibawah 100%.

#### **4.5.5 Dimensi Empathy**

Skor kinerja untuk item pertanyaan Memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah adalah sebesar 3,99 dan skor harapan adalah sebesar 3,86 dengan tingkat kesesuaian sebesar 103,4%. Hal ini berarti harapan nasabah tentang Memberikan pelayanan

tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah sudah terpenuhi sebesar 103,4%. Artinya kinerja pelayanan BNI telah memenuhi harapan nasabah pada variabel karyawan BNI memberikan pelayanan tanpa melihat status.

Skor kinerja untuk item pertanyaan Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan adalah sebesar 3,98 dan skor harapan adalah sebesar 3,86 dengan tingkat kesesuaian sebesar 103,1%. Hal ini berarti harapan nasabah tentang Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan sudah terpenuhi sebesar 103,1%. Artinya kinerja pelayanan BNI telah memenuhi harapan nasabah pada variabel Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan

Hasil analisis tingkat kesesuaian diatas maka dapat diketahui bahwa seluruh kualitas pelayanan pada dimensi empathy telah memenuhi harapan nasabah. Hal ini disebabkan karena seluruh item pada dimensi empati masih memiliki tingkat kesesuaian rata-rata sebesar 103,2% , dimana nilai tersebut masih diatas 100%.

#### **4.6 Analisis Diagram Kartesius**

Analisis Diagram Kartesius bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada kualitas pelayanan pada BNI Cabang Purwokerto. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada jasa tersebut. Langkah ini adalah menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian performance (kinerja) perusahaan dan

penilaian Harapan. Sebagai sumbu X adalah Performance (Kinerja) perusahaan dan sumbu Y adalah Harapan pelanggan.

Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua baris yang berpotongan tegak lurus pada titik  $(\bar{X}, \bar{Y})$ , dimana :

$\bar{X}$  = Skor rata-rata seluruh faktor tingkat kinerja BNI Cabang Purwokerto

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata dari seluruh faktor harapan nasabah

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

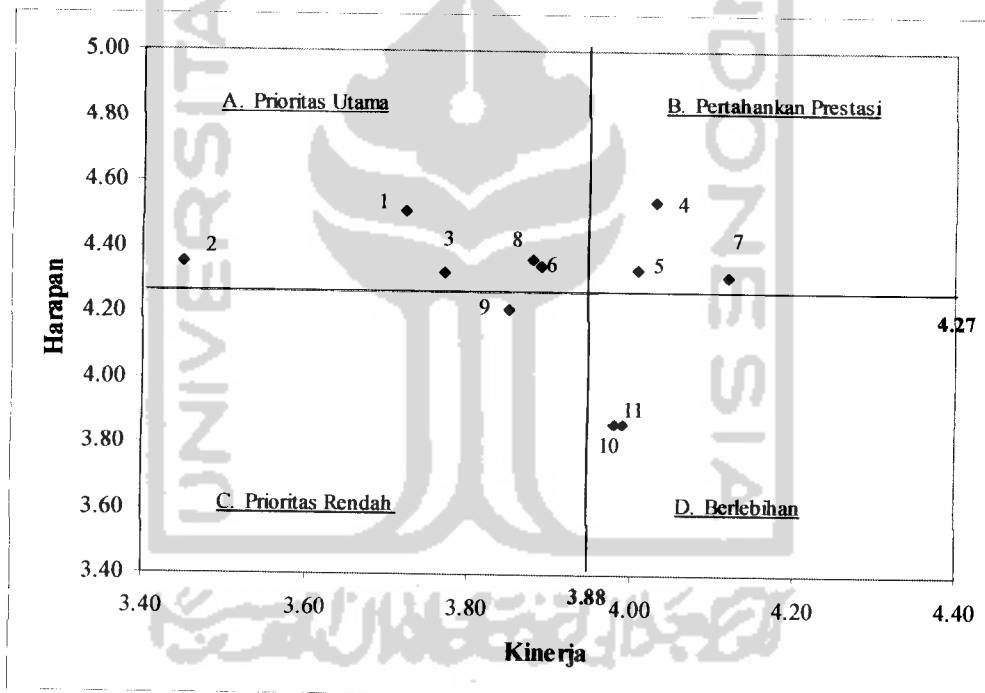
Sehingga dapat ditentukan besarnya skor rata-rata tersebut sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{3,72+3,45+3,77+ \dots + 3,98}{11} = 3,88$$

$$\bar{Y} = \frac{4,51+4,35+4,32+ \dots + 3,86}{11} = 4,27$$

Berdasarkan tabel 4.11 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 3,88 dan rata-rata nilai harapan adalah sebesar 4,27. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan nilai rata-rata harapan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y. Dalam menggambarkan diagram kartesius akan terbagi kedalam 4 kuadran. Kuadran A yaitu untuk item yang nilai kinerja kurang dari 3,88 dan nilai harapannya diatas

4,27. Untuk Kuadran B, yaitu item-item yang memiliki nilai kinerja diatas 3,88 dan nilai harapannya diatas 4,27. Untuk kuadran C yaitu item yang memiliki nilai kinerja kurang dari 3,88 dan nilai harapannya kurang dari 4,27. Sedangkan pada kuadran D berisi item-item yang memiliki nilai kinerja lebih dari 3,88 tetapi nilai harapannya kurang dari 4,27. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.8 diatas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



**Gambar 4.1**  
**Diagram Kartesius kualitas pelayanan pada BNI Cabang Purwokerto**

Berdasarkan gambar 4.1 diatas menunjukkan beberapa dimensi berada pada kuadran yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 4.6.1 Kuadran A

Variabel yang berada pada kuadran A artinya variabel ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat harapan nasabah cukup tinggi. Variabel-variabel ini penanganannya perlu diprioritasnya oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh nasabah, sedangkan kinerjanya masih belum sesuai dengan harapan nasabah.

Untuk kasus diatas variabel-variabel yang ada dalam kuadran A adalah :

- a) Variabel 1 yaitu Kenyamanan ruang tunggu
- b) Variabel 2 yaitu Teknologi yang sudah dimiliki
- c) Variabel 3 yaitu Kondisi gedung yang bersih
- d) Variabel 6 yaitu Ketersediaan membantu nasabah.
- e) Variabel 8 yaitu Karyawan yang profesional di bidangnya.

Dengan demikian pihak pada BNI Cabang Purwokerto harus memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau performance pada kelima variabel ini yaitu dengan cara meningkatkan dimensi Tangible seperti Kenyamanan ruang tunggu misalnya menyediakan kursi yang cukup bagi nasabah, ruang tunggu ber-AC, agar nasabah merasakan nyaman untuk menunggu antrian melakukan transaksi, menjaga kondisi gedung agar tetap bersih dan meningkatkan teknologi perbankan yang canggih. Begitu juga dengan peningkatan sumber daya manusia harus ditingkatkan melalui ketrampilan karyawannya sehingga karyawan memiliki kemampuan dalam bekerja secara efisien dan tanggap terhadap masalah yang timbul serta



meningkatkan ketrampilan karyawan sehingga terkesan sebagai karyawan yang profesional. Selain itu pihak bank harus dapat memberikan penyelesaian yang baik ketika terjadi keluhan nasabah, baik karena kesalahpahaman, atau memang kesalahan yang diberikan oleh karyawan bank kepada nasabah.

#### **4.6.2 Kuadran B**

Variabel yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat harapan yang tinggi dengan performance yang tinggi pula. Variabel-variabel yang ada dalam kuadran B ini adalah :

- a) Variabel 4 yaitu Kecepatan karyawan dalam pelayanan.
- b) Variabel 5 yaitu Menangani masalah dengan segera.
- c) Variabel 7 yaitu Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit.

Dengan demikian perusahaan harus dapat mempertahankan ketiga variabel diatas yang telah dinilai sebagai pelayanan yang telah memenuhi harapan nasabah. Hal ini memang telah dilakukan oleh pihak BNI Cabang Purwokerto dimana perusahaan mengedepankan tingkat keandalan seperti kecepatan proses transaksi yang cepat, dan mampu menangani masalah dengan segera. Selain itu pihak manajemen bank juga telah memberikan daya tanggap yang bagus seperti memberikan pelayanan yang tidak berbelit-belit.

#### **4.6.3 Kuadran C**

Variabel yang berada pada kuadran C adalah variabel yang memiliki tingkat harapan dan kinerja relatif rendah. Walaupun tingkat harapan

nasabah rendah namun kinerja yang rendah dapat menimbulkan kekecewaan nasabah terhadap pelayanan pada BNI Cabang Purwokerto.

Variabel yang ada pada kuadran ini adalah :

- a) Variabel 9 yaitu Nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi.

Dengan demikian perusahaan harus memberikan perhatian dan penanganan dalam hal tingkat keamanan nasabah. Banyaknya kasus perampokan nasabah Bank akhir-akhir ini telah menunjukkan bahwa tingkat keamanan nasabah kurang diperhatikan oleh pihak bank. Langkah ini dapat dilakukan dengan bekerjasama dengan pihak kepolisian dalam memberikan keamanan kepada nasabah bank, terutama nasabah yang melakukan transaksi yang cukup besar.

#### **4.6.4 Kuadran D**

Variabel yang berada pada kuadran D adalah variabel yang memiliki kinerja yang menurut pelanggan sangat baik, tetapi variabel ini memiliki tingkat harapan yang tidak begitu tinggi. Variabel yang ada dalam kuadran ini adalah :

- a. Variabel 10 yaitu Memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah
- b. Variabel 11 yaitu Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan.

Dengan demikian pihak Bank harus mempertimbangkan kembali kedua variabel diatas karena dirasakan terlalu berlebihan. Sebaiknya kinerja

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

#### 4.7 Analisis Kruskal Wallis

Hipotesis kedua penelitian menyatakan tidak terdapat perbedaan kualitas pelayanan jasa BNI Cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik konsumen. Untuk menjawab hipotesis penelitian ini digunakan alat analisis yaitu uji *Kruskal Wallis Test*. Keputusan dalam menerima atau menolak  $H_0$  dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan batas tingkat signifikansi ( $\alpha = 0,05$ ). Jika probabilitas kesalahan lebih besar dari 0,05 maka  $H_0$  diterima dan jika probabilitas kurang dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak yang artinya terdapat perbedaan tingkat kualitas pelayanan berdasarkan karakteristik responden. Hasil analisis *Kruskal Wallis* dapat ditunjukkan pada Tabel 4.12.

Tabel 4.12

### Hasil Uji Kruskal Wallis Pada Tingkat Kualitas Pelayanan Jasa BNI Cabang Purwokerto Berdasarkan Karakteristik Responden

Atribut	Jenis Kelamin			Usia			Pendidikan Terakhir			Pekerjaan			Penghasilan					
	Pria	Wanita <sup>a</sup>	Sig	< 25 th	25 - 40 th	> 40 th	<SMP	SMP-SMA	>SMA	Mhs	PNS	Swasta	< 1jt	1-5 jt	> 5 jt	Sig		
Ruang tunggu	-0.78	-0.80	NS	-0.57	-0.94	-0.71	-1.33	-0.72	-0.86	NS	-0.40	-0.75	-0.90	NS	-0.73	-0.71	-1.10	NS
Teknologi	-0.80	-1.02	NS	-1.09	-0.76	-1.00	-1.00	-1.03	-0.67	NS	-1.47	-1.33	-0.59	S	-0.82	-0.95	-0.85	NS
Kondisi gedung	-0.55	-0.56	NS	-0.74	-0.55	-0.39	-0.33	-0.51	-0.64	NS	-0.80	-0.88	-0.36	S	-0.55	-0.57	-0.50	NS
Kecelakaan pelayanan	-0.51	-0.51	NS	-0.57	-0.49	-0.50	-0.67	-0.54	-0.44	NS	-0.67	-0.79	-0.36	NS	-0.36	-0.62	-0.35	NS
Menangani masalah	-0.35	-0.29	NS	-0.52	-0.31	-0.18	0.00	-0.34	-0.31	NS	-0.73	-0.54	-0.13	NS	-0.45	-0.24	-0.40	NS
membantu nasabah	-0.44	-0.47	NS	-0.70	-0.31	-0.50	-0.33	-0.43	-0.50	NS	-0.73	-0.38	-0.41	NS	-0.41	-0.43	-0.55	NS
transaksi yang tidak berbeli-belit	-0.22	-0.16	NS	-0.22	-0.18	-0.18	0.00	-0.25	-0.11	NS	-0.33	-0.21	-0.15	NS	-0.09	-0.29	0.00	NS
Karyawan profesional	-0.51	-0.44	NS	-0.65	-0.39	-0.50	0.33	-0.69	-0.19	S	-0.80	-0.71	-0.31	NS	-0.55	-0.55	-0.20	NS
Kemudahan transaksi	-0.24	-0.51	NS	-0.22	-0.43	-0.36	0.33	-0.44	-0.28	NS	-0.20	-0.50	-0.34	NS	-0.32	-0.45	-0.15	NS
Pelayanan tanpa melihat status sosial	0.38	-0.18	S	0.35	0.04	0.11	0.33	0.10	0.17	NS	0.27	0.25	0.05	NS	0.09	0.14	0.15	NS
Karyawan ramah dan sopan	0.33	-0.13	NS	0.17	0.14	0.04	0.00	0.21	-0.03	NS	0.13	-0.08	0.20	NS	0.23	0.05	0.20	NS

#### 4.7.1 Perbedaan Kualitas Pelayanan Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test dapat ditunjukkan pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa kelompok konsumen jasa BNI Cabang Purwokerto; menunjukkan bahwa kelompok pria mempunyai penilaian Gap yang paling baik pada atribut penilaian tanpa melihat status sosial dengan rata-rata Gap sebesar 0,38 dan penilaian terendah pada atribut teknologi dengan gap sebesar -0,80. Sehingga kecenderungan pada pria dalam memutuskan untuk menjadi nasabah BNI Cabang Purwokerto karena pelayannya tanpa melihat status sosial.

Sedangkan responden wanita atribut karyawan yang ramah dan sopan merupakan atribut yang paling baik dinilai oleh responden ini dengan gap tertinggi yaitu -0,13. Sedangkan atribut yang dinilai paling rendah oleh konsumen dengan nilai gap terkecil yaitu pada atribut ruang tunggu dengan nilai rata-rata Gap -0,80.

Dari hasil Uji signifikansi menunjukkan bahwa atribut pelayanan tanpa memandang status sosial terjadi perbedaan penilaian yang signifikan, sedangkan untuk atribut yang lain tidak menunjukkan perbedaan penilaian yang signifikan berdasarkan jenis kelamin. Hal ini berarti pria memberikan penilaian yang berbeda dengan wanita pada atribut pelayanan yang tidak memandang status sosial, dimana penilaian pria lebih positif dibandingkan dengan penilaian wanita yang negatif terhadap atribut pelayanan yang tidak memandang status sosial.

Pria lebih positif dibandingkan dengan penilaian wanita dikarenakan pria menganggap pelayanan karyawan yang tidak melihat status telah sesuai dengan harapan nasabah sedangkan untuk wanita menganggap pelayanan tanpa melihat status belum sesuai dengan harapan nasabah, oleh sebab itu sebaiknya pihak bank memberikan pelayanan yang lebih baik dalam hal tidak melihat status, misalnya karyawan tidak membedakan nasabah yang melakukan transaksi dalam jumlah besar maupun kecil terutama kepada wanita.

Namun secara umum, antara pria dan wanita telah memberikan penilaian yang sama pada atribut ruang tunggu, teknologi, kondisi gedung, kecepatan pelayanan, menangani masalah, membantu nasabah, transaksi yang tidak berbelit-belit, karyawan profesional, keamanan transaksi, karyawan ramah dan sopan.

#### **4.7.2 Perbedaan Penilaian Kualitas Pelayanan Berdasarkan Umur Responden**

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa kelompok responden dibawah 25 tahun telah memberikan penilaian paling tinggi yaitu pelayanan tanpa memandang status sosial dengan nilai rata-rata gap sebesar 0,35. Sehingga kecenderungan kelompok responden dibawah 25 tahun dalam memutuskan untuk menjadi nasabah di BNI Cabang Purwokerto karena faktor pelayanan tanpa melihat status sosial.

Sedangkan responden yang berusia antara 25 – 40 tahun telah memberikan penilaian tertinggi pada karyawan yang ramah dan sopan dengan gap tertinggi

yaitu sebesar 0,14. Penilaian terendah terjadi pada ruang tunggu dengan gap paling rendah yaitu -0,94. Dengan demikian kecenderungan pada kelompok responden ini pada atribut karyawan yang ramah dan sopan.

Bagi kelompok responden yang berusia lebih dari 40 tahun telah memberikan penilaian yang tertinggi pada atribut pelayanan tanpa melihat status sosial dengan gap tertinggi yaitu sebesar 0,11. Sedangkan penilaian terendah terjadi pada atribut teknologi dengan gap terendah yaitu sebesar -1,00. Hal ini berarti kecenderungan penilaian konsumen pada kelompok ini terletak pada atribut pelayanan tanpa melihat status sosial.

Dari hasil Uji signifikansi menunjukkan bahwa seluruh atribut adalah tidak signifikan. Artinya bahwa berdasarkan usia responden penilaian konsumen terhadap kualitas pelayanan pada BNI Cabang Purwokerto tidak berbeda secara signifikan.

#### **4.7.3 Perbedaan Penilaian Kualitas Pelayanan Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir**

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa kelompok nasabah yang menggunakan jasa BNI Cabang Purwokerto berdasarkan pendidikan responden. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa untuk pendidikan kurang dari SMP telah mempunyai penilaian tertinggi terjadi pada atribut karyawan yang profesional, keamanan transaksi dan pelayanan tanpa melihat status sosial dengan gap terbesar yaitu masing-masing 0,33. Sedangkan penilaian terendah terjadi pada ruang tunggu dengan gap terendah yaitu -1,33. Hal ini berarti kecenderungan responden yang berpendidikan

terakhir kurang dari SMP adalah karyawan yang profesional, keamanaan transaksi dan pelayanan tanpa melihat status sosial.

Untuk kelompok responden yang berpendidikan SMP – SLTA telah memberikan penilaian tertinggi yaitu pada atribut karyawan yang ramah dan sopan dengan gap tertinggi yaitu sebesar 0,21. Sedangkan penilaian kualitas pelayanan terendah terjadi pada teknologi dengan gap terendah yaitu sebesar -1,03. Dengan demikian kecenderungan responden yang berpendidikan SMP – SLTA untuk menjadi nasabah BNI Cabang Purwokerto karena faktor karyawan yang ramah dan sopan.

Sedangkan kelompok responden yang berpendidikan lebih dari SMU telah memberikan penilaian tertinggi terjadi pada atribut pelayanan tanpa memandang status sosial. Sedangkan atribut ruang tunggu dinilai oleh responden kelompok ini dengan gap yang paling rendah yaitu sebesar -0,86. Dengan demikian kecenderungan responden yang berpendidikan > SMU adalah penilaian pada pelayanan tanpa memandang status sosial

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa penilaian kualitas pelayanan pada BNI Cabang Purwokerto berdasarkan pendidikan terdapat perbedaan yang signifikan pada atribut karyawan yang profesional. Penilaian nasabah yang berpendidikan < SLTP memberi penilaian lebih positif dibandingkan dengan nasabah yang berpendidikan SLTP – SLTA dan > SLTA. Sedangkan pada atribut yang lain tidak terdapat perbedaan penilaian kualitas pelayanan yang signifikan.



Hal ini disebabkan karena nasabah yang berpendidikan < SLTP kinerja karyawan yang profesional telah memenuhi harapan nasabah, sementara untuk responden yang berpendidikan SLTP – SLTA dan > SLTA merasa kinerja karyawan yang profesional belum memenuhi harapan nasabah. Oleh karena itu sebaiknya pihak manajemen BNI harus lebih banyak memberikan pelatihan kepada karyawannya agar mereka bekerja lebih profesional.

#### **4.7.4 Perbedaan Penilaian Kualitas Pelayanan Berdasarkan Jenis Pekerjaan**

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa kelompok nasabah yang menggunakan jasa BNI Cabang Purwokerto berdasarkan jenis pekerjaan responden. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa untuk responden yang memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa telah mempunyai penilaian tertinggi terjadi pada atribut pelayanan tanpa melihat status sosial dengan gap terbesar yaitu masing-masing 0,27. Sedangkan penilaian terendah terjadi pada teknologi dengan gap terendah yaitu -1,47. Hal ini berarti kecenderungan responden yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa menggunakan jasa BNI adalah pelayanan tanpa melihat status sosial.

Untuk kelompok responden yang memiliki pekerjaan sebagai PNS/TNI/ABRI telah memberikan penilaian tertinggi yaitu pada atribut pelayanan tanpa melihat status sosial dengan gap tertinggi yaitu sebesar 0,25. Sedangkan penilaian kualitas pelayanan terendah terjadi pada teknologi dengan gap terendah yaitu sebesar -1,33. Dengan demikian kecenderungan

responden yang memiliki pekerjaan sebagai PNS untuk menjadi nasabah BNI Cabang Purwokerto karena faktor pelayanan tanpa melihat status sosial.

Sedangkan kelompok responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta / swasta telah memberikan penilaian tertinggi terjadi pada atribut karyawan yang ramah dan sopan dengan gap tertinggi yaitu sebesar 0,20. Sedangkan atribut ruang tunggu dinilai oleh responden kelompok ini dengan gap yang paling rendah yaitu sebesar -0,90. Dengan demikian kecenderungan responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta adalah penilaian pada karyawan yang ramah dan sopan.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa penilaian kualitas pelayanan pada BNI Cabang Purwokerto berdasarkan pekerjaan terdapat perbedaan yang signifikan pada atribut teknologi dan kondisi gedung. Penilaian nasabah yang memiliki pekerjaan swasta lebih positif dibandingkan dengan penilaian nasabah yang memiliki pekerjaan sebagai PNS dan mahasiswa yang lebih negatif terhadap atribut teknologi dan kondisi gedung. Sedangkan pada atribut yang lain tidak terdapat perbedaan penilaian kualitas pelayanan yang signifikan.

Hal ini disebabkan karena konsumen yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta merasakan teknologi dan kondisi gedung sesuai dengan harapan nasabah, sementara untuk responden yang pekerjaan sebagai mahasiswa dan PNS merasa belum sesuai dengan harapan nasabah. Oleh karena itu pihak bank sebaiknya lebih memperhatikan kondisi gedung, dan melengkapi fasilitas bank dengan peralatan yang berteknologi tinggi.

#### 4.7.5 Perbedaan Sikap Konsumen Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa kelompok responden yang menggunakan jasa BNI Cabang Purwokerto berdasarkan tingkat pendapatan. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa konsumen BNI Cabang Purwokerto yang berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000 telah memberikan penilaian tertinggi pada atribut karyawan yang sopan dan ramah dengan gap tertinggi yaitu sebesar 0,23. Sedangkan penilaian terendah terjadi pada atribut teknologi dengan gap terendah yaitu sebesar -0,82. Dengan demikian kecenderungan responden yang berpendapatan kurang dari 1.000.000 rupiah adalah penilaian pada atribut karyawan yang sopan dan ramah.

Untuk kelompok responden yang berpendapatan antara Rp.1.000.000 sampai dengan 5 juta rupiah responden telah memberikan tertinggi yaitu pada atribut pelayanan tanpa melihat status sosial dengan gap tertinggi yaitu sebesar 0,14. Sedangkan penilaian terendah terjadi pada atribut teknologi yaitu sebesar -0,82. Dengan demikian kecenderungan responden yang berpendapatan antara Rp.1.000.000 sampai 5 juta rupiah adalah penilaian pada peayanan tanpa melihat status sosial.

Untuk kelompok responden yang berpendapatan lebih dari 5 juta rupiah responden telah memberikan penilaian tertinggi pada atribut karyawan yang ramah dengan gap tertinggi yaitu 0,20. Sedangkan penilaian terendah terjadi pada atrbut ruang tunggu dengan gap terkecil yaitu sebesar -1,10 .

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa penilaian kualitas pelayanan pada BNI Cabang Purwokerto berdasarkan tingkat pendapatan pada seluruh atribut tidak terdapat perbedaan yang signifikan.



## BAB V

### KESIMPULAN dan SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data yang diuraikan dalam bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis kualitas pelayanan, menunjukkan bahwa sebagian besar harapan nasabah belum terpenuhi dengan kinerja yang diberikan oleh bank BNI Cabang Purwokerto. Hal ini dapat dibuktikan bahwa sebagian besar tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan dibawah angka 100 %, yang menunjukkan bahwa kinerja pada BNI Cabang Purwokerto belum sesuai dengan harapan nasabah. Tingkat kualitas pelayanan baru tercapai pada dimensi empathy yaitu pada item Memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah dan Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan dengan tingkat kesesuaian diatas 100%. Hasil ini juga didukung dengan hasil uji Wilcoxon yang menunjukkan bahwa dimensi Empathy terbukti tidak signifikan, sedangkan pada atribut yang lain terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja dengan harapan.
2. Berdasarkan analisis koordinat kartesius menunjukkan bahwa atribut yang perlu diprioritaskan adalah item :
  - a. Variabel 1 yaitu Kenyamanan ruang tunggu
  - b. Variabel 2 yaitu Teknologi yang sudah dimiliki
  - c. Variabel 3 yaitu Kondisi gedung yang bersih.

- d. Variabel 6 yaitu Ketersediaan membantu nasabah.
  - e. Variabel 8 yaitu Karyawan yang profesional di bidangnya.
3. Berdasarkan pengujian hipotesis dengan Kruskal Wallis disimpulkan bahwa:
- a. Berdasarkan jenis kelamin terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada BNI Cabang Purwokerto secara signifikan pada atribut pelayanan tanpa memandang status sosial, sedangkan untuk atribut yang lain tidak terbukti secara signifikan. Penilaian pria terhadap kualitas pelayanan terhadap atribut pelayanan tanpa memandang status sosial telah sesuai harapan nasabah dibandingkan dengan wanita yang menganggap belum sesuai harapan.
  - b. Berdasarkan usia tidak terjadi perbedaan yang signifikan penilaian kualitas pelayanan pada BNI Cabang Purwokerto. Hal ini berarti kualitas pelayanan yang diperoleh nasabah antara kelompok responden yang berusia kurang dari 25 tahun, 25 – 40 tahun dan lebih dari 40 tahun adalah sama.
  - c. Berdasarkan tingkat pendidikan pada atribut karyawan yang profesional terdapat perbedaan penilaian yang signifikan. Responden yang berpendidikan < SLTP memberikan penilaian kualitas pelayanan terhadap atribut karyawan yang profesional telah sesuai dengan harapan nasabah dibandingkan dengan responden yang berpendidikan SLTP- SLTA dan > SLTA yang memberikan penilaian kualitas pelayanan belum sesuai dengan harapan nasabah.
  - d. Berdasarkan jenis pekerjaan terjadi perbedaan yang signifikan penilaian kualitas pelayanan BNI Cabang Purwokerto pada atribut

teknologi dan kondisi gedung. Sedangkan untuk atribut yang lain tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Hal ini berarti penilaian konsumen terhadap teknologi dan kondisi gedung antara responden yang memiliki pekerjaan pelajar, PNS dan wiraswasta adalah berbeda.

- e. Berdasarkan tingkat pendapatan tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada seluruh dimensi kualitas pelayanan di BNI Cabang Purwokerto. Hal ini berarti responden yang berpendapatan berbeda memberikan penilaian yang relatif sama terhadap kualitas pelayanan BNI Cabang Purwokerto.

## 5.2. Saran

1. Pihak manajemen BNI Cabang Purwokerto harus dapat mempertahankan kinerja pada kelima dimensi kualitas pelayanan yang selama ini telah dilakukan dan telah dinilai baik oleh nasabah, baik dimensi tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Namun demikian tingkat harapan yang tinggi oleh nasabah menuntut pihak manajemen untuk meningkatkan kualitas pelayanan seperti dimensi tangible, reliability, responsiveness, dan assurance.
2. Usaha peningkatan kualitas pelayanan diprioritaskan pada variabel-variabel yang berada pada kuadran A yaitu dengan cara meningkatkan dimensi Tangible seperti Kenyamanan ruang tunggu misalnya menyediakan kursi yang cukup bagi nasabah yang membutuhkan proses pelayanan yang menyita banyak waktu seperti proses pendaftaran, ruang tunggu yang sejuk dan lain

sebagainya, menjaga kondisi gedung agar tetap bersih dan meningkatkan teknologi perbankan yang canggih. Begitu juga dengan peningkatan sumber daya manusia harus ditingkatkan melalui ketrampilan karyawannya sehingga karyawan memiliki kemampuan dalam bekerja secara efisien dan tanggap terhadap masalah yang timbul. Selain itu pihak bank harus dapat memberikan penyelesaian yang baik ketika terjadi keluhan nasabah, baik karena kesalahpahaman, atau memang kesalahan yang diberikan oleh karyawan bank kepada nasabah.

3. Adanya perbedaan penilaian kualitas pelayanan pada atribut pelayanan tanpa melihat status sosial berdasarkan jenis kelamin, maka sebaiknya pihak BNI Cabang Purwokerto harus dapat memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya terutama bagi wanita yang masih merasa kinerja pelayanan belum sesuai dengan harapan nasabah. Begitu juga dengan pelayanan yang profesional masih terjadi perbedaan yang signifikan berdasarkan tingkat pendidikan. Untuk itu pihak BNI Cabang Purwokerto harus dapat meningkatkan kualitas SDM misalnya dengan meningkatkan pengetahuan dan kemampuan serta ketrampilan manajerial, teknis dan administrasi karyawan yang secara langsung menyangkut efisiensi dan produktivitas kerja, maka setiap saat bank BNI menyelenggarakan program latihan dan pengembangan pegawai, misalnya pendidikan perkreditan, pelatihan produk-produk baru, dan lain sebagainya. Begitu juga dengan atribut kondisi gedung dan teknologi masih memberikan penilaian yang berbeda berdasarkan jenis pekerjaan. Untuk itu pihak BNI Cabang Purwokerto harus dapat meningkatkan kondisi fisik bank



seperti kebersihan gedung misalnya dengan selalu membersihkan ruang tunggu agar tidak berdebu, membersihkan toilet secara berkala dan melengkapi fasilitas teknologi bank misalnya dengan menambah jumlah ATM.



## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. (2005). *Manajemen Penelitian*. Cetakan ke7. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Djarwanto P.S dan Pangestu, Subagyo. (1993). *Statistik Induktif*. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.
- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Isnawati, Nur. (2004). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan RSUD Ambaarawa*. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Kotler, Philip dan Amsrong, Gary. (2001). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Prentice Hall.
- Lamb, C.W. Hair, J.F. dan Mc Daniel,C. (2001). *Pemasaran*. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.
- Rahayu, Sri. (2005). *SPSS Versi 12 dalam Riset Pemasaran*. Bandung: ALFABETA.
- Setiadi, Nugroho. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: kencana.
- Stanton, William J. (1985). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Tjiptono, Frandy. (1996). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Tri Susanto, Ruddy. (1996). *Mengenal Dunia Perbankan*. Edisi Kedua. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yazid. (1999). *Pemasaran jasa, konsep dan implementasinya*. Edisi 1. Yogyakarta: Ekonisia FE UII.
- Yamit, Zulian. (2002). *Manajemen Kualitas*. Edisi Pertama. Cetakan Kedua. Yogyakarta: Ekonisia.

# LAMPIRAN 1



## KUISIONER

### A. karakteristik

jawablah pertanyaan dibawah ini dengan cara memberi tanda silang pada jawaban yang tersedia

No	Karakteristik	Keterangan
1	Gender	1. Laki-laki 2. Perempuan
2	Umur	1. < 25 th 2. 25 - 40 th 3. > 40 th
3	Pendidikan	1. < SMP 2. SMP - SLTA 3. > SLTA
4	Pekerjaan	1. Pelajar / Mahasiswa 2. PNS/TNI/POLRI 3. swasta /Wiraswasta
5	Tingkat pendapatan	1. < Rp 1.000.000 2. Rp1.000.000 - 5.000.000 3. > Rp 5.000.000

B. Berilah tanda silang pada kolom skor sebelah kanan mengenai **harapan** anda sebelum menggunakan jasa pelayanan BNI dibawah ini :

Keterangan:

SP = Sangat Perlu

P = Perlu

CP = Cukup Perlu

KP = Kurang Perlu

TP = Tidak Perlu

Pernyataan	SP	P	CP	KP	TP
<b>Bukti Langsung (tangibles)</b>					
1. kenyamanan ruang tunggu	5	4	3	2	1
2. teknologi yang sudah dimiliki	5	4	3	2	1
3. kondisi gedung yang bersih	5	4	3	2	1
<b>Keandalan (reliability)</b>					
4. kecepatan karyawan dalam pelayanan	5	4	3	2	1
5. menangani masalah dengan segera	5	4	3	2	1
<b>Daya Tanggap (responsiveness)</b>					
6. ketersediaan membantu nasabah	5	4	3	2	1
7. pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit	5	4	3	2	1
<b>Jaminan (assurance)</b>					
8. karyawan yang professional dibidangnya	5	4	3	2	1
9. nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi	5	4	3	2	1
<b>Empati (emphaty)</b>					
10. memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan nasabah	5	4	3	2	1
11. karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan	5	4	3	2	1

C. Setelah anda melakukan transaksi bagaimana **kinerja** jasa pelayanan BNI. Jawab dengan memberi tanda silang pada kolom skor sebelah kanan:

Keterangan:

SB = Sangat Baik

B = Baik

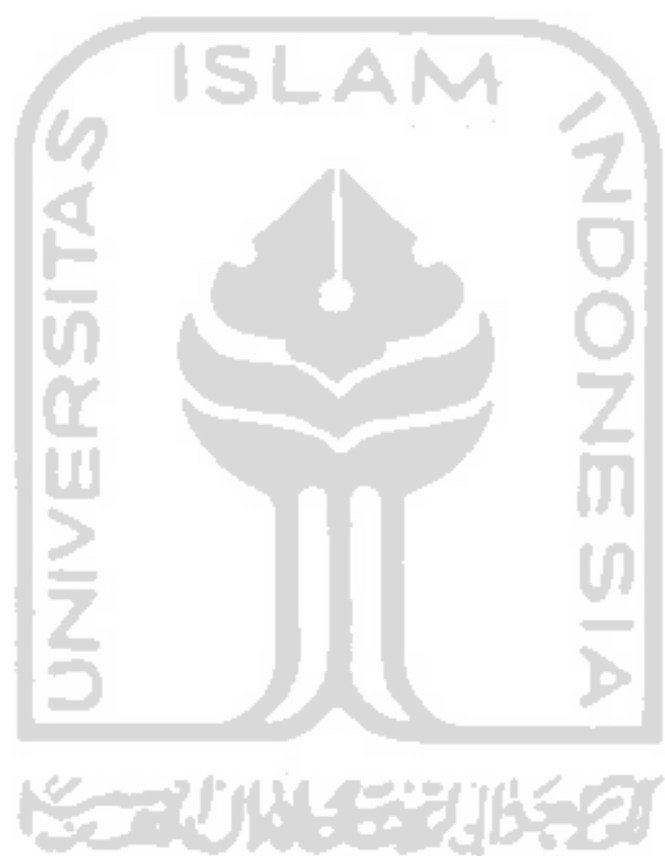
CB = Cukup Baik

KB = Kurang Baik

TB = Tidak Baik

Pernyataan	SB	B	CB	KB	TB
<b>Bukti Langsung (tangibles)</b>					
1. kenyamanan ruang tunggu	5	4	3	2	1
2. teknologi yang sudah dimiliki	5	4	3	2	1
3. kondisi gedung yang bersih	5	4	3	2	1
<b>Keandalan (reliability)</b>					
4. kecepatan karyawan dalam pelayanan	5	4	3	2	1
5. menangani masalah dengan segera	5	4	3	2	1
<b>Daya Tanggap (responsiveness)</b>					
6. ketersediaan membantu nasabah	5	4	3	2	1
7. pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit	5	4	3	2	1
<b>Jaminan (assurance)</b>					
8. karyawan yang profesional dibidangnya	5	4	3	2	1
9. nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi	5	4	3	2	1
<b>Empati (emphaty)</b>					
10. memberikan pelayanan tanpa melihat status maupun kedudukan nasabah	5	4	3	2	1
11. karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan	5	4	3	2	1

# LAMPIRAN 2



# REKAPITULASI DATA PENELITIAN

No.	Karakteristik Responden			Harapan											Kinerja												
	JK	Usia	Pendidik	Pekerja	Penghs	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
1	1	2	2	2	2	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4
2	1	1	2	1	1	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	5
3	2	2	2	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	1	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
5	2	2	3	2	2	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	
6	2	2	2	2	2	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	2	5	4	4	4	4	4	4	5	
7	1	3	2	2	2	3	5	4	4	5	3	5	5	3	2	5	4	2	3	3	3	3	5	3	4	3	
8	2	3	2	2	2	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	
9	2	2	3	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	
10	1	1	2	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	
11	1	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	
12	2	3	2	3	2	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	
13	2	3	2	3	2	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
14	1	2	3	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	
15	1	2	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	
16	2	3	2	3	2	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	
17	1	1	3	3	2	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	
18	1	1	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	
19	1	1	2	1	1	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	3	3	3	3	3	5	4	
20	2	3	2	3	2	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
21	2	2	2	3	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	
22	2	2	3	2	2	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	
23	2	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	
24	2	1	1	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
25	2	3	2	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
26	1	2	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	
27	2	3	3	3	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
28	1	1	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
29	1	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	
30	2	3	2	2	2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	
31	1	2	2	2	2	5	5	5	5	5	4	4	4	5	2	2	5	4	3	4	4	2	4	4	4	4	
32	2	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	
33	2	2	3	2	2	5	5	5	5	5	4	5	5	4	3	4	1	2	2	2	2	3	3	1	1	1	
34	1	3	2	3	2	5	5	4	5	5	5	4	4	5	2	5	4	2	3	4	5	4	4	4	4	4	
35	2	2	2	3	3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	3	3	3	3	4	3	3	4	2	5	4	5	



No.	Karakteristik Responden			Harapan																	Kinerja										
	JK	Usia	Pendidik	Pekerj	Penghs	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11				
36	1	1	2	1	1	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	2	2	2	2	2	2	4	4	5	4	5	3	5			
37	1	2	2	2	2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	2	4	2	3	3	3	3	3	2	4	5	5				
38	2	2	2	3	2	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4				
39	2	2	2	3	1	5	5	5	4	5	3	2	3	2	5	3	3	3	5	5	5	3	3	3	4	3	3				
40	1	2	2	2	2	5	3	4	5	4	4	2	2	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	2	1	2	4				
41	2	2	3	3	2	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	5				
42	2	1	2	1	1	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	2	1	2	2	2	2	3	3	2	2	2				
43	1	1	2	3	2	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4				
44	1	2	2	3	1	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4				
45	1	3	3	3	3	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4				
46	1	2	2	3	2	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3				
47	1	2	2	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4				
48	2	2	2	2	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5			
49	2	2	3	2	2	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5			
50	2	1	2	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4			
51	2	2	3	3	2	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4			
52	1	1	2	3	2	4	5	5	5	4	5	4	5	4	2	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5			
53	1	2	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4			
54	2	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3			
55	2	3	2	3	2	4	4	5	5	3	3	5	5	4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3			
56	1	2	3	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3			
57	1	2	3	3	1	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	4			
58	2	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4			
59	1	1	3	3	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	5			
60	1	1	2	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4			
61	1	1	2	1	1	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5			
62	2	3	3	3	3	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4			
63	1	2	3	3	2	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4			
64	2	3	2	3	2	5	5	5	5	3	5	4	4	3	4	5	2	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4			
65	2	1	1	3	3	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4			
66	1	2	3	3	3	5	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
67	1	2	3	2	2	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4			
68	1	2	2	3	2	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5			
69	2	3	2	3	2	5	3	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5			
70	1	1	2	1	1	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	2			
71	2	1	2	1	1	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4			
72	1	3	3	3	3	4	5	3	4	3	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4			
73	1	3	2	3	2	5	3	4	5	5	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	2	5	5	4	4			

No.	Karakteristik Responden			Harapan																	Kinerja							
	JK	Usia	Pendidik	Pekerj	Penghs	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	
74	2	2	3	2	2	3	4	4	5	3	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	
75	1	2	3	3	1	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	5	5	4	2	4	
76	1	2	2	3	2	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	2	5	2	4	4	4	4	5	4	4	4	
77	2	3	2	3	1	5	3	3	4	3	4	4	5	4	5	2	1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	
78	1	2	2	3	1	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	
79	2	2	2	3	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5	3	4	4	4	
80	1	1	3	3	2	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	3	2	4	1	5	5	4	5	2	4	4	3	
81	1	1	2	1	1	3	5	3	5	4	4	4	4	3	3	2	3	2	2	4	3	3	3	2	4	4	3	
82	1	2	2	2	2	4	5	4	4	3	4	4	4	3	2	4	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	3	
83	2	2	2	2	2	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	
84	1	3	1	3	2	5	5	5	5	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	
85	2	2	3	2	2	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	3	4	3	
86	1	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	
87	1	2	3	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	
88	2	2	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
89	1	2	2	3	2	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5	3	3	4	
90	1	2	3	3	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	
91	1	1	2	1	1	4	5	4	4	3	5	4	4	4	2	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	
92	2	1	2	1	1	4	5	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	3	
93	2	1	2	1	1	4	5	4	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	3	2	4	3	3	4	4	3	
94	1	2	2	2	2	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	2	2	4	5	4	4	4	4	
95	1	2	3	3	3	4	4	5	4	4	3	3	3	4	3	5	3	4	3	2	2	3	5	4	4	4	3	
96	2	3	3	3	3	4	5	4	3	4	5	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4	3
97	1	3	2	3	2	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	2	4	3	
98	2	2	2	3	2	5	3	5	5	3	5	4	3	3	4	4	4	3	4	2	2	4	3	5	2	3	4	
99	1	2	3	2	2	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	5	3	3	2	2	2	2	3	4	4	5	5	
00	1	2	3	3	3	5	3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	3	3	1	1	1	1	4	4	3	4	4	
<b>Rata-Rata</b>						<b>4.51</b>	<b>4.35</b>	<b>4.32</b>	<b>4.54</b>	<b>4.33</b>	<b>4.34</b>	<b>4.31</b>	<b>4.36</b>	<b>4.21</b>	<b>3.86</b>	<b>3.86</b>	<b>3.72</b>	<b>3.45</b>	<b>3.77</b>	<b>4.03</b>	<b>4.01</b>	<b>3.89</b>	<b>4.12</b>	<b>3.88</b>	<b>3.85</b>	<b>3.99</b>	<b>3.98</b>	



# LAMPIRAN 3



**REKAPITULASI DATA PENELITIAN**

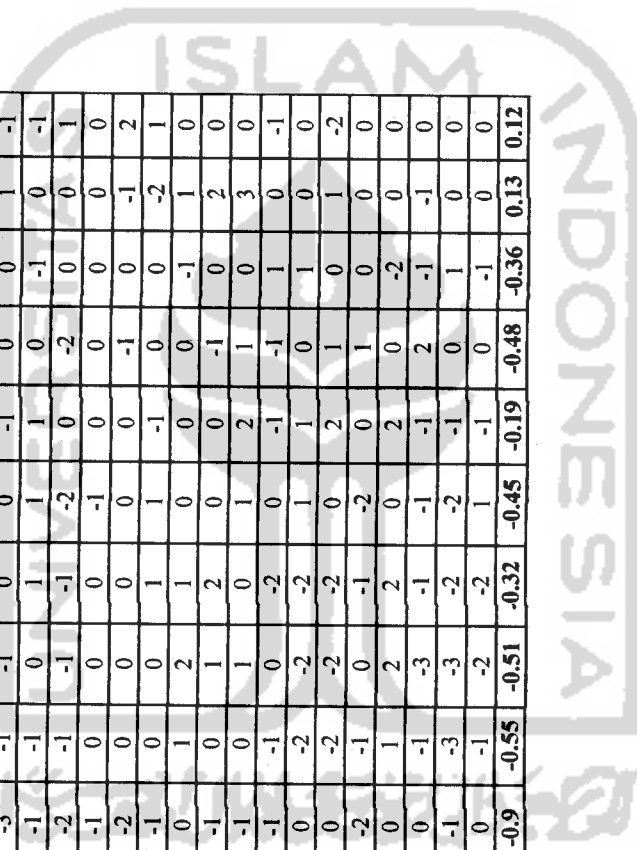
No.	Gap										
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
1	-1	-2	-1	-1	0	0	-1	0	-1	-1	-1
2	1	-3	1	0	0	0	0	-2	-2	1	1
3	-1	-2	-1	0	0	0	0	0	0	-1	0
4	0	-2	0	0	0	0	0	1	1	0	0
5	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
6	-1	-3	-1	0	-1	0	0	-1	0	-1	-2
7	1	-3	-1	-1	-2	0	0	-2	1	2	-2
8	1	-1	0	-1	-1	-1	0	-1	-1	-1	-1
9	-1	-1	-2	-1	-2	-2	-1	-1	0	-1	-1
10	-1	0	-1	0	0	-1	-1	0	-1	0	0
11	-1	-1	-1	-1	0	-1	-1	-1	-1	0	0
12	0	0	0	-1	0	0	-1	-1	-1	0	1
13	0	0	0	-1	0	0	-1	-1	-1	0	1
14	-1	-2	-1	-1	-1	-1	-1	0	0	-1	-1
15	-1	0	-1	0	0	0	0	0	0	1	0
16	-1	-3	0	-1	-1	0	0	-1	0	0	0
17	0	0	0	-1	-1	0	1	1	0	0	-1
18	0	-1	0	-1	-1	0	0	0	0	-1	-1
19	0	0	-1	-1	-2	-2	-2	-2	1	-1	-1
20	0	-2	0	-1	0	-1	0	0	-1	-1	0
21	0	-1	0	1	1	-2	-2	-1	-1	0	0
22	-1	-1	-1	0	0	1	1	0	0	-1	-1
23	-2	-2	-2	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	0
24	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
25	-1	-1	-1	0	0	0	0	0	0	0	0
26	-1	-2	0	0	0	-1	-1	-1	0	-1	1
27	0	-2	0	-1	-1	0	-1	-1	-1	-1	0
28	-1	-2	-1	-1	-1	-2	-2	-1	-1	-1	0
29	-1	0	-1	0	0	0	1	0	0	0	0
30	0	-1	-2	-1	-1	-2	0	0	-1	0	2
31	-1	-3	-1	-1	-1	-1	-1	-2	-1	1	-1
32	-1	-4	-3	-3	-3	-1	-2	-4	-3	-2	-3
33	-1	-2	-1	-1	0	-1	0	0	-1	2	-1
34	-1	-2	0	-2	-2	-2	0	-1	-1	2	2
35	-2	-1	-1	-1	-1	-2	1	-1	0	-1	2





No.	Gap										
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
36	-1	-1	-2	-2	-3	0	1	0	0	1	3
37	-1	-2	-1	-1	-2	-1	-1	-3	0	1	3
38	0	-1	1	-1	-1	0	0	-1	-1	-1	0
39	-3	0	0	1	0	0	1	0	-1	-1	0
40	-3	-1	-1	-2	-1	0	2	0	-3	-2	0
41	-1	1	0	0	1	-1	-1	-1	0	0	1
42	-3	-4	-2	-3	-2	-3	-1	-1	-2	-2	-3
43	0	-1	0	0	0	-1	-1	-2	0	1	1
44	-1	0	0	0	-1	1	0	-1	-2	0	1
45	-1	1	-1	0	0	-1	-1	-1	-1	1	1
46	-1	0	0	0	1	0	0	-1	-2	2	2
47	-1	0	0	0	0	0	0	0	-1	2	3
48	0	-1	0	0	1	0	0	-1	0	2	3
49	-2	-1	-1	-1	-1	-1	1	0	-2	0	0
50	0	-1	-1	0	0	-1	0	-1	0	1	2
51	0	0	0	0	0	-1	1	0	0	1	0
52	1	0	-1	0	1	0	0	0	1	3	0
53	-1	-1	-1	-1	-1	0	0	-1	1	1	1
54	0	1	1	0	0	0	-1	0	-1	0	1
55	0	0	-2	-1	0	1	-1	-1	0	1	-2
56	-1	0	0	0	1	0	-1	-1	0	1	2
57	2	3	2	1	2	1	1	1	0	3	1
58	0	0	0	0	0	0	0	-1	-2	0	-1
59	-2	-1	-1	-1	-1	-2	-1	-1	-2	1	1
60	-1	-2	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0
61	-1	0	0	0	1	-1	1	0	-1	0	0
62	-1	-3	0	0	0	0	0	1	-1	-2	-1
63	0	-1	0	-2	0	-1	-1	0	1	0	-1
64	-3	-2	0	0	2	-1	1	1	1	0	-2
65	-3	0	0	-1	0	-1	1	1	1	0	1
66	-2	0	1	1	-1	-1	0	0	0	0	0
67	-1	0	0	0	1	-1	-1	0	-1	1	0
68	-2	-1	1	0	0	0	-1	1	-1	0	0
69	-2	1	-1	-1	0	0	-1	-1	-1	1	-1
70	1	0	-1	-1	-1	0	0	0	2	0	2
71	-1	-2	-1	-1	0	-1	-1	-1	-1	1	-1
72	0	-1	1	1	2	0	0	0	2	3	1
73	-1	1	0	-1	-1	-1	0	-2	2	-1	1

No.	Gap										
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
74	1	0	0	0	-1	1	-1	1	0	-1	-1
75	-2	0	-2	-1	-1	0	1	1	0	-2	0
76	-2	1	-2	-1	0	0	-1	1	0	-1	0
77	-4	1	1	0	1	0	1	0	0	-2	1
78	-1	1	0	1	0	0	-1	-1	-1	0	0
79	0	-1	-1	0	0	0	1	-1	0	0	0
80	-2	-1	-3	0	0	0	1	-2	-1	-1	0
81	0	-3	-1	-1	-1	-1	-1	-2	1	1	1
82	-1	-3	0	0	1	-1	0	-1	1	3	0
83	-1	0	0	0	1	0	-1	-2	0	1	0
84	-1	-3	-1	-1	0	0	-1	0	0	1	-1
85	0	-1	-1	0	1	1	1	0	-1	0	-1
86	-1	-2	-1	-1	-1	-2	0	-2	0	0	1
87	0	-1	0	0	0	-1	0	0	0	0	0
88	0	-2	0	0	0	0	0	-1	0	-1	2
89	-1	-1	0	0	1	1	-1	0	0	-2	1
90	-1	0	1	2	1	0	0	0	-1	1	0
91	0	-1	0	1	2	0	0	-1	0	2	0
92	0	-1	0	1	0	1	2	1	0	3	0
93	0	-1	-1	0	-2	0	-1	-1	1	0	-1
94	-1	0	-2	-2	-2	1	1	0	1	0	0
95	-1	0	-2	-2	-2	0	2	1	0	1	-2
96	-1	-2	-1	0	-1	-2	0	1	0	0	0
97	0	0	1	2	2	0	2	0	-2	0	0
98	-1	0	-1	-3	-1	-1	-1	2	-1	-1	0
99	-2	-1	-3	-3	-2	-2	-1	0	1	0	0
100	-2	0	-1	-2	-2	1	-1	0	-1	0	0
	-0.79	-0.9	-0.55	-0.51	-0.32	-0.45	-0.19	-0.48	-0.36	0.13	0.12



# LAMPIRAN 4



## Uji Validitas dan Reliabilitas Harapan

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

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HARAP1	42.4800	17.1410	.4043	.7530
HARAP2	42.6400	17.0206	.3303	.7608
HARAP3	42.6700	17.0718	.4131	.7520
HARAP4	42.4500	16.2298	.5672	.7355
HARAP5	42.6600	16.1257	.4993	.7409
HARAP6	42.6500	16.7551	.4436	.7484
HARAP7	42.6800	16.6238	.4633	.7461
HARAP8	42.6300	16.8011	.3908	.7538
HARAP9	42.7800	16.8198	.3783	.7552
HARAP10	43.1300	16.0334	.3597	.7611
HARAP11	43.1300	14.6193	.4590	.7503

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 11

Alpha = .7681



## Uji Validitas dan Reliabilitas Kinerja

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

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINERJ1	38.9700	24.4738	.3026	.7988
KINERJ2	39.2400	22.5883	.4418	.7860
KINERJ3	38.9200	22.5592	.5533	.7731
KINERJ4	38.6600	21.8226	.6165	.7654
KINERJ5	38.6800	21.3309	.6310	.7627
KINERJ6	38.8000	23.5758	.4970	.7801
KINERJ7	38.5700	24.9344	.3399	.7940
KINERJ8	38.8100	23.2262	.4400	.7851
KINERJ9	38.8400	24.1156	.3551	.7935
KINERJ10	38.7000	23.5859	.4347	.7856
KINERJ11	38.7100	23.6423	.4134	.7878

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 11

Alpha = .7991

## Frequency Table

### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	55	55.0	55.0	55.0
	Wanita	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 25 tahun	23	23.0	23.0	23.0
	25 - 40 tahun	49	49.0	49.0	72.0
	> 40 tahun	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< SMP	3	3.0	3.0	3.0
	SMP - SLTA	61	61.0	61.0	64.0
	> SLTA	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/mahasiswa	15	15.0	15.0	15.0
	PNS/TNI/POLRI	24	24.0	24.0	39.0
	Swasta/Wiraswasta	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Penghasilan per bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp.1.000.000	22	22.0	22.0	22.0
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	58	58.0	58.0	80.0
	> Rp.5.000.000	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

# LAMPIRAN 5



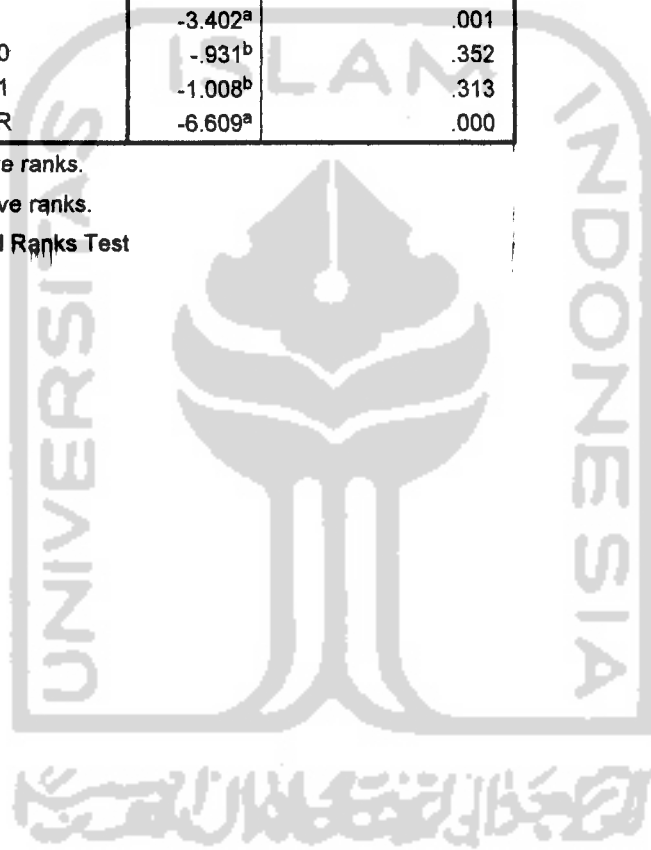
**Test Statistics<sup>c</sup>**

	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
KINERJ1 - HARAP1	-6.268 <sup>a</sup>	.000
KINERJ2 - HARAP2	-5.984 <sup>a</sup>	.000
KINERJ3 - HARAP3	-5.088 <sup>a</sup>	.000
KINERJ4 - HARAP4	-4.703 <sup>a</sup>	.000
KINERJ5 - HARAP5	-2.787 <sup>a</sup>	.005
KINERJ6 - HARAP6	-4.680 <sup>a</sup>	.000
KINERJ7 - HARAP7	-1.990 <sup>a</sup>	.047
KINERJ8 - HARAP8	-4.463 <sup>a</sup>	.000
KINERJ9 - HARAP9	-3.402 <sup>a</sup>	.001
KINERJ10 - HARAP10	-.931 <sup>b</sup>	.352
KINERJ11 - HARAP11	-1.008 <sup>b</sup>	.313
TOT_KINJ - TOT_HAR	-6.609 <sup>a</sup>	.000

a. Based on positive ranks.

b. Based on negative ranks.

c. Wilcoxon Signed Ranks Test



# LAMPIRAN 6



### Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation
Kenyamanan ruang tunggu	Pria	55	-.7818	.91674
	Wanita	45	-.8000	1.12006
	Total	100	-.7900	1.00800
Teknologi yang sudah dimiliki	Pria	55	-.8000	1.23828
	Wanita	45	-1.0222	1.23378
	Total	100	-.9000	1.23501
Kondisi gedung yang bersih	Pria	55	-.5455	.99663
	Wanita	45	-.5556	.86748
	Total	100	-.5500	.93609
Kecepatan karyawan dalam pelayanan	Pria	55	-.5091	1.01603
	Wanita	45	-.5111	.89499
	Total	100	-.5100	.95869
Menangani masalah dengan segera	Pria	55	-.3455	1.17407
	Wanita	45	-.2889	.94441
	Total	100	-.3200	1.07196
Ketersediaan membantu nasabah	Pria	55	-.4364	.81112
	Wanita	45	-.4667	.91949
	Total	100	-.4500	.85723
Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit	Pria	55	-.2182	.93672
	Wanita	45	-.1556	.90342
	Total	100	-.1900	.91778
Karyawan yang profesional di bidangnya	Pria	55	-.5091	.97890
	Wanita	45	-.4444	.98985
	Total	100	-.4800	.97938
Nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi	Pria	55	-.2364	1.08804
	Wanita	45	-.5111	.81526
	Total	100	-.3600	.97980
Memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah	Pria	55	.3818	1.25449
	Wanita	45	-.1778	1.07215
	Total	100	.1300	1.20315
Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan	Pria	55	.3273	1.10645
	Wanita	45	-.1333	1.27208
	Total	100	.1200	1.20000

**Test Statistics<sup>a,b</sup>**

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Kenyamanan ruang tunggu	.713	1	.399
Teknologi yang sudah dimiliki	.606	1	.436
Kondisi gedung yang bersih	.017	1	.897
Kecepatan karyawan dalam pelayanan	.182	1	.670
Menangani masalah dengan segera	.223	1	.637
Ketersediaan membantu nasabah	.001	1	.970
Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit	.271	1	.603
Karyawan yang profesional di bidangnya	.005	1	.942
Nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi	1.657	1	.198
Memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah	5.587	1	.018
Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan	3.609	1	.057

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Jenis Kelamin



**Descriptives**

		N	Mean	Std. Deviation
Kenyamanan ruang tunggu	< 25 tahun	23	-.5652	1.12112
	25 - 40 tahun	49	-.9388	.89926
	> 40 tahun	28	-.7143	1.08379
	Total	100	-.7900	1.00800
Teknologi yang sudah dimiliki	< 25 tahun	23	-1.0870	1.12464
	25 - 40 tahun	49	-.7551	1.21673
	> 40 tahun	28	-1.0000	1.36083
	Total	100	-.9000	1.23501
Kondisi gedung yang bersih	< 25 tahun	23	-.7826	.85048
	25 - 40 tahun	49	-.5306	1.00212
	> 40 tahun	28	-.3929	.87514
	Total	100	-.5500	.93609
Kecepatan karyawan dalam pelayanan	< 25 tahun	23	-.5652	.89575
	25 - 40 tahun	49	-.4898	1.08248
	> 40 tahun	28	-.5000	.79349
	Total	100	-.5100	.95869
Menangani masalah dengan segera	< 25 tahun	23	-.5217	1.12288
	25 - 40 tahun	49	-.3061	1.08405
	> 40 tahun	28	-.1786	1.02030
	Total	100	-.3200	1.07196
Ketersediaan membantu nasabah	< 25 tahun	23	-.6957	.92612
	25 - 40 tahun	49	-.3061	.84666
	> 40 tahun	28	-.5000	.79349
	Total	100	-.4500	.85723
Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit	< 25 tahun	23	-.2174	1.04257
	25 - 40 tahun	49	-.1837	.95030
	> 40 tahun	28	-.1786	.77237
	Total	100	-.1900	.91778
Karyawan yang profesional di bidangnya	< 25 tahun	23	-.6522	.98205
	25 - 40 tahun	49	-.3878	1.03715
	> 40 tahun	28	-.5000	.88192
	Total	100	-.4800	.97938
Nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi	< 25 tahun	23	-.2174	1.08530
	25 - 40 tahun	49	-.4286	.91287
	> 40 tahun	28	-.3571	1.02611
	Total	100	-.3600	.97980
Memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah	< 25 tahun	23	.3478	1.26522
	25 - 40 tahun	49	.0408	1.24095
	> 40 tahun	28	.1071	1.10014
	Total	100	.1300	1.20315
Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan	< 25 tahun	23	.1739	1.26678
	25 - 40 tahun	49	.1429	1.24164
	> 40 tahun	28	.0357	1.10494
	Total	100	.1200	1.20000



**Test Statistics<sup>a,b</sup>**

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Kenyamanan ruang tunggu	5.003	2	.082
Teknologi yang sudah dimiliki	1.148	2	.563
Kondisi gedung yang bersih	2.500	2	.286
Kecepatan karyawan dalam pelayanan	.594	2	.743
Menangani masalah dengan segera	1.016	2	.602
Ketersediaan membantu nasabah	2.625	2	.269
Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit	.029	2	.985
Karyawan yang profesional di bidangnya	1.878	2	.391
Nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi	.651	2	.722
Memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah	1.067	2	.586
Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan	.095	2	.954

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Usia



**Descriptives**

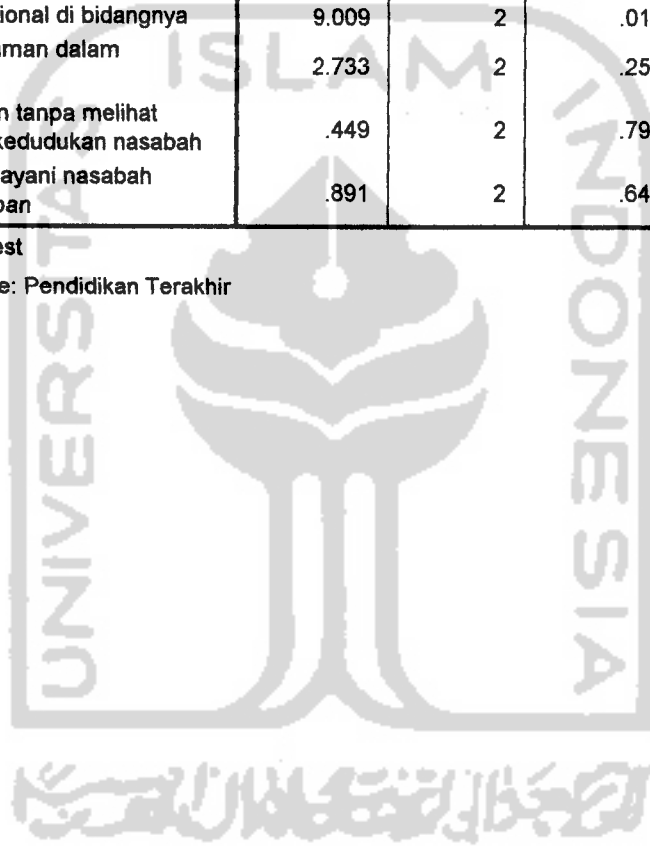
		N	Mean	Std. Deviation
Kenyamanan ruang tunggu	< SMP	3	-1.3333	1.52753
	SMP - SLTA	61	-.7213	1.05089
	> SLTA	36	-.8611	.89929
	Total	100	-.7900	1.00800
Teknologi yang sudah dimiliki	< SMP	3	-1.0000	1.73205
	SMP - SLTA	61	-1.0328	1.27759
	> SLTA	36	-.6667	1.12122
	Total	100	-.9000	1.23501
Kondisi gedung yang bersih	< SMP	3	-.3333	.57735
	SMP - SLTA	61	-.5246	.86807
	> SLTA	36	-.6111	1.07644
	Total	100	-.5500	.93609
Kecepatan karyawan dalam pelayanan	< SMP	3	-.6667	.57735
	SMP - SLTA	61	-.5410	.97594
	> SLTA	36	-.4444	.96937
	Total	100	-.5100	.95869
Menangani masalah dengan segera	< SMP	3	.0000	.00000
	SMP - SLTA	61	-.3443	1.12378
	> SLTA	36	-.3056	1.03701
	Total	100	-.3200	1.07196
Ketersediaan membantu nasabah	< SMP	3	-.3333	.57735
	SMP - SLTA	61	-.4262	.84575
	> SLTA	36	-.5000	.91026
	Total	100	-.4500	.85723
Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit	< SMP	3	.0000	1.00000
	SMP - SLTA	61	-.2459	.94262
	> SLTA	36	-.1111	.88730
	Total	100	-.1900	.91778
Karyawan yang profesional di bidangnya	< SMP	3	.3333	.57735
	SMP - SLTA	61	-.6885	1.02536
	> SLTA	36	-.1944	.82183
	Total	100	-.4800	.97938
Nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi	< SMP	3	.3333	.57735
	SMP - SLTA	61	-.4426	1.07276
	> SLTA	36	-.2778	.81455
	Total	100	-.3600	.97980
Memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah	< SMP	3	.3333	.57735
	SMP - SLTA	61	.0984	1.27417
	> SLTA	36	.1667	1.13389
	Total	100	.1300	1.20315
Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan	< SMP	3	.0000	1.00000
	SMP - SLTA	61	.2131	1.37979
	> SLTA	36	-.0278	.84468
	Total	100	.1200	1.20000

Test Statistics<sup>a,b</sup>

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Kenyamanan ruang tunggu	2.299	2	.317
Teknologi yang sudah dimiliki	1.143	2	.565
Kondisi gedung yang bersih	.390	2	.823
Kecepatan karyawan dalam pelayanan	.410	2	.815
Menangani masalah dengan segera	.491	2	.782
Ketersediaan membantu nasabah	.430	2	.806
Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit	.542	2	.763
Karyawan yang profesional di bidangnya	9.009	2	.011
Nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi	2.733	2	.255
Memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah	.449	2	.799
Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan	.891	2	.640

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Pendidikan Terakhir



**Descriptives**

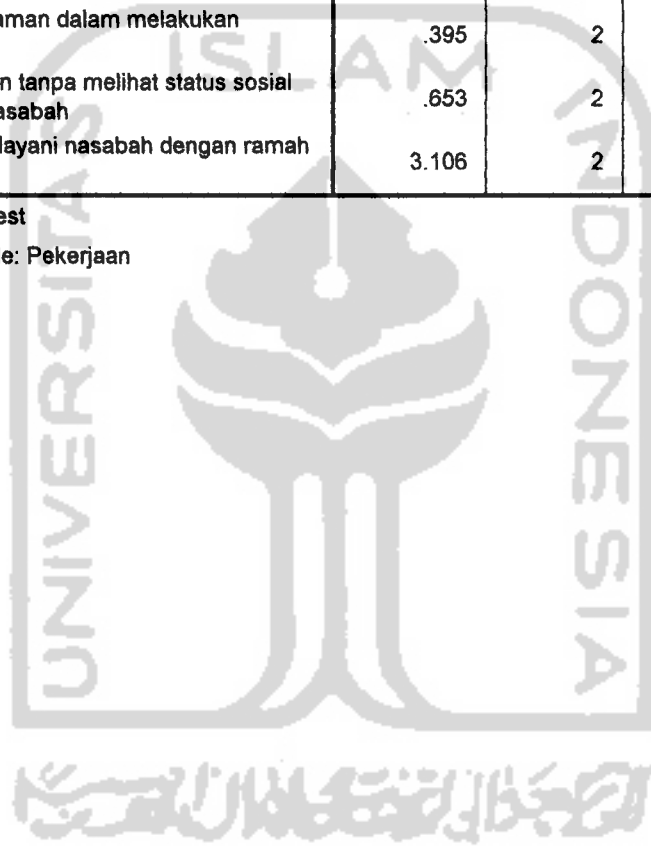
		N	Mean	Std. Deviation
Kenyamanan ruang tunggu	Pelajar/mahasiswa	15	-.4000	.98561
	PNS/TNI/POLRI	24	-.7500	.94409
	Swasta/Wiraswasta	61	-.9016	1.02802
	Total	100	-.7900	1.00800
Teknologi yang sudah dimiliki	Pelajar/mahasiswa	15	-1.4667	1.18723
	PNS/TNI/POLRI	24	-1.3333	1.20386
	Swasta/Wiraswasta	61	-.5902	1.17441
	Total	100	-.9000	1.23501
Kondisi gedung yang bersih	Pelajar/mahasiswa	15	-.8000	.77460
	PNS/TNI/POLRI	24	-.8750	.89988
	Swasta/Wiraswasta	61	-.3607	.94926
	Total	100	-.5500	.93609
Kecepatan karyawan dalam pelayanan	Pelajar/mahasiswa	15	-.6667	1.04654
	PNS/TNI/POLRI	24	-.7917	.93153
	Swasta/Wiraswasta	61	-.3607	.93154
	Total	100	-.5100	.95869
Menangani masalah dengan segera	Pelajar/mahasiswa	15	-.7333	1.27988
	PNS/TNI/POLRI	24	-.5417	1.17877
	Swasta/Wiraswasta	61	-.1311	.93942
	Total	100	-.3200	1.07196
Ketersediaan membantu nasabah	Pelajar/mahasiswa	15	-.7333	1.03280
	PNS/TNI/POLRI	24	-.3750	.87539
	Swasta/Wiraswasta	61	-.4098	.80368
	Total	100	-.4500	.85723
Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit	Pelajar/mahasiswa	15	-.3333	1.11270
	PNS/TNI/POLRI	24	-.2083	.93153
	Swasta/Wiraswasta	61	-.1475	.87247
	Total	100	-.1900	.91778
Karyawan yang profesional di bidangnya	Pelajar/mahasiswa	15	-.8000	.86189
	PNS/TNI/POLRI	24	-.7083	1.16018
	Swasta/Wiraswasta	61	-.3115	.90445
	Total	100	-.4800	.97938
Nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi	Pelajar/mahasiswa	15	-.2000	1.14642
	PNS/TNI/POLRI	24	-.5000	1.10335
	Swasta/Wiraswasta	61	-.3443	.89229
	Total	100	-.3600	.97980
Memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah	Pelajar/mahasiswa	15	.2667	1.33452
	PNS/TNI/POLRI	24	.2500	1.35935
	Swasta/Wiraswasta	61	.0492	1.11693
	Total	100	.1300	1.20315
Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan	Pelajar/mahasiswa	15	.1333	1.50555
	PNS/TNI/POLRI	24	-.0833	1.61290
	Swasta/Wiraswasta	61	.1967	.90957
	Total	100	.1200	1.20000

**Test Statistics<sup>a,b</sup>**

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Kenyamanan ruang tunggu	3.846	2	.146
Teknologi yang sudah dimiliki	8.832	2	.012
Kondisi gedung yang bersih	6.961	2	.031
Kecepatan karyawan dalam pelayanan	2.973	2	.226
Menangani masalah dengan segera	4.770	2	.092
Ketersediaan membantu nasabah	1.323	2	.516
Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit	.507	2	.776
Karyawan yang profesional di bidangnya	3.517	2	.172
Nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi	.395	2	.821
Memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah	.653	2	.721
Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan	3.106	2	.212

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Pekerjaan



**Descriptives**

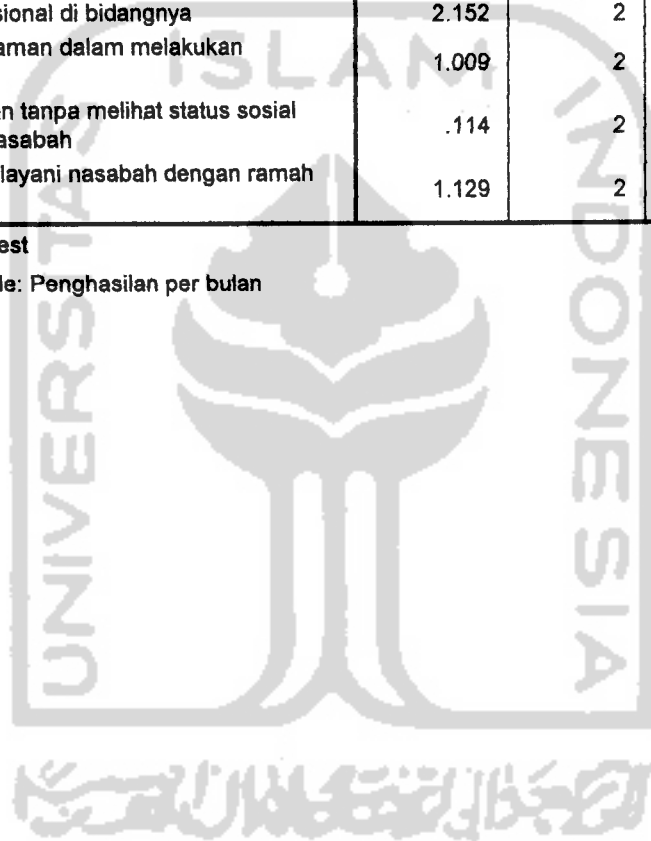
		N	Mean	Std. Deviation
Kenyanaman ruang tunggu	< Rp.1.000.000	22	-.7273	1.38639
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	58	-.7069	.89851
	> Rp.5.000.000	20	-1.1000	.78807
	Total	100	-.7900	1.00800
Teknologi yang sudah dimiliki	< Rp.1.000.000	22	-.8182	1.53177
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	58	-.9483	1.19094
	> Rp.5.000.000	20	-.8500	1.03999
	Total	100	-.9000	1.23501
Kondisi gedung yang bersih	< Rp.1.000.000	22	-.5455	1.01076
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	58	-.5690	.93868
	> Rp.5.000.000	20	-.5000	.88852
	Total	100	-.5500	.93609
Kecepatan karyawan dalam pelayanan	< Rp.1.000.000	22	-.3636	1.04860
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	58	-.6207	.91436
	> Rp.5.000.000	20	-.3500	.98809
	Total	100	-.5100	.95869
Menangani masalah dengan segera	< Rp.1.000.000	22	-.4545	1.26217
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	58	-.2414	1.04815
	> Rp.5.000.000	20	-.4000	.94032
	Total	100	-.3200	1.07196
Ketersediaan membantu nasabah	< Rp.1.000.000	22	-.4091	1.00755
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	58	-.4310	.81890
	> Rp.5.000.000	20	-.5500	.82558
	Total	100	-.4500	.85723
Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit	< Rp.1.000.000	22	-.0909	1.06499
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	58	-.2931	.89851
	> Rp.5.000.000	20	.0000	.79472
	Total	100	-.1900	.91778
Karyawan yang profesional di bidangnya	< Rp.1.000.000	22	-.5455	.91168
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	58	-.5517	1.04583
	> Rp.5.000.000	20	-.2000	.83351
	Total	100	-.4800	.97938
Nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi	< Rp.1.000.000	22	-.3182	1.04135
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	58	-.4483	1.01173
	> Rp.5.000.000	20	-.1500	.81273
	Total	100	-.3600	.97980
Memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah	< Rp.1.000.000	22	.0909	1.44450
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	58	.1379	1.17650
	> Rp.5.000.000	20	.1500	1.03999
	Total	100	.1300	1.20315
Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan	< Rp.1.000.000	22	.2273	1.26986
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	58	.0517	1.28994
	> Rp.5.000.000	20	.2000	.83351
	Total	100	.1200	1.20000

**Test Statistics<sup>a,b</sup>**

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Kenyamanan ruang tunggu	3.344	2	.188
Teknologi yang sudah dimiliki	.097	2	.953
Kondisi gedung yang bersih	.226	2	.893
Kecepatan karyawan dalam pelayanan	1.440	2	.487
Menangani masalah dengan segera	1.236	2	.539
Ketersediaan membantu nasabah	.501	2	.778
Pelayanan transaksi yang tidak berbelit-belit	2.333	2	.311
Karyawan yang profesional di bidangnya	2.152	2	.341
Nasabah merasakan aman dalam melakukan transaksi	1.009	2	.604
Memberikan pelayanan tanpa melihat status sosial maupun kedudukan nasabah	.114	2	.945
Karyawan mampu melayani nasabah dengan ramah dan sopan	1.129	2	.569

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Penghasilan per bulan



# LAMPIRAN 7





**TABEL KORELASI PEARSON PRODUCT MOMENT  
PADA  $\alpha$  5 %**

3	0.9969	0.9877	53	0.2704	0.2282	103	0.1936	0.1629
4	0.9500	0.9000	54	0.2679	0.2261	104	0.1927	0.1622
5	0.8783	0.8054	55	0.2654	0.2240	105	0.1917	0.1614
6	0.8114	0.7293	56	0.2630	0.2219	106	0.1908	0.1606
7	0.7545	0.6694	57	0.2607	0.2199	107	0.1899	0.1598
8	0.7067	0.6215	58	0.2584	0.2180	108	0.1891	0.1591
9	0.6664	0.5822	59	0.2562	0.2161	109	0.1882	0.1584
10	0.6319	0.5494	60	0.2540	0.2143	110	0.1873	0.1576
11	0.6021	0.5214	61	0.2519	0.2125	111	0.1865	0.1569
12	0.5760	0.4973	62	0.2499	0.2107	112	0.1856	0.1562
13	0.5529	0.4762	63	0.2479	0.2090	113	0.1848	0.1555
14	0.5324	0.4575	64	0.2459	0.2074	114	0.1840	0.1548
15	0.5140	0.4409	65	0.2440	0.2057	115	0.1832	0.1541
16	0.4973	0.4259	66	0.2421	0.2041	116	0.1824	0.1535
17	0.4821	0.4124	67	0.2403	0.2026	117	0.1816	0.1528
18	0.4683	0.4000	68	0.2385	0.2011	118	0.1808	0.1521
19	0.4555	0.3887	69	0.2368	0.1996	119	0.1801	0.1515
20	0.4438	0.3783	70	0.2351	0.1981	120	0.1793	0.1509
21	0.4329	0.3687	71	0.2334	0.1967	121	0.1786	0.1502
22	0.4227	0.3598	72	0.2318	0.1953	122	0.1778	0.1496
23	0.4132	0.3515	73	0.2302	0.1940	123	0.1771	0.1490
24	0.4044	0.3438	74	0.2286	0.1926	124	0.1764	0.1484
25	0.3961	0.3365	75	0.2271	0.1913	125	0.1757	0.1478
26	0.3882	0.3297	76	0.2256	0.1900	126	0.1750	0.1472
27	0.3809	0.3233	77	0.2241	0.1888	127	0.1743	0.1466
28	0.3739	0.3172	78	0.2226	0.1876	128	0.1736	0.1460
29	0.3673	0.3115	79	0.2212	0.1864	129	0.1729	0.1454
30	0.3610	0.3061	80	0.2198	0.1852	130	0.1723	0.1449
31	0.3550	0.3009	81	0.2185	0.1840	131	0.1716	0.1443
32	0.3494	0.2960	82	0.2171	0.1829	132	0.1709	0.1438
33	0.3440	0.2913	83	0.2158	0.1817	133	0.1703	0.1432
34	0.3388	0.2869	84	0.2145	0.1806	134	0.1697	0.1427
35	0.3338	0.2826	85	0.2132	0.1796	135	0.1690	0.1422
36	0.3291	0.2785	86	0.2120	0.1785	136	0.1684	0.1416
37	0.3246	0.2746	87	0.2107	0.1775	137	0.1678	0.1411
38	0.3202	0.2709	88	0.2095	0.1764	138	0.1672	0.1406
39	0.3160	0.2673	89	0.2084	0.1754	139	0.1666	0.1401
40	0.3120	0.2638	90	0.2072	0.1744	140	0.1660	0.1396
41	0.3081	0.2605	91	0.2060	0.1735	141	0.1654	0.1391
42	0.3044	0.2573	92	0.2049	0.1725	142	0.1648	0.1386
43	0.3008	0.2542	93	0.2038	0.1716	143	0.1642	0.1381
44	0.2973	0.2512	94	0.2027	0.1707	144	0.1636	0.1376
45	0.2940	0.2483	95	0.2016	0.1697	145	0.1631	0.1371
46	0.2907	0.2455	96	0.2006	0.1688	146	0.1625	0.1367
47	0.2876	0.2429	97	0.1995	0.1680	147	0.1620	0.1362
48	0.2845	0.2403	98	0.1985	0.1671	148	0.1614	0.1357
49	0.2816	0.2377	99	0.1975	0.1662	149	0.1609	0.1353
50	0.2787	0.2353	100	0.1965	0.1654	150	0.1603	0.1348
51	0.2759	0.2329	101	0.1955	0.1646	151	0.1598	0.1344
52	0.2732	0.2306	102	0.1946	0.1638	152	0.1593	0.1339