Analisis Kepuasan Nasabah PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso Yogyakarta

SKRIPSI

ditulis oleh

Nama	:	Arif Tri Sugiyarto
Nomor Mahasiswa	:	02311349
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2006

Analsis Kepuasan Nasabah PT. Bank BRI
Cabang Brigjen Katamso
Yogyakarta

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	:	Arif Tri Sugiyarto
Nomor Mahasiswa	:	02311349
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Pemasaran

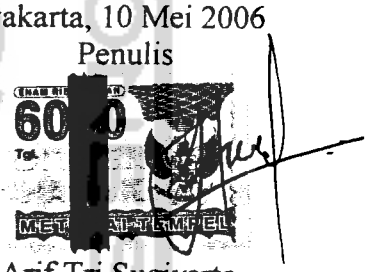
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

"Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh 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, 10 Mei 2006

Penulis



Arif Tri Sugiyarto

Analisis Kepuasan Nasabah PT. Bank BRI
Cabang Brigjen Katamso
Yogyakarta

Nama	:	Arif Tri Sugiyarto
Nomor Mahasiswa	:	02311349
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Pemasaran

Yogyakarta, 10 Mei 2006

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

Drs. Albari, M.Si

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis Kepuasan Nasabah PT. Bank BRI Cabang Brijen Katamso

Disusun Oleh: ARIF TRI SUGIYARTO
Nomor mahasiswa: 02311349

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

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

Penguji : Drs. Murwanto Sigit, MBA .....

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- Bapak dan Ibuku yang selalu mencurahkan Do'a dan dukungan untuk keberhasilanku.
- Kakak-Kakakku yang aku sayangi yang selalu membantu dan memberi semangat.
- Adik-adikku yang aku sayangi, Isal.
- Sobat-sobatku yang telah memberikan semangat dan dorongannya.

MOTTO

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari satu urusan), kerjakanlah sungguh-sungguh (urusan yang lain). Hanya kepada Tuhanmu kamu berhadap
(Q.S Alam Nasyrah : 6-8)

Janganlah kamu merasa kalah sebelum bertanding, tapi jadikanlah prinsip bagi kita tetap bertanding walaupun untuk sebuah kekalahan atau kegagalan

Sebenarnya tidak ada orang yang gagal. Yang ada hanyalah orang yang memutuskan berhenti sebelum mencapai sukses

Kesuksesan didahului dengan perjuangan, tanpa perjuangan tak mungkin ada kesuksesan

Beri maaflah kami, ampunilah kami, dan rahmatilah kami.
Engkau penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir".
(Q.S Al – Baqarah 286)

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul Analisis Kepuasan Nasabah PT.Bank BRI Cabang Brigjen Katamso Yogyakarta. Penelitian dilakukan di PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen setelah menerima jasa pelayanan PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso dan untuk mengetahui perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasar karakteristik konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif dan metode statistik. Hal ini bertujuan agar penelitian yang dihasilkan lebih akurat, sehingga dapat dicari solusi yang tepat. Metode deskriptif dilakukan dengan menggunakan instrumen kuesioner, selanjutnya kuesioner diolah menggunakan bantuan komputer melalui program SPSS versi 11.5.

Populasi yang diteliti adalah pelanggan PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso yang sedang melakukan transaksi di kantor Bank BRI. Sampel yang digunakan 96 orang. Metode statistik yang digunakan adalah uji peringkat bertanda Wilcoxon dan uji beda jenjang Kruskall Wallis. Berdasarkan hasil uji Wilcoxon dari 19 atribut yang ditawarkan PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso terdapat lima atribut yang terbukti secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya nilai kinerja pada kelima atribut tersebut tidak berbeda secara signifikan dengan harapan konsumen. Kepuasan tertinggi ada pada atribut kesopanan karyawan dengan gap sebesar 0,07 sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut jam operasi sesuai kebutuhan konsumen dengan gap sebesar 0,96. Pada pengujian Kruskall Wallis terdapat lima atribut menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen.

KATA PENGANTAR

بسم الله الرحمن الرحيم

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur tak henti-hentinya penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk melengkapi persyaratan dalam menyelesaikan tugas akhir di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa selama proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bimbingan dari pihak lain, oleh karenanya pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT, yang selalu memberikan Rahmat, Hidayat dan Rizqi-Nya serta kesehatan kepadaku sehingga aku dapat memberikan yang terbaik bagi Umat.
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi, Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D.
3. Bpk. Drs. Albari, M.Si. selaku pembimbing skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, mengarahkan serta bersikap sangat sabar kepada penulis sehingga selesainya skripsi ini.
4. Bapak dan ibu dosen, beserta seluruh staf akademik, staf tata usaha dan seluruh staf karyawan dilingkungan fakultas ekonomi universitas islam indonesia.
5. Ucapan spesial kepada orang tua dan seluruh keluargaku yang selalu memberi dorongan semangat, kasih sayang dan segenap perasaan cintanya untuk senantiasa membimbing penulis kearah yang diridloi Allah SWT.
6. Buat Isal, Rimba dan Galuh, makasih ya udah bikin ceria hari-hariku.

7. Seluruh anak-anak at manajemen'02 yang setia bersama-sama berjuang untuk meraih cita-citanya masing-masing
8. My Best Friend Dian (*makasih atas dukungan dan support ya.....*), Nia (*yang uda ngantar aku sana kesini...*),Vita dan Irwan (*makasih ya, ak merasa beruntung mengenalmu*) yang selalu menunjukkan arti persahabatan.
9. Konco – konco corey (*cewek-ceweknya bagi dong....*), Wan's (*wan selesain skripsimu, jangan jadi relawan terus...ntar kadaluarsa..piye..*), Rival (*keluar dong, jangan ngandang terus di kamar...*), ChungBuk (*keluar terus nich...ada order apa...sekali-kali jaga kamar ya..biar selalu rapi..*), Kateek (*adikmu erwin diurus ya...*), DJ Yenk (*candamu selalu ditunggu...*), Bayu (*jangan bayangin yang nggak-nggak yee...*), Randy (*gimana pacar KKNmu..tunjukkin dong rasa lho..masa di pendem terus, ntar membusuk lho...*),Teteh dan Eli (*thanks atas dukungannya dan print-nya ya*) makasih ya do'a kalian.
10. Buat keluarga Pak Gatot yang menanyakan ''Kapan wisuda?" makasih ya do'anya.
11. Dan semua temen-temen yang lain yang tidak bisa disebutkan satu-satu muakasih biyangeet yak atas dukungannya.

Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca yang budiman jurusan manajemen pada umumnya dan konsentrasi pemasaran pada khususnya.

Wassalamu'alaikum wr. Wb.

Yogyakarta, 10 Mei 2006

Arif Tri Sugiyarto

DAFTAR ISI

Halaman

Halaman Sampul Depan Skripsi.....i

Halaman Judul.....ii

Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....iii

Halaman Pengesahan Skripsi.....iv

Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....v

Halaman Persembahan.....vi

Motto.....vii

Abstrak.....viii

Kata Pengantar.....ix

Daftar Isi.....xii

Daftar Tabel.....xiv

Daftar Gambar.....xv

Daftar Lampiran.....xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....1

1.2 Rumusan Masalah.....4

1.3 Tujuan Penelitian.....5

1.4 Manfaat Penelitian.....5

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu.....6

2.2 Definisi Pemasaran.....7

2.3 Konsep Pemasaran.....8

2.4 Pemasaran Jasa.....10

2.5 Dimensi Pokok Jasa.....11

2.6 Service Quality.....13

2.6.1 Customer – Driven Quality.....13

2.6.2 Customer Relationship Management.....14

2.7 GAP Kualitas Jasa.....18

2.8 Kepuasan Konsumen.....20

2.9 Karakteristik Konsumen.....25

2.10 Harapan dan Kinerja.....26

2.11 Hipotesis Penelitian.....28

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian.....29

3.2 Definisi Operasional Variabel.....29

3.3 Metode Pengumpulan data.....33

3.3.1 Uji Validitas.....34

3.3.2 Uji Reliabilitas.....35

3.4 Populasi dan Sampel.....36

3.4.1 Populasi.....36

3.4.2 Sampel.....36

3.5 Metode Analisis Data.....38

3.5.1 Analisis Deskriptif.....38

3.5.2 Analisis Statistik.....38

a. Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon.....38

b. Uji Beda Jenjang Kruskal Wallis.....40

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....44

4.1.1 Uji Validitas.....44

4.1.2 Uji Reliabilitas.....45

4.2 Gambaran Umum Responden.....46

4.3 Analisis Statistik.....52

4.3.1 Uji Wilcoxon Rank Test.....52

4.3.2 Uji Kruskall Wallis.....57

4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....66

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....71

5.2 Saran.....73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel Halaman

4.1 Uji Validitas faktor harapan dan kinerja pelanggan.....45

4.2 Uji Reabilitas koefisien Spearman Brown.....46

4.3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....47

4.4 Karakteristik responden berdasarkan usia responden.....48

4.5 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan.....49

4.6 Karakteristik responden berdasarkan jenis pekerjaan.....50

4.7 Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendapatan.....51

4.8. Hasil pengujian Wilcoxon Rank Test.....53

4.9 Hasil pengujian Kruskal Wallis.....58

DAFTAR GAMBAR

Gambar Halaman

2.1 Langkah menghilangkan gaps.....17

2.2 Konsep kepuasan konsumen.....21

4.1 Tingkat kepuasan konsumen.....54

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran		Halaman
I	Kuesioner	76
II	Rekapitulasi data penelitian	82
III	Frekuensi tabel	88
IV	Uji Validitas dan Reabilitas untuk faktor harapan	89
V	Uji Validitas dan Reabilitas untuk faktor kinerja	90
VI	Uji Wilcoxon	91
VII	Uji Kruskal Wallis	92
VIII	Analisis Deskriptif	97
X	Tabel Korelasi Pearson Product Moment	106

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di dalam kehidupan ekonomi peranan dunia usaha khususnya industri keuangan dan perbankan semakin menampakkan perubahan yang sangat pesat. Hal ini disebabkan karena adanya persaingan yang semakin ketat dalam dunia perbankan sehingga mendorong para pengembang usaha perbankan untuk mengembangkan ide dan strategi kreatif dalam menciptakan inovasi baru untuk mencapai kepuasan nasabah.

Untuk memuaskan kebutuhan nasabahnya, sebuah bank harus berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanannya di atas harapan nasabah. Di sinilah perlunya sebuah bank untuk meningkatkan mutu kualitas pelayanannya agar konsumen bisa dipertahankan sehingga tetap setia untuk tidak berpindah ke bank lain.

Usaha untuk mengetahui cara pemuasan nasabah dapat dilakukan dengan menafsirkan kebutuhan dan keinginan nasabah baik yang bersifat kualitatif maupun kuantitatif kemudian diikuti dengan kegiatan yang membantu pemuasan kebutuhan tersebut. Metode analisa untuk mengetahui cara pemuasan nasabah yaitu dengan analisa perilaku konsumen. Definisi dari perilaku konsumen adalah kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, menggunakan barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan dan penentuan kegiatan – kegiatan tersebut.

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

Kepuasan kosumen menurut Kotler (1994) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan di bandingkan dengan harapannya. Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk jasa atau perusahaan tertentu, nasabah pada umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan oleh harapan. Jika kinerja yang dirasakan sesuai dengan harapan maka nasabah akan merasa puas dan jika kinerja yang dirasakan melampaui harapan maka nasabah akan merasa sangat puas.

Harapan pelanggan diyakini mempunyai peran yang besar dalam menentukan kepuasan pelanggan. Menurut Zeithaml (1993), harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Dalam mengevaluasi, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai acuan. Dengan demikian harapanlah yang melatar belakangi dua arah pada industri yang sama dapat di nilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan keyakinan nasabah tentang apa yang akan di terimanya.

Definisi kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang di beli. Kinerja

perusahaan yang tinggi dan pelayanan yang di berikan oleh suatu perusahaan jasa merupakan faktor terpenting bagi kepuasan nasabah. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang di anggap penting oleh nasabah agar mereka puas sesuai dengan harapannya. Oleh karena itu, bila pelanggan menganggap jasa yang diterimanya mempunyai kinerja yang baik, maka pelanggan tersebut akan merasakan kepuasan seiring dengan kualitas jasa yang diterimanya.

Parasuraman, et al. (1998) mengidentifikasikan lima dimensi kualitas layanan pokok yang dirancang untuk mengukur kepuasan konsumen yang didasarkan pada adanya perbedaan antara nilai harapan dengan nilai kinerja yang dirasakan oleh konsumen yaitu, *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, empati.* Tangibles (bukti fisik) yaitu bukti fisik dan menjadi bukti awal yang bisa ditunjukkan oleh organisasi penyedia layanan yang ditunjukkan oleh tampilan gedung, fasilitas fisik pendukung, dan penempilan pekerja. Reliability (keandalan), yaitu kemampuan penyedia layanan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Responsiveness (daya tanggap), yaitu para pekerja memiliki kemauan dan bersedia membantu pelanggan dan memberi layanan dengan cepat dan tanggap. Assurance (jaminan), yaitu pengetahuan dan kecakapan para pekerja yang memberikan jaminan bahwa mereka bisa memberikan layanan dengan baik. Empati (empaty), yaitu para pekerja mampu menjalin komunikasi interpersonal dan memahami kebutuhan pelanggan.

Bank BRI di lengkapi dengan customer service yang mempunyai sikap yang ramah dan bersahabat dari petugas bank, siapa saja merupakan pengikat

yang paling kuat terhadap hubungan antar bank dengan nasabah. Masalah kejujuran dan sikap respek dan yang terakhir baru kemudahan. Jadi kemudahan saja sebenarnya tidak mencukupi, bank BRI juga dituntut untuk mampu memberikan pelayanan yang cepat dan akurat, serta selalu membantu mereka didalam kesulitan, memecahkan masalah yang sedang dihadapi, memiliki respon yang tinggi terhadap nasabah, terpercaya dan memberikan rasa aman.

Oleh karena itu berdasarkan deskripsi di atas tingkat kepuasan bank BRI perlu di kaji ulang untuk menjamin peningkatan kualitas pelayanan yang berkelanjutan, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Kepuasan Nasabah PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat di rumuskan permasalahan yang hendak di teliti adalah sebagai berikut :

a. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah menurut kinerja dan harapan yang di berikan oleh PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso?
b. Adakah perbedaan level kepuasan pengguna jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasarkan karakteristik nasabah?

1.3. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk :

a. Menetapkan tingkat kepuasan nasabah menurut kinerja dan harapan yang diberikan oleh PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso.

b. Menetapkan perbedaan level kepuasan pengguna jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasarkan karakteristik nasabah.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun dari penelitian ini diharapkan akan memberikan manfaat-manfaat yang berguna,yaitu :

a. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan penulis, memberikan pengetahuan praktis serta pengalaman langsung yang diujicobakan melalui teori yang telah dipelajari dan mengetahui lebih dalam lagi tentang topik yang diteliti.

b. Bagi Bank BRI

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak Bank BRI untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanannya agar kepuasan nasabah tersebut benar-benar terpenuhi.

c. Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai acuan bagi pihak lain.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Isnawati (2004) meneliti tentang Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan RSDU Ambarawa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen setelah menerima pelayanan RSUD Ambarawa dan menjelaskan ada atau tidaknya perbedaan tingkat kepuasan konsumen (pengguna jasa) tersebut berdasarkan karakteristik konsumen.

Penelitian ini mempunyai kesamaan dengan penulis yaitu dengan menggunakan teknik Analisis Ragam Satu Arah Kruskal-Wallis untuk menjelaskan ada atau tidaknya perbedaan atau ketidakpuasan kelompok menurut karakteristik konsumen yang diuji. Persamaan lainnya adalah karakteristik yang meliputi gender, penghasilan, status pekerjaan dan pendidikan.

Sedangkan perbedaan terletak pada objek penelitian dan indikator-indikator peneltian. Objek yang diteliti oleh Nur Isnawati adalah RSUD Ambarawa sedangkan penulis meneliti pada Bank BRI. Indikator yang diteliti adalah pelayanan bagian penerimaan pasien, dokter umum atau spesialis, bagian perawat, bagian keuangan, rasa makanan, variasi menu makanan, kelengkapan mebel minimal yang harus ada di ruang rawat inap, kondisi

kondisi penerangan, persediaan air di toilet, tempat ibadah, kelengkapan pertokoan, dan tempat parkir.

Pada penelitian ini penulis menggunakan indikator-idikator yang meliputi; pelayanan yang digunakan PT. Bank mandiri, fasilitas fisik yang dimiliki PT. Bank Mandiri Cabang Sudirman, kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat, bebas dari kesalahan dan memuaskan, kesediaan para karyawan untuk menanggapi dengan segera apa yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah, jaminan keahlian yang dimiliki oleh para karyawannya, dan kemudahan untuk melakukan hubungan secara pribadi, kekeluargaan dalam batas menjunjung etika profesi, serta komunikasi yang baik, perhatian pribadi, mengenal nama dengan baik, memahami kebutuhan nasabah, mau mengerti dan mendengarkan masalah-masalah yang sedang dihadapi nasabah.

2.2. Definisi Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran atau suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dipromosikan dan mendistribusikan barang – barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa, baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Arti kegiatan pemasaran merupakan suatu kegiatan manusia yang berhubungan dengan pasar untuk mewujudkan pertukaran yang potensial dengan maksud memberikan kepada keinginan dan kebutuhan manusia.

Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya lancar terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang lebih baik terhadap perusahaan.

Kebutuhan dan keinginan manusia dari waktu ke waktu selalu meningkat dan berkembang. Kegiatan pemasaran harus diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Sejak awal orang mengenal kegiatan pemasaran hanya menitikberatkan pada barang kemudian pada lembaga-lembaga yang diperlukan untuk melaksanakan proses jual beli, dan terakhir pada fungsi-fungsi untuk memungkinkan adanya transaksi pemasaran.

Dari uraian diatas, jelas bahwa pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dalam siklus yang berawal dan berakhir dengan pemuasan kebutuhan konsumen. Definisi yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2001), seorang ahli pemasaran yang dikemukakan sebagai berikut:

> "Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain".

2.3. Konsep Pemasaran

Para pengusaha telah menyadari bahwa pemasaran sangat penting bagi keberhasilan sebuah perusahaan, sebuah pemikiran bisnis yang benar - benar baru sebuah filsafat baru – berkembang dan disebut sebagai konsep pemasaran.

Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pembeli atau konsumen. Seluruh kegiatan dalam

sebuah perusahaan yang menganut konsep pemasaran harus diarahkan untuk memenuhi tujuan tersebut. Penggunaan konsep pemasaran bagi sebuah perusahaan dapat menunjang keberhasilan bisnis yang dilakukan sebagai filsafat bisnis.

Ada tiga ketetapan pokok yang mendasari konsep pemasaran:

1. Semua operasi dan perencanaan perusahaan harus berorientasi kepada konsumen.
2. Sasaran perusahaan harus volume penjualan yang menghasilkan laba, bukan volume demi kepentingan volume sendiri.
3. Semua kegiatan pemasaran disebuah perusahaan harus dikoordinir secara organisatoris.

Definisi dari konsep pemasaran itu sendiri menurut Stanton (1985) adalah:

> "Sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan".

Dari definisi diatas mempunyai konsekuensi bahwa seluruh kegiatan dalam perusahaan, harus berorientasi pada kebutuhan dan keinginan konsumen yang didukung oleh suatu pemasaran yang diarahkan kepada terciptanya kepuasan konsumen. Dengan terciptanya kepuasan kosumen diharapkan nantinya akan menciptakan kesan yang baik dan loyalitas yang tinggi dari konsumen terhadap perusahaan, yaitu menghasilkan laba maksimal.

2.4. Pemasaran Jasa

2.4.1. Pengertian Jasa

Perkembangan pemasaran berawal dari tukar-menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan alat tukar berupa uang. Dengan berkembangnya ilmu pengetahuan, maka semakin dibutuhkannya suatu alat tukar yang berlaku umum dan untuk itulah diciptakan uang. Disamping itu, manusia juga membutuhkan jasa yang mengurus hal-hal tertentu sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran.

Adapun definisi jasa menurut Kotler (1994) adalah:

> Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Sedangkan Zeithaml dan Bitner (1999) mendefinisikan jasa sebagai berikut:

> "Jasa mencakup semua aktifitas ekonomi yang outputnya bukanlah produk atau kontruksi fisik yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama dan nilai tambah yang diberikan dalam bentuk (kenyamanan, liburan, kecepatan, dan kesehatan) yang secara prinsip intangibel bagi pembeli pertamanya".

Berdasarkan definisi-definisi diatas maka dapat kita sebutkan mengenai karakteristik jasa yaitu:

a. Intangibel (Tidak berwujud)

   Suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.

b. Produksi dan konsumsi simultan

   Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seorang untuk diserahkan

kepada pihak lainnya , maka ia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

c. Heterogen

Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan.

d. Mudah musnah

Daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

2.5. Dimensi Pokok Jasa

Ada lima dimensi pokok jasa yang berkaitan dengan kinerja jasa, meliputi: (Tjiptono, 1995).

1) Bukti langsung (tangible)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi, seperti: interior ruangan, penampilan karyawan, penyajian masakan, kebersihan peralatan, dan tersedianya toilet.

2) Keandalan (reliability)

Yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat, bebas dari kesalahan dan memuaskan, seperti: kecepatan dan konsistensi pengantaran pesanan, kesigapan karyawan, dan kesediaan karyawan memberikan informasi kepada konsumen.

3) Daya Tanggap (responsiveness)

Yaitu kesediaan para karyawan untuk menanggapi dengan segera apa yang dibutuhkan dan diinginkan pelanggan, seperti: pemberian daftar menu kepada konsumen, menambah/mengganti peralatan servis, serta kesediaan untuk membantu konsumen apabila ada pesanan tambahan.

4) Jaminan (assurance)

Berupa jaminan keahlian yang dimiliki oleh para karyawannya, bahwa perusahaan menjamin mereka adalah tenaga – tenaga yang ahli dibidangnya, mendapatkan pendidikan dan latihan yang tepat, berpengalaman, memiliki dedikasi yang baik, dan dapat memberikan hasil pelayanan dengan segera dan akurat bebas dari kesalahan, bebas dari kecelakaan, menjamin rasa aman, resiko atau bebas dari ragu – ragu, misalnya: ketrampilan, keramahan, dan kesopanan karyawan dalam melayani konsumen.

5) Empati (emphaty)

Yaitu kemudahan untuk melakukan hubungan secara pribadi, kekeluargaan dalam batas menjunjung etika profesi, serta komunikasi yang baik, perhatian pribadi, mengenal nama dengan baik, memahami kebutuhan pelanggan, mau mengerti dan mendengarkan masalah – masalah yang sedang dihadapi pelanggan.

2.6. Service Quality

Dari suatu perusahaan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan. Harapan konsumen tersebut biasanya disampaikan dari mulut ke mulut (word of mouth), kebutuhan pribadi, pengalaman masa lalu dan komunikasi eksternal perusahaan. (Soetjipto, 1997).

Dari sudut pandang Service Quality tersebut ada dua aspek khusus yang sangat penting, yaitu (Reinman, 1990)

2.6.1. Customer – Driven Quality

Konsumen mempunyai peran yang cukup penting dalam menentukan kualitas suatu barang atau jasa. Semua atribut produk dan jasa yang mampu memberikan kontribusi atau nilai bagi konsumen dan mengarah pada terciptanya kepuasan konsumen akan selalu berada pada jalur sistem kualitas. Nilai dan kepuasan tersebut dipengaruhi oleh banyak faktor selama konsumen melakukan pembelian, memiliki barang tersebut dan pengalaman-pengalaman mereka dalam menerima jasa dari suatu perusahaan. Disini mencakup hubungan antara perusahaan dengan konsumen sehingga tercipta kepercayaan dan keyakinan konsumen akan produk yang diberikan mampu membawa pada kesetiaan konsumen pada perusahaan (loyalitas konsumen).

Pada konsep ini tidak hanya atribut-atribut yang melengkapi produk yang bersangkutan tetapi juga pada apa yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan pesaingnya, respon-respon dari konsumen kepada perusahaan.

2.6.2. Customer Relationship Manajemen

Konsep ini menggambarkan bagaimana perusahaan menyediakan karyawan-karyawan yang efektif dan efisien dalam membangun hubungan dengan dengan konsumen dan bagaimana mereka dapat menggunakan informasi-informasi yang didapat dari konsumen untuk meningkatkan hubungan mereka dengan pihak konsumen.

Ada beberapa alternatif pendekatan bagi perusahaan untuk memberikan pelayanan yang bermutu kepada konsumen. Namun diantara banyak alternatif pendekatan, terdapat dua pendekatan yang menarik perhatian banyak kalangan dunia bisnis. Adapun pendekatan tersebut adalah (1) Pendekatan yang dikembangkan oleh praktisi bisnis atau manajemen Amerika Serikat bernama Karl Albrecht yang disebut Service Triangle dan (2) Total Quality Service (3) Pendekatan yang dikembangkan oleh trio Akademisi Amerika Serikat yaitu Berry dan Zeithaml (PBZ) yang disebut Conceptual Model of Service Quality.

1. **Service Triangle (Segitiga layanan)**

   Adalah suatu model interaktif menuju layanan yang menggambarkan hubungan antara perusahaan dan pelanggannya. Model tersebut terdiri dari tiga elemen yaitu service strategy (strategi layanan), service people (sumber daya manusia yang memberikan layanan, service system (strategi layanaan) dengan pelanggan sebagai titik pusat.

2. Total Quality Service (Layanan Mutu Terpadu)

Adalah suatu keadaan dimana perusahaan mempunyai kemampuan untuk memberikan layanan yang bermutu kepada para stakeholder-nya(pelanggan, pemilik dan karyawan). Pada dasarnya Total Quality Service ini merupakan penjabaran dari segitiga layanan diatas yang mempunyai lima elemen yang saling retkait satu sama lain.

a. *Market and Customer Research* (Riset pasar dan pelanggan)

Riset ini dilakukan untuk meneliti kondisi pasar dimana perusahaan yang bersangkuatan berencana untuk beroperasi didalamnay yang meliputi identifikasi segmen pasar, analisis, demografis, analisis segmen pasar potensial dan analisis kebutuhan-kebutuhan yang ada di pasar.

Selain itu riset pelanggan juga berusaha untuk mengetahui harapan, keinginan dan perasaan konsumen secara individual terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Hasil dari keduanya dapat dapat dijadikan petunjuk atau pedoman bagi perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada pelanggan.

b. *Strategy Formulatiaon* (Perumusan strategi)

Yaitu suatu proses perencanaan srategi mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan meraih pelanggan baru. Untuk mendapatkan hasil perumusan yang efektif maka diperlukan pengetahuan mengenai bidang usaha perusahaan, misi perusahaan, nilai dan norma yang berlaku di dalam pihak perusahaan, pendekatan

strategi yang dibutuhkan agar dapat memenangkan persaingan, pengetahuan mengenai cara memadukan teknologi, operasi metodologis dan struktur organisasi untuk memenihi permintaan para pelanggan serta reposisi perusahaan.

c. *Education, Training and Communication* (Pendidikan, Pelatihan dan Komunikasi)

Untuk memberikan pelayanan yang bermutu kepada para pelanggan sumber daya manusia dari suatu perusahaan haruslah juga berkualitas, sehingga diperlukan adanya pendidikan dan pelatihan guna mengembangkan dan meningkatkan mutu sumber daya manusia yang ada. Sedang peran komunikasi disini adalah sebagai alat pendistribusian informasi ke setiap individu di perusahaan.

Ketiga komponen diatas juga berharap dalam meningkatkan pemahaman sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan akan keinginan dan harapan konsumen, visi, misi dan nilai-nilai perusahaan, serta strategi mempertahankan pelanggan yang telah ada dan mendapatkan pelanggan-pelanggan baru.

d. Proses Improvement

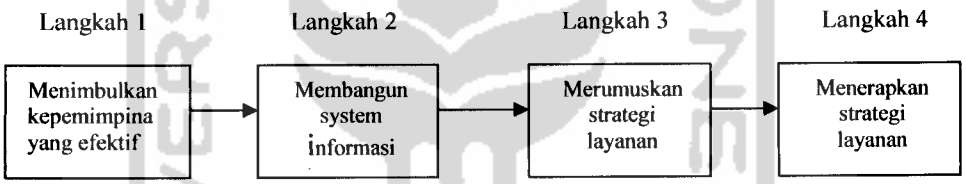
Merupakan usaha-usaha di seluruh tingkatan pada perusahaan untuk secara berkesinambungan menyempurnakan proses pemberian layanan dan secara aktif mencari cara-cara baru untuk terus membuat perusahaan menjadi kuat.

e. Assesment, Measurement and Feedback (Penilaian atau Pengukuran dan Umpan Balik).

Hasil penilaian dari kinerja dan umpan balikdijadikan dasar untuk memberikan balas jasa kepada karyawan serta masukan kepada perusahaan tentang apa, kapan dan bagaimana cara memperbaiki.

3. Conceptual Model of Service Quality

Dalam model ini terdapat lima gaps (kesenjangan) yang menyebabkan perusahaan tidak mampu memberikan pelayanan yang bermutu kepada konsumen atau pelanggan, sehingga diperlukan suatu cara untuk menghilangkan gaps tersebut, yaitu dengan cara:



Gb. 2.1 Langkah-langkah menghilangkan gaps

Langkah awal yang harus diambil perusahaan dalam menghilangkan gaps adalah berusaha untuk menciptakan kepemimpinan yang efektif, karena pemimpin dalam hal ini adalah manajeman puncak merupakan motor penggerak dalam pelaksanaan visi dan misi perusahaan, pelaksanaan operasional perusahaan yaitu pemberian pelayanan kepada pelanggan, tanpa adanya bimbingan dan arahan dari pihak manajemen puncak akan sulit untuk melakukan semua itu.

Langkah kedua yang dilakukan adalah perlunya sistem informasi layanan yang mampu menyediakan data-data dan informasi yang relevan

dan tepat guna pengambilan keputusan yang berhubungan dengan kualitas pelayanan. Selain itu sistem informasi layanan yang efektif diharapkan mampu menampung keinginan dan harapan para pelanggan. Pengidentifikasian berbagai kekurangan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan memadukan alokasi sumber daya perusahaan untuk kepentingan peningkatan kualitas pelayanan. Memberikan umpan balik bagi perbaikan kualitas pelayanan sekaligus dapat memberikan alternatif tolak ukur kualitas pelayanan.

2.7. GAP Kualitas Jasa

Masalah utama dari keberhasilan perusahaan jasa adalah bagaimana perusahaan jasa dapat mengelola jasa yang sesuai dengan prinsip manajemen yang melibatkan unsur-unsur pemasaran, operasi dan juga sumber daya manusia. Sehingga perusahaan jasa harus dapat memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya. Hal ini dapat dilakukan dengan memenuhi harapan dari pelanggan yang dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, kabar dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa. Apabila jasa yang dirasakan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan maka pelanggan cenderung akan menggunakan kembali penyedia jasa tersebut.

Oleh karena itu Berry dan Zeithaml mengemukakan sebuah model kualitas jasa yang menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas

jasa yang diharapkan. Dalam hal ini ada lima *gap* yang menyebabkan adanya perbedaan mersepsi mengenai kualitas pelayanan yaitu:

1. Gap 1 (Gap persepsi manajemen) yaitu adanya perbedaan antara harapan-harapan konsumen dengan persepsi manajemen terhadap harapan-harapan konsumen. Kesenjangan ini terjadi karena kurang efektifnya komunikasi ke atas di dalam organisasi penyelenggara pelayanan, kurangnya riset pemasaran serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.
2. Gap 2 (Gap persepsi kualitas), yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan ini terjadi karena tidak memadahinya komitmen manajemen terhadap standardisasi tugas dan tidakadanya penyusunan tujuan.
3. Gap 3 (Gap penyampaian pelayanan), yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyerahan jasa. Kesenjangan ini disebabkan oleh faktor-faktor (1) *Abiquitas* peran (2) Konflik peran, (3) Kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakan, (4) Kesesuaian teknologi yang digunakan, (5) Sistem pengendalian dari atasan, (6) *Perceive control*, yaitu sejauh mana pegawai merasakan kebebasan untuk menentukan cara pelayanan, (7) Team word, yaitu sejauh mana pegawai manajemen merumuskan tujuan bersama di dalam merumuskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu.
4. Gap 4 (Gap komunikasi pasar), yaitu perbedaan persepsi antara jasa dan komunikasi eksternal. Kesenjangan ini sering terjadi karena : (1) Tidak

memadahinya komunikasi horizontal dan (2) Adanya kecenderungan untuk memberikan janji yang berlebihan.

5. Gap 5 (Gap kualitas pelayanan), yaitu perbedaan antara jasa yang dirasakan dengan jasa yang diharapkan oleh pelanggan. Kesenjangan ini dapat dirasakan oleh pelanggan dari orang lain, pengalaman masa lalu dan ketidaksesuaian dengan keutuhannya.

2.8. Kepuasan Konsumen

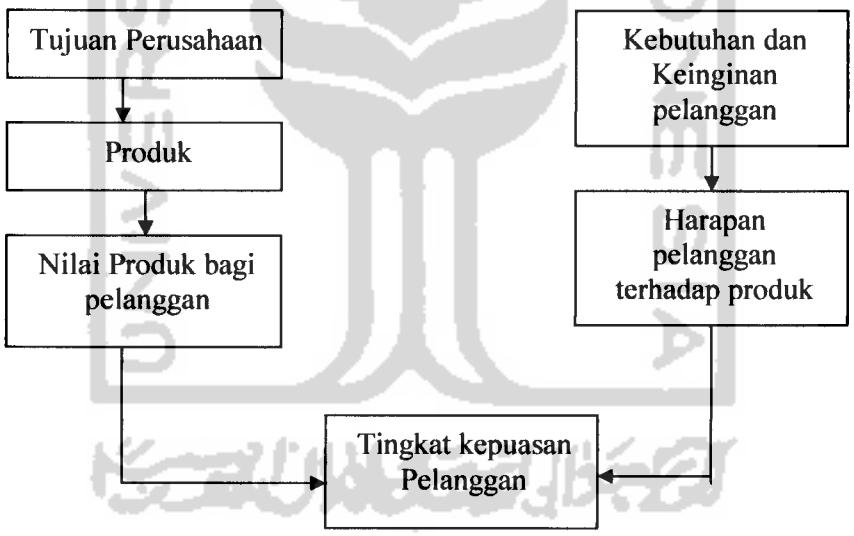
Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberi manfaat yang besar bagi perusahaan, diantaranya terciptanya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, dapat membentuk rekomendasi yang baik dari mulut ke mulut sehingga pada saatnya akan tercipta loyalitas pelanggan dimana akan meningkatkan dasar yang baik untuk melakukan pembelian ulang.

Pencapaian kepuasan adalah sesuatu proses yang kompleks dan rumit. Tingkat kepuasan dari satu orang tidak sama dengan tingkat kepuasan orang lain. Konsep pemasaran juga masih bersifat abstrak, oleh karena itu peranan setiap individu sangatlah penting berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk.

Banyak pakar yang memberikan definisi tentang kepuasan pelanggan, menurut Yamit (2001) Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi membandingkan apa yang dirasakan dengan apa yang diharapkan.

Sedangkan menurut Kotler (1994) Kepuasan kosumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan di bandingkan dengan harapannya.

Namun pada dasarnya, pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan (Pawitra, 1993) menyatakan bahwa pengertian tersebut dapat diterapkan dalam penilaian kepuasan atau ketidakpuasan terhadap satu perusahaan tertentu karena keduanya berkaitan erat dengan konsep kepuasan pelanggan, sebagaimana dapat dilihat pada gambar berikit ini.



Gb : 2.2 Konsep kepuasan Pelanggan

berdasarkan gambar tersebut kepuasan ditentukan oleh harapan seseorang terhadap suatu kinerja atau kualitas. Kualitas memberikan suatu dorongan yang erat kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang

kuat dengan perusahaan. Sedangkan kinerja memberikan definisi pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan berusaha meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami pelanggan akan kebutuhan dan harapan mereka dengan lebih baik.

Kemudian berdasarkan teori stimulus respon dapat disimpulkan bahwa pelanggan akan merasa puas jika mendapatkan produk merek dan pelayanan yang menyenangkan dan sebaliknya jika produk dan pelayanan yang diperolehnya dengan tidak menyenangkan akan menjadi tidak puas. (mangkunegara, 1998)

Selain itu ada lima elemen penting dalam konsep kepuasan pelangan, yaitu

1. *Expectation* : hal yang mempengaruhi keputusan konsumen sebenarnya diawali selama tahap sebelum pembelian, yaitu ketika konsumen menyusun harapan terhadap apa yang akan diterima konsumen dari produk atau jasa. Harapan ini akan terus muncul sampai tahap purna beli, terutama ketika konsumen mengkonsumsi produk atau jasa.
2. *Performence* : Selama kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kinerja dan manfaat dari produk dan jasa secara aktual dilihat dari kepentingan konsumen.

3. *Comparison* : setelah mengkonsumsi, harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja aktual dibandingkan konsumen.
4. *Confirmation* atau *Disconfirmatioan*, perbandingan ini menghasilkan penegasan dari harapan konsumen (ketika harapan sama dengan kinerja) atau tidak adanya penegasan harapan (ketika kinerja lebih besar atau lebih kecil dari harapannya).
5. *Discrepany*, jika tingkat kinerja tidak sama, pengukuran ketidaksamaan menunjukkan kinerja aktual ada dibawah tingkat harapan. Semakin besar ketidaksesuaian terjadi, maka semakin besar ketidakpuasan konsumen.

Pengukuran tingkat konsumen merupakan hal yang esensial bagi setiap perusahaan. Dengan adanya pengukuran tersebut dapat dijadikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Pada prinsipnya kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai metode, beberapa diantaranya adalah sebagai berikut : (Tjiptono, 1997)

1. Sistem Keluhan dan Saran

   Organisasi yang berwawasan konsumen akan selalu mempermudah konsumennya untuk memberikan sebuah kotak saran yang ditempatkan pada lokasi yang strategis sehingga konsumen dengan mudah dapat memberikan saran dan keluhan khusus dari konsumen dan perusahaan menempatkan staf untuk menghargai keluhan konsumen tersebut. Alur informasi ini sangat berguna bagi perusahaan dalam memberikan gagasan

yang baik dan perusahaan dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah yang timbul.

2. Survei Kepuasan Konsumen

Umumnya banyak penelitian tentang kepuasan konsumen yang dilakukan dengan metode survey, baik dengan survey melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi melalui survey perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik (*feedback*) secara langsung dari konsumen dan juga memberikan tanda positif banhwa perusahaan memberikan perhatian terhadap para konsumennya.

3. *Gosh Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai konsumen adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli atau konsumen potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

4. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan sebaiknya menghubungi konsumen yang telah berhenti atau pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.

2.9. Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen adalah sifat-sifat yang membedakan konsumen yang satu dengan yang lain. Perbedaan tersebut dapat menyebabkan perilaku konsumen yang satu dengan yang lain tidak sama. Dalam pengelompokan karakteristik konsumen didasarkan pada faktor demografi yang meliputi; usia, penghasilan, status pekerjaan dan pendidikan.

Kelompok usia yang satu dengan yang lain sering memiliki nilai dan perilaku yang berbeda. Sedangkan terlepas dari kecenderungan modern untuk meniadakan perbedaan antara laki-laki dan perempuan, banyak didapati bukti bahwa laki-laki dan perempuan memiliki perbedaan dalam hal yang penting (bukan hanya sekedar fisik) misalnya perempuan dapat memproses informasi secara berbeda dari laki-laki, perempuan lebih sabar, telaten, dan kurang mendominasi seperti laki-laki.

Masyarakat pada tingkat penghasilan yang berbeda cenderung memiliki tata nilai, perilaku, serta gaya hidup yang berbeda. Namun demikian, biasanya penghasilan digunakan untuk mensegmentasi lebih lanjut dan didasarkan pada karakteristik-karakteristik lainnya.

Mata pencaharian seseorang mempunyai ukuran penghasilan dan pembelanjaan mereka. Suatu pemahaman atas tipe-tipe pekerjaan memberikan memberikan pandangan pada kebutuhan konsuman. Pergantian pekerjaan menyebabkan perubahan-perubahan pada perilaku pembelajaran dan ada saat pekerja tersebut berganti pekerjaan, maka mereka menampilkan tantangan-tantangan baru bagi produsen.

Segmen pendidikan perguruan tinggi berbeda perilaku pembelanjaannya dari pendidikan yang lebih rendah. Hal ini disebabkan kelompok kelompok yang berpendidikan lebih tinggi merespon secara positif terhadap advertising yang penuh informasi dan etis. Oleh karena itu produsen tertarik memasarkan produknya kepada kelompok ini akan lebih baik jika memekankan pada kualitas performance dan motif-motif belanja rasional lainnya.

2.10. Pengertian Harapan Pelanggan dan Kinerja

Harapan pelanggan diyakni mempunyai peran yang besar dalam menentukan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasi, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai acuan. Dengan demikian harapanlah yang melatarbelakangi ada dua arah pada industri yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya.

Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Pengertian ini didasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standard prediksi, namun ada pula yang menjadikan standard ideal.

Dalam rangka mengukur kepuasan konsumen, maka harapan terhadap jasa kinerja dan kinerja jasa dapat dievaluasi dari lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kinerja jasa, meliputi; *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (keandalan), *asuranse* (jaminan), *emphaty* (perhatian) dan *tangibles* (kemampuan fisik). (Tjiptono, 1995)

Kinerja merupakan evaluasi konsumen setelah menggunakan produk barang atau jasa. Definisi 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 pelanggan tersebut akan merasakan kepuasan seiring dengan kualitas jasa yang diterimanya.

Kinerja mempunyai hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kinerja yang baik memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dala m jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama haparan serta kebutuhan pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan kepuasan pelanggan yang menyenangkan atau meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Konsumen yang merasa tidak puas akan bereaksi dengan tindakan yang berbeda, ada yang diam saja dan ada pula yang melakukan komplain. Berkaitan dengan hal ini ada tiga kategori tanggapan atau komplain terhadap ketidakpuasan, yaitu: Voice response (menyampaikan keluhan secara langsung dan meminta ganti rugi pada perusahaan yang bersangkutan), Third-party response (berusaha meminta ganti rugi secara hukum), dan Private respose (memberikan rekomendasi negative kepada pihak-pihak lain, seperti keluarga / teman). (Tjiptono, 1995)

2.11. Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari masalah atau pertanyaan penelitian yang masih perlu diuji kebenarannya. Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso
2. Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasar karakteristik konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi untuk melakukan penelitian ini mengambil tempat di PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso, Yogyakarta. Alasan pemilihan obyek adalah dikarenakan Bank BRI berada didekat pusat bisnis.

3.2. Definisi Operasional variable

Untuk lebih memperjelas dan menyamakan pengertian tentang indikator-indikator yang diukur, maka diberikan penjelasan sebagai berikut :

1. Karakteristik Konsumen

   Menggambarkan pengelompokan responden kedalam kategori-kategori berdasarkan:

   a. Gender

      Gender sering berpengaruh pada sikap seseorang terhadap objek.

      - Laki-laki
      - Perempuan

   b. Usia

      Usia merupakan variabel sosial ekonomi yang sering kali digunakan sebagai barometer tingkat kematangan dalam berfikir atau menentukan pilihan.

      - Kurang 25 tahun
      - 25 tahun – 40 tahun

- Lebih dari 40 tahun

c. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan adalah jenjang pendidikan terakhir yang diselesaikan oleh responden.

- SMP kebawah
- SMP – SMU
- SMU keatas

d. Pekerjaan

Pekerjaan adalah suatu aktivitas yang dilakukan setiap hari oleh responden.

- Pegawai Negeri / TNI / POLRI
- Pegawai Swasta / Wiraswasta
- Petani
- Pelajar / Mahasiswa
- Ibu Rumah Tangga / Pensiunan

e. Pendapatan / uang saku rata-rata dalam satu bulan

Pendapatan merupakan jumlah pendapatan per bulan atau pendapatan rata-rata dalam satu bulan yang diperoleh responden.

- Kurang dari Rp. 1.000.000
- Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000
- Lebih dari Rp. 5.000.000

2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan kosumen menurut Kotler (1994) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan di bandingkan dengan harapannya. Besarnya nilai kepuasan tersebut diukur dengan kuesioner tentang kesan subjektif para responden terhadap atribut jasa pelayanan untuk pertanyaan mengenai kepuasan konsumen berdasar tingkat harapan konsumen dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan tentang jasa pelayanan yang diberikan perusahaan.

3. Harapan

Menurut Zeithaml (1993), harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Dalam mengevaluasi, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai acuan.

Variabel untuk mengukur harapan konsumen dalam penelitian ini meliputi bukti langsung, daya tanggap, jaminan, empati akan diuraikan sebagai berikut :

a. Bukti langsung
   - Bank BRI memiliki peralatan modern
   - Bank BRI memiliki fasilitas fisik menarik
   - Karyawan bank BRI berpenampilan rapi
   - Bank BRI memiliki (poster dan pernyataan) yang menarik

b. Keandalan
   - Bank BRI memenuhi janji sesuai yang dijanjikan

- Bank BRI bisa menyelesaikan permasalahan konsumen
- Bank BRI menyelesaikan layanan tepat waktu

c. Daya Tanggap

- Karyawan bank BRI memberi layanan yang cepat
- Karyawan bank BRI memberi layanan dengan cara yang tepat
- Karyawan bank BRI selalu siap sedia memberi bantuan
- Karyawan bank BRI tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen

d. Jaminan

- Perilaku karyawan bank BRI meyakinkan
- Konsumen merasa aman bertransaksi
- Karyawan bank BRI sopan dalam melayani konsumen

e. Empati

- Bank BRI memberi perhatian secara individual
- Bank BRI memiliki jam operasi sesuai kebutuhan konsumen
- Karyawan bank BRI memahami kebutuahn konsumen secara spesifik
- Karyawan bank BRI menjalin komunikasi dengan konsumen tanpa pandang bulu (pilih kasih).

4. Kinerja

Kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang di beli. Adapun indikator dari dimensi variabel kinerja adalah seperti pada variabel harapan diatas.

3.3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan survey terhadap pelanggan PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso Yogyakarta melalui penyebaran kuesioner. Penulis membuat daftar pertanyaan yang akan dibagikan kepada responden yang diambil sebagai sampel, yaitu mengenai harapan dan kinerja PT. Bank BRI yang selanjutnya dijadikan sebagai dasar pengukuran kepuasan konsumen.

Bentuk kuesioner untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut:

Bagian I

Berisi tentang karakteristik konsumen yang dapat dijadikan untuk mengukur kepuasan konsumen berdasarkan karakteristiknya. Adapun rincian dari karakteristik konsumen tersebut seperti pada definisi operasional variabel diatas.

Bagian II

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan bentuk angket tertutup artinya pertanyaan yang digunakan diberi lima alternative jawaban yang diberi bobot 4 sampai 1, sebagai alternatif jawaban dengan kriteria sangat penting, penting, tidak penting, dan sangat tidak penting. Responden cukup memilih salah satu jawaban tersebut, baik kinerja maupun harapan diberi pertanyaan yang sama. Pada angket ini berisi tentang indikator harapan dengan pertanyaan yang meliputi indikator seperti pada definisi operasional variabel diatas.

Bagian III

Didalam penelitian ini peneliti menggunakan bentuk angket tertutup artinya pertanyaan yang digunakn diberi lima alternative jawaban yang diberi bobot 4 sampai 1, sebagai alternatif jawaban dengan kriteria sangat baik, baik, tidak baik, dan sangat tidak baik. Responden cukup memilih salah satu jawaban tersebut, baik kinerja maupun harapan diberi pertanyaan yang sama. Pada angket ini berisikan tentang indikator kinerja dengan pertanyaan yang meliputi indikator seperti pada definisi operasional variabel diatas.

3.3.1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan proses pengukuran untuk menguji kecermatan butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurnya, dimana pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing-masing item dengan skor totalnya kemudian diolah dengan bantuan program SPSS 11.5. Untuk menghitung koefisien korelasi digunakan metode korelasi Pearson yang rumusnya adalah (Hadi, 1991).

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

dimana:

r_{xy}= koefisien korelasi antar butir (x) dengan skor variabel (y)

n = jumlah responden yang diuji coba

$\sum x$= jumlah skor butir X

$\sum y$= jumlah skor variabel (Y)

$\sum x^2$= jumlah skor butir (X) kuadrat

Perhitungan sahih atau tidak suatu butir pertanyaan dilakukan dengan cara membandingkan hasil korelasi item pertanyaan dan skor total dengan korelasi kritis atau korelasi tabel (Rh>Rt) (Supardi 2005). Jika nilai korelasi setiap item pertanyaan lebih besar dari nilai kritis atau korelasi tabel maka item tersebut bisa dikatakan valid.

3.3.2. Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang diinginkan dapat dihandalkan sebagai alat pengumpul data serta mampu mengungkap informasi yang sebenarnya di lapangan. Instrumen yang reliabel akan dihasilkan data yang sesuai dengan kenyataan. Dari berbagai metode yang tersedia bagi instrumen, metode Spearman-Brown dipilih oleh peneliti karena kesederhanaan dan kemudahannya.

Uji reliabilitas dicari dengan rumus sebagai berikut: (Hadi, 1991).

$$r_{11} = \frac{r^2_{xy}}{(1 + r_{xy})}$$

Dimana:

r_{11} : Koefisien reliabilitas

r_{xy} : Koefisien korelasi antara skor belahan y1 dan belahan y2

Dalam menguji Reliabilitas dengan teknik ini, skor yang diperoleh dikelompokkan menjadi dua berdasarkan belahan bagian butirnya. Dengan teknik ganjil-genap, skor butir bernomor ganjil akan dikelompokkan sebagai belahan pertama dan skor butir bernomor genap akan dikelompokkan sebagai belahan kedua. Selanjutnya skor belahan pertama akan dikorelasikan dengan skor belahan kedua sehingga diperoleh nilai r_{xy}. Nilai Reliabilitas diperoleh kemudian dibandingkan dengan nilai dari tabel r *product moment.* Jika nilai $r_{11} > r_t$ maka dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan tidak reliabel, namun jika ternyata $r_{11} < r_t$ maka dapat disimpulkan bahwa instrumen yang digunakan reliabel.

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek (satuan-satuan atau individu) yang karakteristiknya hendak diduga (Djarwanto dan Subagyo, 1993). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menggunakan jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso.

3.4.2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit dari jumlah populasinya) (Djarwanto dan Subagyo, 1993).

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Convenience Sampling*, yaitu peneliti menyeleksi anggota populasi yang paling mudah untuk diperoleh datanya, yaitu dengan cara pengambilan sampel dari populasi yang dapat ditemui pada saat melakukan transaksi di PT. Bank BRI yang sekiranya dapat mewakili populasi. Jumlah sampel dihitung dengan menggunakan rumus (Djarwanto dan Subagyo, 1993)

$$n = \frac{1}{4}\left[\frac{z\frac{1}{2}\alpha}{E}\right]^2$$

Dimana:

n : Jumlah sampel

Z1/2 : Batas luar daerah

α : Taraf kesalahan dalam pengujian yang biasa digunakan

E : Kesalahan maksimum

Dasar penentuan sampel dengan menggunakan α = 5% karena pada umumnya taraf kesalahan dalam pengujian statistik ditetapkan sebesar 5%. Karena telah ditentukan α = 5%, maka $Z_{1/2}\ \alpha$ = 1,96 (dari table Z).

Peneliti juga menentukan E=0,1 karena ini merupakan keputusan subjektif, Peneliti menginginkan tingkat kesalahan yang mungkin terjadi tidak lebih dari 0,1 (10%) sedangkan tingkat kebenarannya adalah 0,9 (90%)

Dari data diatas, maka jumlah sample yang akan diteliti sebanyak :

$$n = 0{,}25 \left[\frac{1{,}96}{0{,}1}\right]^2$$

$$n = 96{,}04$$

$$n = 96{,}04$$

Maka berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sample adalah 96 responden dan hal ini dianggap sudah mewakili populasi yang akan diteliti.

3.5. Metode Analisis Data

Proses analisis merupakan usaha untuk menemukan jawaban atas pertanyaan perihal rumusan-rumusan dan hal-hal yang diperoleh dalam proyek penelitian. Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.5.1. Analisis Deskripstif

Dengan menggunakan kuesioner yang telah disebarkan kemudian dilakukan analisis data, sehingga mendapatkan gambaran yang jelas. Metode analisa ini diterangkan dalam bentuk prosentasi disertai tabel dalam penyajiannya.

3.5.2. Analisis Statistik

Analisis statistik yang digunakan dalm penelitian ini adalah :

a. Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon

Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon adalah salah satu perhitungan uji non parametrik yang digunakan untuk membuktikan perbedaan dua sampel berhubungan, dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui

kepuasan yang dirasakan pengguna jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso Yogyakarta. Prosedur pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional

   Ho = Tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso

   Ha = Terdapat perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso.

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis.

   Dalam uji hipotesis penelitian ini ditentukan taraf signifikan 5% (α = 0,05) sehingga kriteria pengujiannya sebagai berikut:

   Ho diterima atau Ha ditolak, jika $P \geq 0,05$

   Ho ditolak atau Ha diterima, jika $P < 0,05$

3. Perhitungan

   Tahap perhitungan ini dilakukan berdasar pada alat analisis yang digunakan, yaitu Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon. Sedangkan untuk lebih mempermudah memperoleh hasil, maka kegiatan perhitungannya menggunakan fasilitas komputerisasi dengan program SPSS (Santoso, 2001)

4. Pengambilan kesimpulan

   Pengambilan kesimpulan merujuk pada prosedur kedua dan ketiga.

b. Uji Beda Jenjang dari Kruskal-Wallis

Uji Beda Jenjang dari Kruskal-Wallis adalah salah satu perhitungan uji non parametrik yang digunakan untuk menentukan adanya perbedaan antara kelompok amatan, misalnya gender, usia, tingkat pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan dengan nilai kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini, analisis Kruskal-Wallis digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen berdasarkan karakteristi konsumen. Prosedur pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional

   Ho = Tidak ada perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasar karakteristik konsumen.

   Ha = Terdapat perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasar karakteristik konsumen

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis.

   Dalam uji hipotesis penelitian ini ditentukan taraf signifikan 5% (α = 0,05) sehingga criteria pengujiannya sebagai berikut:

   Ho diterima atau Ha ditolak, jika P $\geq$ 0,05

   Ho ditolak atau Ha diterima, jika P < 0,05

3. Perhitungan

   Tahap perhitungan ini dilakukan berdasar pada alat analisis yang digunakan, yaitu Uji Beda Jenjang dari Kruskal-Wallis Sedangkan untuk lebih mempermudah memperoleh hasil, maka kegiatan

perhitungannya menggunakan fasilitas komputerisasi dengan program SPSS (Santoso, 2001)

4. Pengambilan kesimpulan

   Pengambilan kesimpulan merujuk pada prosedur kedua dan ketiga.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Instrumen Penelitian

Ketepatan pengujian suatu hipotesa tentang hubungan variabel penelitian sangat tergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian yang dalam proses pengumpulannya seringkali menuntut pembiayaan, waktu dan tenaga yang besar, tidak akan berguna bilamana alat pengukur yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tersebut tidak memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi. Pengujian hipotesis tidak akan mengenai sasarannya, bilamana data yang dipakai untuk menguji hipotesa adalah data yang tidak reliabel dan tidak menggambarkan secara tepat konsep yang diukur.

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Bila seseorang ingin mengukur berat suatu benda, maka dia harus menggunakan timbangan. Timbangan adalah alat pengukur yang valid bila dipakai untuk mengukur berat, karena timbangan memang mengukur berat. Bila panjang yang ingin diukur, maka dia harus menggunakan meteran. Meteran adalah alat pengukur yang valid bila digunakan untuk mengukur panjang, karena memang meteran mengukur panjang. Tetapi timbangan bukanlah alat pengukur yang valid bilamana digunakan untuk mengukur panjang.

Sedangkan reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Misalkan seorang mengukur panjang jarak dua buah bangunan dengan dua jenis alat ukur, yang satu adalah meteran yang terbuat dari logam, sedangkan yang lainnya adalah dengan menggunakan jumlah langkah kaki. Setiap alat pengukur digunakan sebanyak dua kali untuk mengukur jarak yang sama. Besar sekali kemungkinan hasil pengukuran yang diperoleh dengan pengukur tersebut akan berbeda. Pengukuran yang dilakukan dengan langkah kaki, besar sekali kemungkinannya akan tidak sama karena besar langkah antara pengukuran yang pertama dengan pengukuran yang kedua mungkin berlainan. Dari contoh diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa meteran adalah alat pengukur yang realibel, sedangkan langkah kaki adalah alat pengukur yang kurang realibel.

Dalam penelitian ini, cara yang ditempuh untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan angket yang berisi tentang butir-butir pertanyaan yang kemudian dibagikan kepada responden. Langkah awal sebelum melakukan penyebaran angket kepada seluruh responden adalah melakukan pengujian kualitas data dengan melakukan pengujian validitas dan reliabilitas setiap daftar pertanyaan. Dalam melakukan pengujian kualitas data, angket di sebarkan kepada 30 orang responden sebagai data uji coba. Hasil dari pengujian validitas dan reliabilitas instrumen pertanyaan tentang kualitas pelayanan pada Bank BRI Cabang Brigjen Katamso dapat dijelaskan sebagai berikut :

4.1.1. Uji Validitas

Dalam pengujian ini koefisien korelasi kritis diperoleh dari tabel distribusi r dengan menggunakan derajat bebas (N-2) = 30-2 = 28 dan taraf signifikan sebesar 5 % diperoleh nilai r-tabel = 0,306

Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung (untuk r tiap butir pertanyaan terhadap skor total) lebih besar dari nilai r tabel dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid.

Setelah melalui proses pengolahan data dengan program SPSS, maka hasil uji validitas tentang kualitas pelayanan Bank BRI Cabang Brigjen Katamso dapat dilihat dalam Tabel 4.1 dan hasil selengkapnya tentang pengujian validitas ini dapat dilihat dalam lampiran .

Hasil Uji Validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas

Dimensi	Item	r xy		r tabel	Keterangan
		Kinerja	Harapan		
Bukti Langsung	P1	0.6544	0.5668	0.3061	Valid
	P2	0.6845	0.4810	0.3061	Valid
	P3	0.7384	0.4458	0.3061	Valid
	P4	0.5824	0.4883	0.3061	Valid
Keandalan	P5	0.6417	0.5682	0.3061	Valid
	P6	0.5307	0.4068	0.3061	Valid
	P7	0.5538	0.5683	0.3061	Valid
Daya Tanggap	P8	0.4751	0.5331	0.3061	Valid
	P9	0.4295	0.4995	0.3061	Valid
	P10	0.5864	0.4518	0.3061	Valid
	P11	0.5222	0.4965	0.3061	Valid
Jaminan	P12	0.5145	0.4033	0.3061	Valid
	P13	0.4568	0.5756	0.3061	Valid
	P14	0.525	0.4073	0.3061	Valid
	P15	0.5728	0.4795	0.3061	Valid
Empati	P16	0.3982	0.6145	0.3061	Valid
	P17	0.5746	0.6213	0.3061	Valid
	P18	0.5517	0.3939	0.3061	Valid
	P19	0.7146	0.3613	0.3061	Valid

Keterangan : Valid r hitung > r tabel

Sumber : Data primer diolah, 2006 (Lampiran 4)

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang terdiri dari masing-masing 19 butir kinerja dan harapan pada Bank BRI Cabang Brigjen Katamso dapat dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat

4.1.2. Uji Reliabilitas

Dalam pengujian ni dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Program SPSS 11.5 *for windows* memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu

variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > r tabel (Hadi, 1991)

Hasil uji reliabilitas pertanyaan tentang variabel-variabel penelitian, dapat diringkas sebagaimana yang tersaji dalam tabel berikut ini.

Tabel 4.2

Hasil Pengujian Reliabilitas

Penilaian	Koefisien Alpha Cronbach	Nilai r tabel	Keterangan
Kinerja	0,9069	0,3061	Handal
Harapan	0,8778	0,3061	Handal

Sumber : Data primer diolah, 2006 (Lampiran 4)

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha baik pertanyaan kinerja maupun harapan 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

Dengan menggunakan kuesioner yang telah disebarkan kemudian dilakukan analisis data, sehingga mendapatkan gambaran yang jelas. Metode analisa ini diterangkan dalam bentuk prosentasi disertai tabel dalam penyajiannya. Analisis ini menjelaskan tentang karakteristik responden yang

terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, tingkat pendapatan. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk dan jasa, sehingga akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasannya. 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	57.3%
Perempuan	41	42.7%
Jumlah	96	100%

Sumber:Data primer yang diolah, 2006 (Lampiran 3)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 57,3 persen responden berjenis kelamin laki-laki dan 42,7 persen responden berjenis kelamin perempuan. Ditinjau dari besarnya persentase menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah laki-laki. Hal ini disebabkan kaum laki-laki memiliki keputusan yang lebih dominan dibandingkan dengan kaum perempuan termasuk dalam memilih jasa perbankan, baik untuk menabung maupun melakukan keputusan kredit.

2. Usia Responden

Usia 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 Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 25 th	33	34.4%
25 – 40 th	34	35.4%
> 40 th	29	30.2%
Jumlah	96	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2006 (Lampiran 3)

Dari data di atas menunjukkan bahwa nasabah Bank BRI Cabang Brigjen Katamso mayoritas berusia antara 31 - 40 tahun, yaitu sebesar 35,4 persen (34 orang). Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu usia kurang dari 25 tahun sebesar 34,4 persen (33 orang), dan terakhir berusia lebih dari 40 tahun sebesar 30,2 persen atau 29 orang.

Kenyataan menunjukkan bahwa mayoritas nasabah Bank BRI Cabang Brigjen Katamso adalah berusia produktif. Hal ini disebabkan karena kelompok nasabah ini memiliki tingkat aktivitas dan produktivitas yang tinggi. Dengan demikian dalam melakukan bisnis ataupun pekerjaan, responden ini sangat membutuhkan jasa bank yang handal, dan dapat dipercaya.

3. Pendidikan

Pendidikan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan 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	3.1%
SMP – SMU	43	44.8%
> SMU	50	52.1%
Total	96	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2006 (Lampiran 3)

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden mayoritas berpendidikan terakhir di atas SMU, yaitu sebesar 52,1 persen (50 orang). Sedangkan nasabah yang berpendidikan antara SMP – SMU sebesar 44,8% atau 43 orang dan hanya sebesar 3,1% atau 3 orang yang berpendidikan terakhir kurang dari SMP.

Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang menggunakan jasa di Bank BRI Cabang Brigjen Katamso merupakan responden yang telah memiliki tingkat pendidikan tinggi. Hal ini bukan merupakan suatu kekuatan bank bagi bank, karena keberadaannya telah dipercaya oleh nasabah yang berpendidikan tinggi.

4. Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan nasabah dalam memilih Bank BRI Cabang Brigjen Katamso. 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
Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	12.5%
Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	47.9%
Petani	0	0.0%
Pelajar / mahasiswa	29	30.2%
Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	9.4%
Jumlah	96	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2006 (Lampiran 34)

Dari tabel 4.6 di atas menunjukan bahwa jenis pekerjaan responden mayoritas adalah wiraswasta dan swasta, yaitu sebesar 47,9 persen (46 orang). Sedangkan distribusi tingkat pekerjaan yang lain yaitu pelajar/mahasiswa yaitu sebesar 30,2 persen (29 orang), Pegawai Negeri / TNI / POLRI sebesar 12,5 persen (12 orang), Ibu Rumah Tangga / Pensiunan yaitu sebanyak 9 orang atau 9.4%, dan tidak ada satu respondenpun yang memiliki pekerjaan sebagai petani.

Kenyataan ini berarti jenis pekerjaan nasabah yang menggunakan jasa di Bank BRI Cabang Brigjen Katamso adalah Wiraswasta dan swasta. Hal ini disebabkan karena bank BRI merupakan bank terbesar di

Indonesia, sehingga sangat dipercaya oleh para pengusaha maupun wiraswasta sebagai tempat untuk menyimpan uang yang memiliki tingkat keamanan yang baik serta fasilitas lengkah, sehingga memudahkan untuk melakukan transaksi.

5. Tingkat Pendapatan Nasabah

Tingkat pendapatan seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan nasabah dalam memilih jasa perbankan. Tabel 4.7 menunjukkan distribusi tingkat pendapatan responden.

Tabel 4.7
Klasifikasi Responden berdasarkan Tingkat Pendapatan

Tingkat Pendapatan	Jumlah	Persentase
< Rp. 1.000.000	32	33.3%
Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	32.3%
> Rp.5.000.000	33	34.4%
Jumlah	96	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2006 (Lampiran 3)

Dari tabel 4.7 di atas menunjukan bahwa tingkat pendapatan responden mayoritas adalah berpendapatan lebih dari Rp.5.000.000 yaitu sebesar 34,4 persen (33 orang). Sedangkan distribusi tingkat pendapatan yang lain yaitu berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000 yaitu sebesar 33,3 persen (32 orang), dan berpendapatan antara Rp. 1.000.000 – 5.000.000 yaitu sebesar 32,3 persen atau 31 orang.

Mayoritas responden yang menggunakan jasa Bank BRI Cabang Brigjen Katamso adalah berpendapatan menengah keatas. Hal ini disebabkan karena sebagian besar nasabah adalah kelompok pengusaha

sukses, dan pegawai swasta sehingga tingkat pendapatan mereka adalah cukup tinggi. Karena pendapatan mereka cukup tinggi, maka dalam memilih jasa perbankan akan mempertimbangkan keamanan, kecepatan, keakuratan serta bersedia membantu mereka didalam kesulitan, dan memecahkan masalah yang sedang dihadapi.

4.3. Analisis Statistik

Analisis kuantitatif yaitu analisis data yang berdasarkan pada perhitungan obyektif dan dibuktikan secara statistik. Analisis data ini meliputi analisis selisih (gap), uji bertanda Wilcoxon, dan Analisis Kruskal Wallis.

1. Analisis Gap dan Uji Bertanda Wilcoxon

Analisis Wilcoxon digunakan untuk mengetahui perbedaan antara kinerja dan harapan yang diterima nasabah setelah menggunakan jasa Bank BRI Cabang Brigjen Katamso.

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil seperti ditampilkan pada tabel 4.8. Untuk menginterpretasikan tingkat kepuasan konsumen dihitung dengan interval gap terbesar dan terkecil yaitu :

Nilai Gap tertinggi : 4 –1 = 3

Nilai Gap terendah : 1 – 4 = -3

$$\text{Interval} = \frac{3-(-3)}{4} = 1{,}5$$

Sehingga dapat ditentukan kriteria :

Jika Gap bernilai -3 s/d -1,5 : Sangat tidak puas

Jika Gap bernilai –1,5 s/d 0 : Tidak puas

Jika Gap bernilai 0 s/d 1,5 : Puas

Jika Gap bernilai 1,5 s/d 3 : Sangat Puas

Hasil perhitungan tingkat kepuasan dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Wicoxon Rank Test

No	Atribut yang Dipertimbangkan	Kinerja	Harapan	Gap	Krit	Urutan	P-value	Ket
1	Peralatan modern	3.45	3.42	0.03	P	8	0.680	Non Sig
2	Memiliki fasilitas fisik menarik	3.33	3.17	0.17	P	5	0.065	Non Sig
3	Karyawan berpenampilan rapi	3.32	3.28	0.04	P	7	0.710	Non Sig
4	Memiliki perlengkapan yang menarik	3.24	3.48	-0.24	TP	10	0.005	Sig
5	Memenuhi janji sesuai yang dijanjikan	2.56	3.48	-0.92	TP	18	0.000	Sig
6	Menyelesaikan permasalahan konsumen	3.41	3.45	-0.04	TP	9	0.586	Non Sig
7	Menyelesaikan layanan tepat waktu	3.47	3.03	0.44	P	1	0.000	Sig
8	Memberi pelayanan yang cepat	2.75	3.46	-0.71	TP	15	0.000	Sig
9	Memberi layanan dengan cara yang tepat	3.20	3.50	-0.30	TP	11	0.000	Sig
10	Selalu siap sedia memberi bantuan	3.39	3.14	0.25	P	2	0.006	Sig
11	Tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen	3.06	3.53	-0.47	TP	13	0.000	Sig
12	Perilaku karyawan meyakinkan	2.72	3.54	-0.82	TP	16	0.000	Sig
13	Konsumen merasa aman bertransaksi	3.65	3.40	0.25	P	3	0.003	Sig
14	Karyawan sopan	3.31	3.24	0.07	P	6	0.380	Non Sig
15	Pengetahuan untuk menjawab pertanyaan	3.15	3.49	-0.34	TP	12	0.000	Sig
16	Memberi perhatian secara individual	2.88	3.52	-0.65	TP	14	0.000	Sig
17	Jam operasi sesuai kebutuhan konsumen	2.50	3.46	-0.96	TP	19	0.000	Sig
18	Karyawan memahami kebutuhan konsumen	2.46	3.31	-0.85	TP	17	0.000	Sig
19	Karyawan menjalin komunikasi	3.48	3.25	0.23	P	4	0.028	Sig

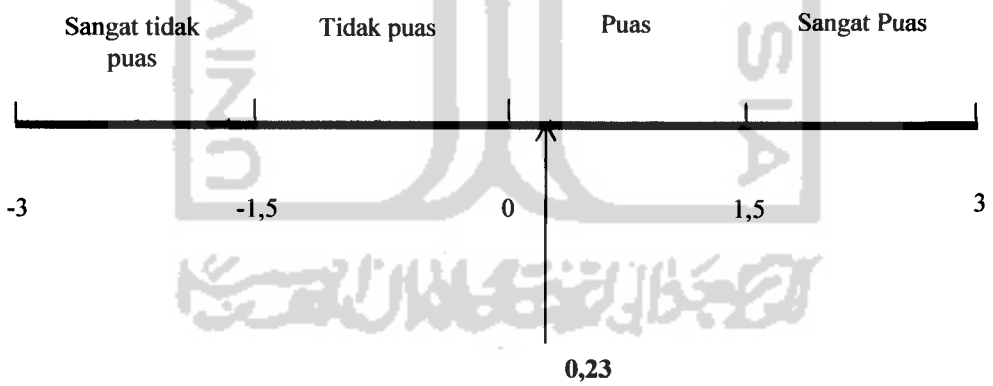
Keterangan : TP : Tidak puas ; P: Puas

Sumber : Data primer diolah, 2006 (Lampiran 5)

Dari tabel 4.7 dapat diketahui bahwa penilaian responden dari kinerja, atribut konsumen merasa aman ketika melakukan transaksi merupakan atribut yang dinilai paling tinggi oleh responden dengan skor 3,65 artinya bahwa nasabah merasa aman ketika bertransaksi, aman

terhadap uang yang disimpan di bank, maupun aman ketika melakukan pengambilan tunai dalam jumlah yang cukup besar. Sedangkan dari harapan responden atribut perilaku karyawan yang menyakinkan yaitu sebesar 3,54 artinya bahwa kepentingan nasabah tertinggi adalah penampilan karyawan yang meyakinkan ketika memberikan pelayanan kepada nasabah. Hal ini terlihat dari rata-rata skor atas atribut tersebut yang kepentingannya paling tinggi diantara atribut yang lain.

Hasil analisis kepuasan seperti pada tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata gap sebesar 0,23. Nilai ini termasuk dalam kategori **puas**. Hal ini karena nilai gap ini berada pada rentang 0 sampai dengan 1,5. Untuk memperjelas kesimpulan ini dapat dilihat pada tabel berikut :



Gambar 4.1. Tingkat Kepuasan Konsumen.

Secara parsial jika ditinjau dari besarnya gap, atribut menyelesaikan layanan tepat waktu mempunyai nilai gap terbesar yaitu sebesar 0,44, artinya kepuasan yang diperoleh nasabah tertinggi dirasakan pada atribut pelayanan karyawan tepat waktu. Selanjutnya secara

berurutan diikuti oleh atribut selalu siap memberi bantuan, merasa aman bertransaksi, karyawan menjalin komunikasi dengan konsumen, memiliki fasilitas fisik menarik, karyawan sopan, peralatan modern (gap positif), menyelesaikan permasalahan konsumen, memberi layanan dengan cara yang tepat, pengetahuan untuk menjawab pertanyaan, tidak merasa sibuk melayani konsumen, memberikan perhatian individual, memberikan pelayanan cepat, perilaku karyawan meyakinkan, memahami kebutuhan konsumen, memenuhi janji, dan jam operasi sesuai kebutuhan konsumen.

Berdasarkan tabel 4.8 maka dapat dijelaskan bahwa atribut yang terjadi perbedaan signifikan antara harapan dengan kinerja yang diberikan oleh Bank BRI Cabang Brigjen Katamso yaitu perlengkapan menarik, memenuhi janji sesuai yang dijanjikan, menyelesaikan layanan tepat waktu, memberikan pelayanan yang cepat, memberikan layanan yang tepat, siap memberi bantuan, tidak merasa sibuk, perilaku karyawan meyakinkan, merasa aman transaksi, pengetahuan menjawab pertanyaan, perhatian individual, jam operasi sesuai kebutuhan, memahami kebutuhan konsumen dan karyawan menjalin komunikasi. Hal ini dibuktikan dengan probabilitas pada keempat belas atribut tersebut dibawah taraf signifikansi 0,05. Namun demikian jika dilihat dari gap ruang menyelesaikan layanan tepat waktu, selalu siap memberi bantuan, konsumen merasa aman bertransaksi, dan karyawan mampu menjalin komunikasi dengan konsumen, memiliki gap positif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa nasabah telah memperoleh kepuasan yang tinggi terhadap keempat atribut tersebut. Sedangkan untuk

atribut yang lain memiliki gap negatif signifikan, yang berarti nasabah tidak merasa puas terhadap kesepuluh atribut tersebut.

Sementara dari hasil yang lain untuk atribut peralatan modern, memiliki fasilitas fisik menarik, karyawan rapi, menyelesaikan permasalahan konsumen dan karyawan sopan tidak terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan yang diterima oleh nasabah setelah menggunakan jasa Bank BRI Cabang Brigjen Katamso. Hasil ini dibuktikan dengan nilai probabilitas pada kelima atribut tersebut di atas taraf signifikansi yang ditolerir 0,05. Artinya kelima atribut tersebut telah mampu memberikan kepuasan bagi nasabah, karena harapan nasabah telah terpenuhi, dengan ditunjukkan tidak adanya perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan.

Dari seluruh hasil Uji Wilcoxon Signed Rank Test diatas maka dapat diketahui bahwa sebagian besar atribut pada Bank BRI Cabang Brigjen Katamso terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan. Hal ini didukung dengan hasil pada total pelayanan yang menunjukkan ada perbedaan yang signifikan. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan "Tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso" **tidak dapat diterima**.

2. Analisis Kruskal Wallis

Hipotesis kedua menyatakan Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasar karakteristik konsumen. Untuk menjawab hipotesis kedua digunakan alat analisis yaitu uji Kruskal Wallis Test. Keputusan dalam menerima atau menolak Ho dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan batas tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Jika probabilitas kesalahan lebih besar dari 0,05 maka Ho diterima dan jika probabilitas kurang dari 0,05 maka Ho ditolak yang artinya terdapat perbedaan kepuasan nasabah berdasarkan karakteristik responden. Hasil analisis Kruskal Wallis dapat ditunjukkan pada Tabel 4.9.

Tabel 4.8

Hasil Uji Kruskall Wallis Pada Kepuasan Nasabah Bank BRI Cabang Brigjen Katamso Berdasarkan Karakteristik Responden

	Jenis Kelamin			Usia					Pendidikan				Pekerjaan					Pendapatan			
ATRIBUT	Pria	Wanita	Signifikansi	< 25 tahun	25 - 40 tahun	> 40 th	Signifikansi	< SMP	SMP - SMU	> SMU keatas	Signifikansi	PNS/ABRI	Peg. Swasta	Pelajar / Mhs	Ibu RT/Pens/Petani	Signifikansi	< Rp.1 juta	Rp.1 - 5 juta	> Rp.5 juta	Signifikansi
Peralatan modern	0.00	0.07	NS	-0.09	0.06	0.14	NS	0.00	0.12	-0.04	NS	-0.08	0.11	-0.14	0.33	NS	-0.16	0.16	0.09	NS
Memiliki fasilitas fisik menarik	0.11	0.24	NS	0.48	0.06	-0.07	Sig	-0.67	0.42	0.00	Sig.	-0.17	-0.07	0.41	1.00	Sig	0.34	0.19	-0.03	NS
Karyawan berpenampilan rapi	-0.04	0.15	NS	0.24	0.03	-0.17	NS	0.00	0.21	-0.10	NS	0.08	-0.09	0.24	0.00	NS	0.19	-0.13	0.06	NS
Memiliki perlengkapan yang menarik	-0.24	-0.24	NS	-0.39	-0.12	-0.21	NS	-0.67	-0.37	-0.10	NS	0.00	-0.26	-0.31	-0.22	NS	-0.25	-0.39	-0.09	NS
Memenuhi janji sesuai yang dijanjikan	-1.09	-0.68	NS	-0.70	-1.03	-1.03	NS	-1.00	-0.84	-0.98	NS	-0.67	-1.00	-0.76	-1.33	NS	-1.28	-1.00	-0.48	Sig.
Menyelesaikan permasalahan	0.00	-0.10	NS	0.06	0.00	-0.21	NS	0.00	0.12	-0.18	NS	0.17	-0.09	0.03	-0.33	NS	0.09	-0.06	-0.15	NS
Menyelesaikan layanan tepat waktu	0.36	0.54	NS	0.18	0.47	0.69	Sig.	1.00	0.28	0.54	NS	0.33	0.41	0.59	0.22	NS	0.31	0.55	0.45	NS
Memberi pelayanan yang cepat	-0.71	-0.71	NS	-0.64	-0.88	-0.59	NS	0.00	-0.65	-0.80	NS	-0.92	-0.74	-0.66	-0.44	NS	-0.81	-0.77	-0.55	NS
layanan yang tepat	-0.38	-0.20	NS	-0.30	-0.41	-0.17	NS	-0.67	-0.35	-0.24	NS	-0.42	-0.35	-0.34	0.22	NS	-0.47	-0.16	-0.27	NS
Selalu siap sedia memberi bantuan	0.16	0.37	NS	0.24	0.18	0.34	NS	1.00	0.26	0.20	NS	0.08	0.17	0.38	0.44	NS	0.25	0.23	0.27	NS
Tidak merasa sibuk	-0.49	-0.44	NS	-0.33	-0.71	-0.34	NS	-0.67	-0.47	-0.46	NS	-0.17	-0.59	-0.45	-0.33	NS	-0.41	-0.39	-0.61	NS
Perilaku karyawan meyakinkan	-0.95	-0.66	NS	-0.67	-0.97	-0.83	NS	-1.00	-0.72	-0.90	NS	-1.08	-1.00	-0.66	-0.11	Sig.	-0.81	-0.74	-0.91	NS
Konsumen merasa aman bertransaksi	0.18	0.34	NS	0.15	0.18	0.45	NS	0.67	0.28	0.20	NS	0.00	0.30	0.24	0.33	NS	0.19	0.29	0.27	NS
Karyawan sopan	0.04	0.12	NS	0.12	0.18	-0.10	NS	0.33	0.19	-0.04	NS	0.17	-0.13	0.24	0.44	NS	0.28	-0.03	-0.03	NS
Pengetahuan karyawan	-0.33	-0.37	NS	-0.33	-0.32	-0.38	NS	-0.33	-0.33	-0.36	NS	-0.33	-0.39	-0.31	-0.22	NS	-0.25	-0.45	-0.33	NS
Memberi perhatian secara individual	-0.65	-0.63	NS	-0.64	-0.71	-0.59	NS	-0.33	-0.6	-0.7	NS	-0.25	-0.65	-0.79	-0.67	NS	-0.66	-0.71	-0.58	NS
Jam operasi sesuai kebutuhan	-1.11	-0.76	NS	-0.94	-1.00	-0.93	NS	-1.33	-1.09	-0.82	NS	-1.33	-1.02	-0.76	-0.78	NS	-1.06	-1.03	-0.79	NS
Karyawan memahami kebutuhan	-0.96	-0.71	NS	-0.88	-1.00	-0.66	NS	-1.33	-0.79	-0.88	NS	-1.42	-0.72	-0.90	-0.67	NS	-1.00	-0.94	-0.64	NS
Karyawan menjalin komunikasi	0.109	0.39	NS	0.21	0.06	0.45	NS	0.33	0.14	0.3	NS	0.50	0.09	0.28	0.44	NS	0.19	0.45	0.06	NS

Sumber : Data primer diolah, 2006

a. Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test dapat ditunjukkan pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa kelompok nasabah Bank BRI Cabang Brigjen Katamso, menunjukkan bahwa kelompok pria memperoleh kepuasan tertinggi pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,36 dan kepuasan terendah dicapai oleh nasabah pria pada atribut jam operasi sesuai dengan kebutuhan konsumen dengan rata-rata kepuasan sebesar –1,11. Sehingga kecenderungan pada pria lebih menitikberatkan pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu..

Begitu juga dengan responden wanita, kepuasan tertinggi terjadi pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu dengan besarnya kepuasan sebesar 0,54. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut jam operasi sesuai kebutuhan (-0,76). Dengan demikian kecenderungan wanita memperoleh kepuasan pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu.

Berdasarkan hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa seluruh atribut tidak ada satupun yang signifikan. Hal ini berarti tidak terdapat perbedaan kepuasan nasabah terhadap pada jasa Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasarkan Jenis Kelamin. Hasil ini mendukung hipotesis kedua yang menyatakan "Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasar karakteristik konsumen".

b. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Usia

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa kelompok responden dibawah 25 tahun telah memperoleh kepuasan tertinggi pada atribut memiliki fasilitas fisik yang menarik dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,48 dan kepuasan terendah terjadi pada atribut jam operasi sesuai kebutuhan dengan rata-rata kepuasan sebesar –0,94. Sehingga kecenderungan kelompok responden dibawah 25 tahun dalam memperoleh kepuasan terhadap atribut memiliki fasilitas fisik yang menarik.

Sedangkan responden yang berusia antara 25 - 40 tahun dengan kepuasan tertinggi terjadi pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu (0,47) dan kepuasan terendah terjadi pada atribut cepat memenuhi janji sesuai dengan yang dijanjikan (-1,03). Dengan demikian kelompok responden yang berusia antara 25 - 40 tahun memiliki kecenderungan dalam memperoleh kepuasan terhadap atribut menyelesaikan layanan tepat waktu.

Begitu juga pada usia lebih dari 40 tahun kepuasan konsumen tertinggi terjadi pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,69, sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut memenuhi janji sesuai yang dijanjikan (-1,03) Hal ini berarti kecenderungan kelompok konsumen yang berusia lebih dari 40 tahun memperoleh kepuasan terhadap atribut menyelesaikan layanan tepat waktu.

Dari hasil Uji signifikansi menunjukkan bahwa ada perbedaan kepuasan yang signifikan terhadap atribut memiliki fasilitas fisik menarik dan

menyelesaikan layanan tepat waktu. Hal ini ditunjukkan dengan angka probabilitas lebih kecil dari 0,05. Hasil ini berarti konsumen yang berusia muda memiliki kepuasan yang berbeda dengan konsumen yang berusia tua dalam hal fasilitas fisik yang menarik dan penyelesaian layanan secara tepat waktu. Sedangkan untuk atribut yang lain tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan. Dengan demikian sebagian besar hasil uji signifikansi ini telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan "Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasar karakteristik konsumen".

c. Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa kelompok nasabah Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasarkan tingkat pendidikan, dibagi menjadi 3 kategori yaitu tingkat pendidikan menengah kebawah, kelompok SMP-SMU dan kelompok di atas SMU. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang berpendidikan kurang dari SMP telah mendapatkan kepuasan yang dominan pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu dengan rata-rata kepuasan sebesar 1,00. Sedangkan kepuasan terendahnya terjadi pada atribut jam operasi sesuai kebutuhan dan karyawan memahami kebutuhan dengan rata-rata kepuasan masing-masing sebesar -1,33. Dengan demikian kecenderungan kelompok nasabah yang berpendidikan dibawah SMP dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu.

Sedangkan kelompok responden yang berpendidikan SMP-SMU menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan pada atribut memiliki fasilitas fisik menarik dengan rata-rata kepuasan terbesar yaitu sebesar 0,42, sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut jam operasi sesuai dengan kebutuhan dengan rata-rata kepuasan sebesar –1,09. Dengan demikian kecenderungan nasabah yang berpendidikan SMP – SMU dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut memiliki fasilitas fisik menarik.

Untuk kelompok responden yang berpendidikan di atas SMU menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tertinggi terjadi pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu dengan rata-rata sebesar 0,54, sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut memenuhi janji sesuai yang dijanjikan. Dengan demikian kecenderungan responden yang berpendidikan di atas SMU dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasarkan tingkat pendidikan terjadi perbedaan yang signifikan pada atribut memiliki fasilitas fisik menarik. Sedangkan pada atribut yang lain tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Dengan demikian hasil uji signifikansi sebagian besar telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan "Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasar karakteristik konsumen".

d. Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa kelompok nasabah Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasarkan jenis pekerjaan, yang terdiri dari PNS/TNI/POLRI, wiraswasta/swasta, pelajar / mahasiswa dan pensiunan/ibu rumah tangga. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa kelompok PNS/TNI/POLRI telah mendapatkan kepuasan tertinggi pada atribut karyawan menjali komunikasi dengan konsumen tanpa pandang bulu dengan rata-rata tertinggi terjadi yaitu sebesar 0,5, sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut karyawan memahami kebutuhan dengan rata-rata sebesar -1,42. Dengan demikian kecenderungan kelompok PNS/TNI/POLRI dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut karyawan menjalin komunikasi tanpa memandang status sosial.

Pada kelompok wiraswasta dan pegawai swasta menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan tertinggi pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu dengan rata-rata kepuasan tertinggi yaitu 0,41. Sedangkan atribut jam operasi sesuai kebutuhan memberikan kepuasan terendah dengan gap terkecil –1,02. Dengan demikian kecenderungan kelompok nasabah yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta / wiraswasta memperoleh kepuasan pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu.

Untuk kelompok pelajar/mahasiswa menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan tertinggi pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,59. Sedangkan atribut karyawan

memahami kebutuhan memberikan kepuasan terendah dengan gap terkecil – 0,90. Dengan demikian kecenderungan kelompok nasabah yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar / mahasiswa memperoleh kepuasan pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu.

Pada kelompok pensiunan dan ibu rumah tangga, kepuasan tertinggi diperoleh pada atribut memiliki fasilitas fisik yang menarik dengan rata-rata kepuasan tertinggi yaitu sebesar 1,00. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut memenuhi janji sesuai yang dijanjikan dengan rata-rata kepuasan terendah yaitu sebesar –1,33. Dengan demikian kecenderungan kelompok nasabah yang memiliki pekerjaan sebagai pensiunan dan ibu rumah tangga dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut memenuhi janji sesuai yang dijanjikan.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasarkan jenis pekerjaan terdapat perbedaan yang signifikan pada atribut memiliki fasilitas fisik menarik dan perilaku karyawan yang menyakinkan. Artinya antara kelompok jenis pekerjaan yang satu dengan yang lain kepuasan yang dirasakan pada atribut memiliki fasilitas fisik menarik dan perilaku karyawan yang meyakinkan berbeda secara signifikan. Dimana kelompok Ibu Rumah Tangga / pensiunan memiliki kepuasan tertinggi dan kepuasan terendah terjadi pada kelompok PNS/ABRI. Sedangkan pada atribut yang lain tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Dengan demikian hasil uji signifikansi sebagian besar telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan "Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan

pengguna jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasar karakteristik konsumen".

e. Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa kelompok nasabah Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasarkan tingkat pendapatan, yang dibagi menjadi 3 kategori yaitu tingkat pendapatan kurang Rp.1.000.000, pendapatan antara Rp.1.000.000-Rp.5.000.000, dan pendapatan lebih dari Rp.5.000.000. Dari tabel diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000 telah mendapatkan kepuasan tertinggi pada atribut memiliki fasilitas menarik dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,34. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut memenuhi janji sesuai yang dijanjikan dengan rata-rata kepuasan sebesar -1,28. Hal ini berarti kecenderungan kelompok responden yang berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000 dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut memiliki fasilitas menarik.

Sedangkan kelompok responden yang berpendapatan antara Rp.1.000.000 - 5.000.000 menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan yang paling tinggi pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu dengan rata-rata kepuasan terbesar 0,55, yang nilainya paling tinggi diantara atribut yang lain. Sedangkan atribut jam operasi sesuai kebutuhan memberikan kepuasan terendah dengan hasil kepuasan yang negatif terbesar (-1,03). Dengan demikian kecenderungan kelompok nasabah yang memiliki

tingkat pendapatan antara Rp.1.000.000 s/d 5.000.000 terjadi pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu.

Bagi kelompok responden yang berpendapatan lebih dari Rp.5.000.000, kelompok ini tidak memperoleh kepuasan tertinggi terjadi pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,45. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut perilaku karyawan yang menyakinkan dengan rata-rata kepuasan sebesar -0,91. Dengan demikian kecenderungan kelompok responden yang berpendapatan lebih dari Rp.5.000.000 memperoleh kepuasan terhadap jasa Bank BRI Cabang Brigjen Katamso pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kepuasan nasabah berdasarkan tingkat pendapatan nasabah pada atribut tempat memenuhi janji sesuai yang dijanjikan. Sedangkan pada atribut yang lain tidak terdapat perbedaan kepuasan nasabah berdasarkan tingkat pendapatan. Dengan demikian hasil uji signifikansi sebagian besar telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan "Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso berdasar karakteristik konsumen"

4.3. Pembahasan dan Implikasi

Dari hasil analisis Wilcoxon diketahui bahwa beberapa atribut pada Bank BRI Cabang Brigjen Katamso tidak terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan. Atribut-atribut tersebut adalah peralatan modern, memiliki fasilitas fisik menarik, karyawan rapi, menyelesaikan

permasalahan konsumen dan karyawan sopan. Artinya kelima atrbut tersebut telah memberikan kepuasan bagi nasabah pada Bank BRI Cabang Brigjen Katamso. Kepuasan nasabah juga terjadi pada atribut ruang menyelesaikan layanan tepat waktu, selalu siap memberi bantuan, konsumen merasa aman bertransaksi, dan karyawan mampu menjalin komunikasi dengan konsumen. Hal ini karena keempat atribut tersebut memiliki nilai gap yang positif dan signifikan.

Sementara untuk kesebelas atribut lainnya yaitu atribut perlengkapan menarik, memenuhi janji sesuai yang dijanjikan, menyelesaikan layanan tepat waktu, memberikan pelayanan yang cepat, memebrikan layanan yang tepat, siap memberi bantuan, tidak merasa sibuk, perilaku karyawan meyakinkan, merasa aman transaksi, pengetahuan menjawa pertanyaan, perhatian individual, jam operasi sesuai kebutuhan, memahami kebutuhan konsumen dan karyawan menjalin komunikasi berbeda signifikan antara kinerja dan harapan. Dengan hipotesis pertama yang menyatakan "Tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso" tidak dapat diterima sepenuhnya.

Untuk itu strategi yang hendaknya diterapkan oleh Bank BRI Cabang Brigjen Katamso adalah meningkatkan kualitas pelayanan terutama yang memiliki nilai gap negatif. Atribut jam operasi sesuai dengan kebutuhan konsumen handaknya lebih diprioritaskan karena memiliki nilai gap terendah dan signifikan. Untuk itu jam-jam operasi yang selama ini

dilakukan yaitu jam 8.00 s/d jam 15.00 tetap dipertahankan, hanya saja pada jam-jam tertentu hendaknya pelayanan lebih ditingkatkan misalnya dengan menambah line pelayanan, agar tidak terjadi antrian yang panjang pada jam-jam tertentu, misalnya antara jam 11.00 sampai dengan jam 14.00.

Hasil analisis lain menunjukkan adanya perbedaan kepuasan nasbaah pada atribut memiliki fasilitas fisik menarik dan menyelesaikan layanan tepat waktu berdasarkan usia responden. Bahkan jika ditinjau dari nilai rata-rata kepuasan nasabah untuk kelompok nasabah yang berusia muda telah puas terhadap fasilitas fisik, namun untuk nasabah yang berusia lebih tua lebih puas pada menyelesaikan layanan tepat waktu. Untuk itu strategi yang hendaknya dilakukan oleh Bank BRI Cabang Brigjen Katamso, adalah meningkatkan kedua atribut tersebut, yaitu meningkatkan fasilitas fisik seperti ATM yang tersebar di berbagai daerah, sehingga konsumen yang berusia dewasa atau tua, akan memperoleh kemudahan dalam melakukan transaksi untuk menjalankan bisnisnya. Begitu juga dengan pelayanan sesuai dengan tepat waktu, terutama diberikan kepada kalangan muda, karena kelompok konsumen ini memiliki kepuasan paling rendah. Misalnya mempercepat transaksi dalam bentuk transfer uang, karena nasabah yang berusia muda mayoritas adalah mahasiswa dan pelajar, sehingga keterlambatan transfer uang dari orang tua atau saudaranya akan mempengaruhi kepuasan nasabah.

Sedangkan hasil perbedaan kepuasan nasabah berdasarkan tingkat pendidikan terjadi perbedaan yang signifikan pada atribut fasilitas fisik menarik. Bahkan jika ditinjau dari nilai rata-rata kepuasan nasabah untuk kelompok nasabah yang memiliki tingkat pendidikan terakhir SMP bernilai

negatif (tidak puas). Untuk itu strategi yang hendaknya dilakukan oleh Bank BRI Cabang Brigjen Katamso, adalah meningkatkan atribut tersebut , agar kepuasan konsumen terutama bagi konsumen yang berpendidikan dibawah SMP akan lebih puas ketika melakukan transaksi di Bank BRI Cabang Brigjen Katamso.

Hasil analisis yang lain menunjukkan bahwa fasilitas fisik menarik dan perilaku karyawan yang meyakinkan, terjadi perbedaan kepuasan nasabah secara signifikan berdasarkan jenis pekerjaan. Jika dilihat dari nilai rata-rata kepuasan terendah terjadi pada kelompok PNS/TNI/ABRI. Untuk itu pihak bank sebaiknya meningkatkan kualitas SDM, sehingga karyawan dapat memberikan pelayanan yang meyakinkan kepada setiap nasabah, misalnya dalam menjelaskan kepada calon nasabah, tentang keunggulan dan kelemahan sebuah produk bank, sehingga kesan pertama yang diterima nasabah adalah sikap yang tinggi, dengan keyakinan yang bagus hal tersebut dapat memberikan kepuasan konsumen.

Hasil analisis uji perbedaan berdasarkan tingkat pendapatan, menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan terhadap atribut memenuhi janji sesuai yang dijanjikan. Jika dilihat dari besarnya rata-rata semakin rendah tingkat pendapatan nasabah, kepuasan semakin rendah. Untuk itu strategi yang hendaknya dilakukan oleh Bank BRI Cabang Brigjen Katamso, diarahkan pada kelompok yang berpendapatan kurang dari Rp. 1 juta. Arah perbaikan dilakukan mengedepankan pada ketepanan atas janji – janji seperti telah disepakati sebelumnya. Sehingga janji-janji pelayanan dapat terpenuhi sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini mengingat jumlah nasabah yang semakin lama, semakin bertambah banyak, namun pegawai bank tidak seimbang dengan jumlah nasabah, akibatnya dapat mempengaruhi kecepatan

pelayanan. Hal ini dapat dilakukan dengan merekrut karyawan kontrak, mengingat banyaknya sarjana-sarjana Ekonomi atau perbankan yang tersedia di Yogyakarta.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu :

1. Berdasarkan analisis selisih maka dapat disimpulkan bahwa :
   a. Atribut perlengkapan menarik, memenuhi janji sesuai yang dijanjikan, menyelesaikan layanan tepat waktu, memberikan pelayanan yang cepat, memebrikan layanan yang tepat, siap memberi bantuan, tidak merasa sibuk, perilaku karyawan meyakinkan, merasa aman transaksi, pengetahuan menjawa pertanyaan, perhatian individual, jam operasi sesuai kebutuhan, memahami kebutuhan konsumen dan karyawan menjalin komunikasi menunjukkan perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan yang diberikan oleh nasabah Bank BRI Cabang Brigjen Katamso. Namun demikian untuk jika dilihat dari gap layanan tepat waktu, selalu siap memberi bantuan, konsumen merasa aman bertransaksi, dan karyawan mampu menjalin komunikasi dengan konsumen memiliki gap positif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa nasabah telah memperoleh kepuasan yang tinggi terhadap keempat atribut tersebut.
   b. Atribut peralatan modern, memiliki fasilitas fisik menarik, karyawan rapi, menyelesaikan permasalahan konsumen dan karyawan sopan tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan yang diberikan oleh nasabah Bank BRI Cabang Brigjen

Katamso. Dengan demikian nasabah telah memperoleh kepuasan terhadap kelima atribut tersebut, karena harapan nasabah terhadap sembilan atrbut tersebut telah terpenuhi.

c. Kepuasan nasabah tertinggi terjadi pada atribut menyelesaikan layanan tepat waktu sedangkan kepuasan nasabah terendah terjadi pada atribut jam operasi sesuai kebutuhan konsumen. Secara keseluruhan dapat diketahui bahwa nasabah telah merasa **puas** terhadap kualitas pelayanan dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,35 yang berada pada rentah 0 sampai dengan 1,5.

2. Dari analisis kepuasan berdasarkan karakteristik nasabah dapat disimpulkan bahwa:

   a. Berdasarkan jenis kelamin tidak terdapat perbedaan yang signifikan kepuasan nasabah pada seluruh atribut yang tergabung dalam lima dimensi kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung) pada Bank BRI Cabang Brigjen Katamso. Artinya baik laki-laki maupun perempuan telah memperoleh kepuasan yang sama pada seluruh atrbut setelah mereka menggunakan jasa Bank BRI Cabang Brigjen Katamso.

   b. Berdasarkan usia nasabah menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan pada atribut memiliki fasilitas fisik menarik dan menyelesaikan layanan tepat waktu. Hal ini berarti nasabah yang berusia muda lebih puas dalam hal atribut fisik dibandingkan nasabah yang berusia tua, namum sebaliknya pada kepuasan atribut menyelesaikan tepat waktu.

c. Berdasarkan tingkat pendidikan terdapat perbedaan kepuasan nasabah pada atribut memiliki fasilitas menarik. Hal ini berarti antara nasabah yang berpendidikan dibawah SMP memperoleh kepuasan yang berbeda dibandingkan dengan nasabah yang berpendidikan di atas SMU. Hasil menunjukkan bahwa nasabah yang berpendidikan di bawah SMU memperoleh kepuasan lebih rendah dibandingkan dengan nasabah yang berpendidikan lebih dari SMU.

d. Berdasarkan jenis pekerjaan terdapat perbedaan yang signifikan kepuasan nasabah pada atribut memiliki fasilitas fisik menarik dan perilaku karyawan menyakinkan. Artinya kepuasan nasabah pada kedua atribut tersebut antara kelompok nasabah yang memiliki pekerjaan yang satu dengan yang lain secara signifikan berbeda. Dimana PNS memperoleh kepuasan yang terendah pada kedua atribut tersebut.

e. Berdasarkan tingkat pendapatan terdapat perbedaan yang signifikan kepuasan nasabah pada atribut memenuhi janji sesuai yang dijanjikan. Artinya kepuasan nasabah pada atribut tersebut , antara kelompok tingkat pendapatan yang satu dengan yang lain berbeda secara signifikan. Semakin tinggi tingkat pendapatan nasabah menunjukkan kepuasan semakin tinggi.

5.2.Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan maka saran yang dapat diusulkan kepada Bank BRI Cabang Brigjen Katamso adalah :

1. Meningkatkan kualitas pelayanan terutama yang memiliki nilai gap negatif.

Atribut jam operasi sesuai dengan kebutuhan konsumen handaknya lebih diprioritaskan karena memiliki nilai gap terendah dan signifikan. Untuk itu jam-jam operasi yang selama ini dilakukan yaitu jam 8.00 s/d jam 15.00 tetap dipertahankan, hanya saja pada jam-jam tertentu hendaknya pelayanan lebih ditingkatkan misalnya dengan menambah line pelayanan, agar tidak terjadi antrian yang panjang pada jam-jam tertentu, misalnya antara jam 11.00 sampai dengan jam 14.00. Selanjutnya meningkatkan atribut memiliki fasilitas fisik menarik dan menyelesaikan layanan tepat waktu, karena kedua atribut tersebut berbeda kepuasannya berdasarkan usia responden. Hal ini dapat dilakukan dengan meningkatkan fasilitas fisik seperti ATM yang tersebar di berbagai daerah, sehingga konsumen yang berusia dewasa atau tua, akan memperoleh kemudahan dalam melakukan transaksi untuk menjalankan bisnisnya. Begitu juga dengan pelayanan sesuai dengan tepat waktu, terutama diberikan kepada kalangan muda, karena kelompok konsumen ini memiliki kepuasan paling rendah. Misalnya mempercepat transaksi dalam bentuk transfer uang, karena nasabah yang berusia muda mayoritas adalah mahasiswa dan pelajar, sehingga keterlambatan transfer uang dari orang tua atau saudaranya akan mempengaruhi kepuasan nasabah.

2. Adanya perbedaan kepuasan nasabah berdasarkan karakteristik responden maka sebaiknya pihak bank meningkatkan atribut fasilitas fisik, karena terjadi perbedaan yang signifikan berdasarkan tingkat pendidikan. Langkah yang dilakukan misalnya menyediakan fasilitas hiburan seperti televisi di depan ruang antrian, sehingga konsumen/ nasabah merasa terhibur sambil menunggu antrian transaksi. Selanjutnya pihak bank harus meningkatkan

kualitas SDM, sehingga karyawan dapat memberikan pelayanan yang meyakinkan kepada setiap nasabah, misalnya dalam menjelaskan kepada calon nasabah, tentang keunggulan dan kelemahan sebuah produk bank, sehingga kesan pertama yang diterima nasabah adalah sikap yang tinggi, dengan keyakinan yang bagus hal tersebut dapat memberikan kepuasan konsumen. Dan terakhir adalah peningkatan kualitas pelayanan diarahkan pada kelompok yang berpendapatan kurang dari Rp. 1 juta. Arah perbaikan dilakukan mengedepankan pada kecepatan dan ketepanan pelayanan. Sehingga janji-janji pelayanan dapat terpenuhi sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini mengingat jumlah nasabah yang semakin lama, semakin bertambah banyak, namun pegawai bank tidak seimbang dengan jumlah nasabah, akibatnya dapat mempengaruhi kecepatan pelayanan. Hal ini dapat dilakukan dengan merekrut karyawan kontrak, mengingat banyaknya sarjana-sarjana Ekonomi atau perbankan yang tersedia di Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Budi W. Soetjipto. (1997). *Alternatif Pendekatan dan Berbagai Persoalan di Indonesia.* Usahawan, no.1 (Januari).

Engel James F, Blackwell Roger D., Miniard Paul W. (1994), *Perilaku Konsumen.* Jilid 1. Ed.6. Jakarta: Bina Rupa Aksara.

Djarwanto dan Subagyo (1993), *Statistik Induktif.* Ed. 4. Yogyakarta: BPEE

Fitzsimons, James A. and Mona J. Fitzsimmons (1994), *Service Management For Competitive Advantage.* New York: McGraw-Hill,Inc.

Hadi, S (1991) *Metodologi Riset.* Jilid II. Yogyakarta : Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi Universitas Gadjah Mada.

Isnawati. (1997). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan RSUD Ambarawa.* Skripsi Sarjana (Tidak Dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.

Kotler, Philip and Gary Armstrong (1993), *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian.* Jilid 1. Ed.6. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip (1993), *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian.* Jilid 1. Ed.7. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.

Kotler, Philip and Gary Armstrong (1994), *Principles Of Marketing.* 6 th ed. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall Internasional, Inc.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2001), *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Ed.8. Jakarta: Erlangga.

Niti Semito, Alex, S (2002), *Marketing. Jakarta*: Ghalia Indonesia.

Purnama, Nursya'bani (2006), *Manajemen Kualitas*: Perspektif Global. Ed. 1. Yogyakarta: Ekonisia

Setiadi, Nugroho J. (2003), *Perilaku Konsumen konsep dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran.* Jakarta: Prenada Media

Singgih, Santoso (2001), SPSS: *Mengolah Data Untuk Statistik Secara Profesional.* Jakarta: Elex Media Komputerindo, Gramedia.

Supardi (2005), *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Pres.

Swastha Dh. Banu Dan Irawan (1983), *Manajemen Pemasaran Modern*. Ed.2. Yogyakarta : Liberty.

Tjiptono, F. (1995). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy (2004), *Manajemen Jasa*. Ed.3. Yogyakarta: Andi

Yazid. (1999). *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Yamid, Zulian (2001), *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ed. 1 Yogyakarta: Ekonisia.

Zeithaml, Valarie A., Leonard L. Berry, and A. Parasuraman (1993), "The Nature and Determinants Of Customer Expectations Of Service", *Jurnal Of Academy Of Marketing Science*, Vol.21, No.1. PP 1-12.

Zeithaml, Valarie A., and Marry Jo Bitner (1996), *Services Marketing*. New York:The McGraw-Hill Componies, Inc.

LAMPIRAN

Yogyakarta, Mei 2006

Kepada Yang Terhormat :
Bapak/ Ibu/ Saudara
Di PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso Yogyakarta

Assalamualaikum. Wr. Wb.

Perkenankan saya memohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara untuk dapat mengisikan daftar pertanyaan angket ini, adapun daftar pertanyaan ini merupakan sumber data yang dapat membantu proses penelitian yang saya lakukan guna menyusun skripsi sebagai tugas akhir di Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Islam Indonesia.

Kejujuran dan kesanggupan Bapak/ Ibu/ Saudara dalam menjawab semua pertanyaan tersebut sangat saya harapkan guna mendapatkan informasi data yang akurat. Adapun judul skripsi saya adalah *"Analisis Kepuasan Nasabah PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso"*

Sebelum dan sesudahnya saya ucapkan banyak terima kasih atas bantuan Bapak/ Ibu/ Saudara.

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Penulis

Arif Tri Sugiyarto

I. Pertanyaan Umum :

Berilah tanda (x) pada jawaban yang saudara pilih :

1. Gender
   - Laki-laki
   - Perempuan
2. Usia
   - Kurang 25 tahun
   - 25 tahun – 40 tahun
   - Lebih dari 40 tahun
3. Tingkat pendidikan
   - SMP kebawah
   - SMP-SMU
   - SMU keatas
4. Pekerjaan
   - Pegawai negeri / TNI / Polri
   - Pegawai Swasta / Wiraswasta
   - Petani
   - Pelajar / Mahasiswa
   - Ibu Rumah Tangga / Pensiunan

5. Pendapatan

- Kurang dari Rp. 1.000.000
- Rp. 1.000.000 sampai Rp. 5.000.000
- Lebih dari Rp. 5.000.000

II. Pertanyaan tentang Harapan

Petunjuk: Berilah tanda silang (X) sesuai ***dengan harapan anda sebelum menggunakan jasa*** PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso dengan kreteria jawaban sebagai berikut:

Ket: **SP** = Sangat Penting **P** = Penting **TP** = Tidak Penting **STP** = Sangat Tidak Penting

Atribut yang Dipertimbangkan	**Tingkat Harapan Pelanggan**			
	SP	**P**	**TP**	**STP**
Bukti Langsung				
1. Bank BRI memiliki peralatan modern				
2. Bank BRI memiliki fasilitas fisik menarik				
3. Karyawan bank BRI berpenampilan rapi				
4. Bank BRI memiliki perlengkapan (poster dan pernyataan) yang menarik				
Keandalan				
1. Bank BRI memenuhi janji sesuai yang dijanjikan				
2. Bank BRI bisa menyelesaikan permasalahan konsumen				
3. Bank BRI menyelesaikan layanan tepat waktu				
Daya Tanggap				
1. Karyawan bank BRI memberi pelayanan yang cepat				

2. Karyawan bank BRI memberi layanan dengan cara yang tepat				
3. Karyawan bank BRI selalu siap sedia memberi bantuan				
4. Karyawan bank BRI tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen				
Jaminan				
1. Perilaku karyawan bank BRI meyakinkan				
2. Konsumen merasa aman bertransaksi				
3. Karyawan bank BRI sopan dalam melayani konsumen				
4. Karyawan bank BRI memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen				
Empati				
1. Bank BRI memberi perhatian secara individual				
2. Bank BRI jam operasi sesuai kebutuhan konsumen				
3. Karyawan bank BRI memahami kebutuhan konsumen secara spesifik				
4. Karyawan bank BRI menjalin komunikasi dengan konsumen tanpa pandang bulu (pilih kasih)				

III. Pertanyaan tentang Kinerja

Petunjuk: Beri tanda silang (X) ***tentang kinerja yang anda peroleh setelah menggunakan jasa*** PT. Bank BRI Cabang Brigjen Katamso

Ket: **SB** = Sangat Baik **B** = Baik **TB** = Tidak Baik **STP** = Sangat Tidak Baik

Atribut yang Dipertimbangkan	Tingkat Kinerja Pelanggan			
	SB	B	TB	STB
Bukti Langsung				
1. Bank BRI memiliki peralatan modern				
2. Bank BRI memiliki fasilitas fisik menarik				
3. Karyawan bank BRI berpenampilan rapi				
4. Bank BRI memiliki perlengkapan (poster dan pernyataan) yang menarik				
Keandalan				
1. Bank BRI memenuhi janji sesuai yang dijanjikan				
2. Bank BRI bisa menyelesaikan permasalahan konsumen				
3. Bank BRI menyelesaikan layanan tepat waktu				
Daya Tanggap				
1. Karyawan bank BRI memberi pelayanan yang cepat				
2. Karyawan bank BRI memberi layanan dengan cara yang tepat				
3. Karyawan bank BRI selalu siap sedia memberi bantuan				
4. Karyawan bank BRI tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen				
Jaminan				
1. Perilaku karyawan bank BRI meyakinkan				
2. Konsumen merasa aman bertransaksi				
3. Karyawan bank BRI sopan dalam melayani konsumen				

4. Karyawan bank BRI memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan konsumen				
Empati				
1. Bank BRI memberi perhatian secara individual				
2. Bank BRI jam operasi sesuai kebutuhan konsumen				
3. Karyawan bank BRI memahami kebutuhan konsumen secara spesifik				
4. Karyawan bank BRI menjalin komunikasi dengan konsumen tanpa pandang bulu (pilih kasih)				

LAMPIRAN 2. HASIL REKAP DATA PENELITIAN

No	Kinerja																			Harapan																
	Bukti Langsung				Keandalan			Daya Tanggap				Jaminan				Empati				Bukti Langsung				Keandalan			Daya Tanggap				Jaminan				Empati			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19
1	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
2	4	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	1	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	2	4
3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3
4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	2	3	3	2	3	3	4	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3
5	2	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	1	1	2	1	3	2	4	4	3	2	2	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	2	4
6	3	3	2	3	4	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	4	4	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	2	3
7	3	4	3	3	2	3	4	3	2	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3
8	3	3	2	2	2	3	2	1	3	2	2	2	3	1	2	2	1	2	2	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4
9	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3
10	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	2	3	3	2	2	2	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
11	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3
12	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4
13	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	2	4
14	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	1	2	4	3	4	4	3	3	2	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	2	4
15	3	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	2	4	3	4	3	2	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4
17	3	3	3	4	3	4	3	3	1	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4
19	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4
20	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2
21	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3
22	3	3	3	4	3	3	4	2	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3
24	3	2	2	3	1	3	3	2	1	2	3	1	4	1	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	4	3
25	4	3	3	4	2	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	1	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2
26	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	4	3	3	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3
27	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	3	3	4	2	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4
29	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	4	4	3
30	4	4	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
31	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3
32	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	2	1	4	2	3	3	1	1	2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3
33	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3

34	3	3	3	4	1	4	4	3	3	4	4	1	3	3	3	3	1	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3
35	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3	1	3	3	3	2	3	1	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3
36	4	3	2	3	1	4	4	2	2	4	4	3	4	3	3	3	1	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3
37	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	2	3	3	4	3	4	2	2	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
38	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	1	3	4	4	2	2	3	4	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3
39	4	3	2	3	1	4	4	1	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
40	4	3	3	3	1	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	1	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
41	3	2	2	4	1	3	3	1	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
42	3	4	3	3	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	4	3	1	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3
43	4	4	4	3	2	4	4	1	4	3	3	1	4	3	3	2	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4
44	4	3	3	4	3	4	4	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	3	4	3
45	4	4	3	3	3	4	3	1	3	3	3	1	4	4	4	4	3	1	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
46	3	3	3	2	3	4	4	2	3	4	3	3	4	4	1	3	2	3	4	3	4	3	3	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
47	4	3	3	4	1	4	4	1	3	3	4	3	4	3	4	3	3	2	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	2
48	4	4	3	2	3	4	3	3	3	3	3	1	4	4	3	1	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	2
49	3	3	3	4	2	4	3	1	4	4	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	2
50	3	3	4	3	3	4	4	2	3	4	4	1	4	3	3	2	3	1	4	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3
51	4	2	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	4	3
52	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	1	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	2	3	4	3	4	4	4
53	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	2	4	1	3	2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3
54	4	4	4	4	3	3	4	2	3	4	4	1	4	4	2	3	1	3	4	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	2	3	3	3	3	4	4	3	2
55	4	4	4	2	1	3	4	3	4	4	2	3	4	3	3	1	1	3	2	3	2	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	2	3	4	4	4	4
56	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	1	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	4	3
57	3	4	3	3	1	3	4	3	2	4	3	3	4	4	3	4	1	2	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3
58	3	3	3	3	3	3	4	2	4	4	4	3	4	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3
59	2	4	4	3	1	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	1	3	4	3	2	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3
60	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	4	4	4
61	3	3	3	4	4	3	4	1	4	3	2	3	3	4	1	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	3	4	3	3	2
62	3	3	3	3	2	3	4	3	2	4	3	2	4	4	2	3	1	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	2	3	4	4	3	4	4	3	3	2
63	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	2
64	3	4	3	3	3	4	3	2	4	3	4	3	4	4	2	2	3	2	3	4	2	4	3	3	3	3	4	4	2	3	3	4	2	4	3	4	3	3
65	3	4	4	2	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	1	4	3	2	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3
66	4	3	4	2	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	1	2	2	4	4	2	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4
67	3	3	4	4	3	4	3	3	1	3	4	1	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
68	3	3	3	3	4	3	3	2	4	3	4	1	3	4	4	3	1	1	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3
69	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4
70	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	1	1	3	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
71	3	3	4	3	3	3	4	4	3	4	2	3	4	4	3	3	3	2	3	4	3	2	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3
72	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	2	2	1	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
73	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4

74	4	4	4	3	1	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	2	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4
75	4	3	3	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	1	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2
76	3	3	4	3	2	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3
77	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	1	4	4	4	2	3	1	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4
78	3	3	3	3	1	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3
79	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	1	4	3	3	4	2	2	3	2	4	3	4	3	3	3	3	4	2	3	4	3	2	3	3	4	2	4
80	4	4	3	3	1	4	4	3	1	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	4	2	4
81	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	2	4
82	3	3	3	3	1	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	2	2	4	2	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	2	4
83	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	2	2	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	2	3
84	4	3	3	3	3	4	4	2	4	3	4	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3
85	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	1	4	3	3	2	3	1	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	2	3
86	3	3	3	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	4	3	3	2	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3
87	3	3	3	4	2	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	4	2	2	4	3	4	2	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3
88	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4
89	4	4	4	3	1	4	4	1	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3
90	3	3	4	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3	4	3	3	3	1	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4
91	3	4	4	4	1	3	3	1	4	3	3	3	4	3	3	4	3	2	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
92	3	3	4	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4
93	4	4	4	3	2	4	4	1	4	3	3	1	4	4	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4
94	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	2	3	2	4	3	4	3	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	4
95	4	4	3	3	3	4	3	1	3	3	3	1	4	4	4	4	3	1	4	2	3	2	4	4	3	3	3	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3
96	4	3	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	4	3	3	2	3	1	3	3	4	3	4	4	3	2	2	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3
Rata2	**3,45**	**3,33**	**3,32**	**3,24**	**2,56**	**3,41**	**3,47**	**2,75**	**3,20**	**3,39**	**3,06**	**2,72**	**3,65**	**3,31**	**3,15**	**2,88**	**2,50**	**2,46**	**3,48**	**3,42**	**3,17**	**3,28**	**3,48**	**3,48**	**3,45**	**3,03**	**3,46**	**3,50**	**3,14**	**3,53**	**3,54**	**3,40**	**3,24**	**3,49**	**3,52**	**3,46**	**3,31**	**3,25**

No	KEPUASAN																		
	Bukti Langsung				Keandalan			Daya Tanggap				Jaminan				Empati			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19
1	0	0	0	0	0	-1	0	0	-1	0	-1	-1	0	-1	0	-1	0	0	0
2	0	0	1	0	0	-1	1	-1	-1	0	-1	0	1	-3	0	-1	-1	1	0
3	0	0	-1	0	-1	0	1	0	0	0	-1	-1	0	0	-1	-1	1	0	1
4	1	1	1	1	2	1	1	-1	1	2	1	1	1	0	0	2	0	0	1
5	-1	0	-2	-2	-2	0	0	-1	-1	0	-1	-1	-2	-1	0	-3	-3	0	-3
6	-1	0	-1	-1	1	2	2	-1	1	0	0	-1	1	-1	-1	-1	-2	0	1
7	0	1	0	0	-2	0	1	-1	-2	1	0	-1	0	-2	-1	0	-1	0	0
8	-1	0	-1	-2	-1	0	-1	-3	-1	-1	-2	-1	-1	-2	-2	-2	-2	-1	-2
9	1	1	0	-1	1	1	0	-1	1	0	-1	1	1	-1	-1	0	1	0	1
10	0	-1	-2	-1	0	-1	0	-2	0	0	-2	-1	0	-2	-1	-1	-1	-2	-2
11	0	0	1	0	1	0	1	-1	0	0	0	0	1	-1	0	-1	1	1	1
12	0	1	1	1	-2	0	1	0	0	1	1	0	-1	-1	0	1	0	-1	0
13	0	0	1	1	0	1	-1	0	0	1	0	0	0	-1	0	-1	0	1	-1
14	0	1	0	0	0	0	2	-1	0	1	0	-1	0	0	0	1	-1	-1	-2
15	0	0	-1	-1	-2	-1	-1	-1	0	-1	-1	0	-1	-1	-1	0	0	-2	-1
16	0	2	0	0	-2	1	1	1	-1	2	0	-1	-1	0	-1	-1	-1	-1	-1
17	0	0	0	1	0	1	0	0	-2	-1	0	0	1	-1	0	1	0	0	1
18	-1	0	0	-1	-1	0	0	-1	0	1	0	0	0	0	0	0	-1	-1	-1
19	0	-1	0	1	-1	0	0	0	0	1	-2	0	-1	0	0	-1	-1	-1	-1
20	2	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	2	2	1	2	2	1	2
21	-1	0	0	-1	-1	0	1	0	-1	1	-1	-1	1	1	-1	0	-1	-1	0
22	-1	-1	-1	0	-1	-1	0	-2	0	0	-2	-1	0	-1	0	-1	0	0	0
23	0	1	1	0	0	1	0	-1	0	1	-1	-1	0	0	0	0	1	1	1
24	0	-2	-2	-1	-3	0	0	-1	-2	0	-1	-2	1	-3	0	0	0	-1	0
25	0	0	0	0	-1	-1	1	1	-1	0	0	-1	1	1	-1	-2	0	-2	1
26	-1	0	-2	0	-1	0	-1	0	0	1	-1	-1	0	-3	1	0	0	-1	1
27	0	0	0	-1	-1	0	0	0	0	-1	0	-1	0	0	0	-2	-1	0	0
28	0	0	0	1	-1	-1	1	-1	0	0	-1	0	-1	-1	0	-1	0	-1	-1
29	-1	0	0	0	0	0	0	0	-1	-1	0	-1	1	1	0	1	-2	0	0
30	1	1	1	1	-1	0	2	0	1	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1
31	0	-1	1	0	0	1	2	0	0	1	-1	-1	1	0	1	-1	0	0	0
32	0	1	0	-1	-2	-1	0	-1	-1	0	-2	-2	0	-1	0	0	-2	-3	-1
33	1	0	0	0	0	0	0	1	-1	1	0	0	1	1	0	0	-2	-1	1

34	-1	-1	0	1	-3	1	0	-1	-1	1	0	-3	-1	0	-1	-1	-2	0	0
35	0	-1	-2	0	0	0	1	0	0	-1	-1	-3	0	-1	-1	-2	0	-3	1
36	0	0	-1	-1	-3	1	1	-2	-1	1	0	-1	0	-1	-1	-1	-3	-1	1
37	0	1	0	0	-2	-1	0	-1	-1	1	-1	0	0	1	0	0	-2	-1	1
38	-1	1	0	0	-1	-1	1	-2	-1	-1	0	-1	-1	1	-1	0	-2	0	1
39	1	0	-1	-1	-2	0	1	-2	1	0	-1	-1	0	1	-1	-2	-1	-1	1
40	1	0	0	0	-2	0	0	-2	0	0	-1	-1	-1	1	-1	-1	-3	-2	-1
41	0	-1	-2	1	-3	0	1	-3	1	0	0	-1	1	1	0	1	-1	-1	1
42	-1	1	-1	0	-1	0	1	-2	0	-1	-1	-1	-1	0	1	-1	-3	-1	1
43	1	1	0	0	-1	0	1	-2	0	0	-1	-3	1	0	0	-1	0	-2	0
44	0	0	-1	1	-1	0	0	-2	-1	-1	-1	-1	-1	1	0	1	-1	-1	0
45	0	1	-1	-1	-1	1	0	-3	-1	-1	-1	-2	0	0	0	0	-1	-2	1
46	0	-1	0	-1	0	0	2	-2	-1	0	-1	0	0	0	-3	-1	-1	0	1
47	0	0	-1	0	-2	0	1	-2	0	0	0	0	1	0	0	-1	0	-1	2
48	0	0	-1	-2	-1	0	-1	0	0	0	0	-3	1	1	-1	-1	-2	-2	1
49	-1	0	-1	1	-2	1	1	-3	1	0	0	0	0	-1	0	0	-1	-1	2
50	0	0	0	-1	0	1	2	-1	-1	1	1	-3	0	0	0	-1	0	-3	1
51	1	-2	-1	0	1	0	1	1	0	1	-1	-1	1	1	1	0	0	-1	0
52	0	0	-1	0	-1	-1	-1	-1	1	1	0	1	1	0	-1	0	-3	-2	-1
53	0	0	-1	0	-1	-1	1	0	0	0	-1	-2	1	-2	-1	-1	1	-1	1
54	1	1	1	0	-1	-1	2	-1	0	0	2	-2	1	1	-1	-1	-3	0	2
55	1	2	0	-2	-2	-1	1	-1	1	0	-1	-1	0	1	0	-3	-3	-1	-2
56	-1	2	0	0	0	0	0	-1	0	-1	1	-1	0	1	-1	0	-2	-1	1
57	0	1	0	0	-3	0	1	-1	-2	0	0	-1	0	1	-1	0	-3	-1	0
58	0	0	0	0	-1	0	1	-1	1	0	1	-1	0	1	1	-2	-1	-1	0
59	-1	2	0	-1	-2	1	0	-1	1	0	-1	1	1	1	-1	0	-2	-1	1
60	-1	0	1	-1	-1	-1	0	-1	-1	-1	0	-1	2	0	0	-1	-1	0	0
61	-1	-1	0	0	1	-1	1	-3	0	0	-1	-1	0	2	-2	-1	1	0	2
62	0	-1	0	-1	-2	-1	1	0	-1	2	0	-2	0	1	-2	-1	-2	1	1
63	1	1	1	1	0	0	-1	0	0	-1	0	0	-1	0	0	-1	0	-1	2
64	-1	2	-1	0	0	1	0	-2	0	1	1	0	0	2	-2	-1	-1	-1	0
65	0	2	1	-2	-3	-1	-1	0	0	-1	0	0	1	-1	-2	-1	-1	-2	1
66	0	1	1	-2	-1	0	1	-1	0	1	-1	-1	0	1	-1	-3	-1	-1	0
67	-1	0	1	1	0	0	-1	0	-2	-1	0	-2	-1	0	-1	1	0	-1	1
68	0	0	0	0	1	-1	0	-2	0	0	0	-2	0	1	0	0	-3	-2	1
69	0	0	1	1	-1	-1	-1	1	0	1	-2	0	0	1	0	-1	-1	-1	-1
70	0	1	2	0	-1	0	0	0	-1	0	-1	-1	0	0	1	-1	-3	-3	-1
71	-1	0	2	-1	-1	-1	1	1	-1	1	-1	-1	1	1	-1	0	-1	-2	0
72	-1	0	0	0	0	-1	0	-2	0	-1	0	-1	-1	0	0	-1	-2	-3	-1
73	0	1	1	0	-1	1	-1	0	0	-1	-1	-1	-1	0	0	-1	-1	0	-1

74	1	1	0	0	-3	0	0	0	0	0	0	-1	0	-1	1	0	-1	-2	0
75	0	0	0	0	-1	-1	1	1	-1	0	0	-1	0	1	-1	-2	0	-2	1
76	-1	0	1	0	-2	0	0	-1	-1	-1	1	-1	1	0	-1	-1	-1	-1	1
77	-1	-1	1	0	-1	1	1	1	1	0	-2	-2	1	1	0	-2	0	-2	0
78	0	-1	0	0	-2	1	0	0	-1	1	-1	0	1	1	0	0	-1	1	1
79	1	-1	0	0	0	0	0	1	-1	1	0	-3	1	1	0	1	-2	0	-1
80	1	1	0	0	-3	1	1	0	-2	1	-1	0	1	0	0	-2	-1	1	-1
81	2	-1	1	0	0	1	0	1	0	1	-1	-1	1	0	1	-1	0	1	-1
82	1	-1	0	-1	-3	0	0	0	-1	0	-1	0	1	2	1	-1	-2	0	0
83	1	1	1	0	0	-1	0	1	-1	1	0	0	1	1	0	0	-2	0	1
84	1	0	-1	-1	0	0	0	-1	0	-1	0	1	0	0	-1	-2	-1	1	0
85	0	-1	1	0	0	0	1	1	0	-1	-1	-3	1	0	-1	-2	0	-1	1
86	-1	0	0	-1	1	-1	0	-1	0	2	0	0	0	1	0	1	-1	0	1
87	0	-1	1	0	-2	-1	0	0	-1	1	-1	0	1	1	0	0	-2	-1	1
88	0	0	1	-1	-1	0	1	0	0	1	-1	0	1	1	-1	-1	-1	-1	-1
89	1	0	0	-1	-2	0	1	-2	1	2	-1	-1	0	0	-1	-2	-1	-1	1
90	-1	0	1	0	1	-1	1	-1	0	0	-1	0	0	1	0	-1	0	-2	0
91	0	1	1	1	-3	0	-1	-2	1	0	0	-1	1	0	0	1	-1	-1	1
92	0	0	1	-1	0	1	0	0	-1	1	-1	0	0	0	0	-2	-1	-2	0
93	1	1	1	0	-1	0	1	-2	0	1	-1	-3	1	1	0	-1	0	-2	0
94	1	0	1	-1	1	-1	1	0	0	2	0	1	1	1	0	-1	-2	-2	-1
95	2	1	1	-1	-1	1	0	-2	-1	1	-1	-2	0	0	0	0	-1	-2	1
96	1	-1	0	-1	-1	1	2	0	0	0	0	-1	0	-1	0	-1	0	-3	0
Rata2	**0,031**	**0,167**	**0,042**	**-0,24**	**-0,92**	**-0,04**	**0,438**	**-0,71**	**-0,3**	**0,25**	**-0,47**	**-0,82**	**0,25**	**0,073**	**-0,34**	**-0,65**	**-0,96**	**-0,85**	**0,229**

LAMPIRAN 3
Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	55	57.3	57.3	57.3
	Perempuan	41	42.7	42.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 25 th	33	34.4	34.4	34.4
	25 - 40 th	34	35.4	35.4	69.8
	> 40 th	29	30.2	30.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< SMP	3	3.1	3.1	3.1
	SMP - SMU	43	44.8	44.8	47.9
	> SMU	50	52.1	52.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	12.5	12.5	12.5
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	47.9	47.9	60.4
	Pelajar / mahasiswa	29	30.2	30.2	90.6
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	9.4	9.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp.1.000.000	32	33.3	33.3	33.3
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	32.3	32.3	65.6
	> Rp.5.000.000	33	34.4	34.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

LAMPIRAN 4
UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS KINERJA

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

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

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINER_1	55.2000	69.2000	.6544	.9006
KINER_2	55.4000	68.1103	.6845	.8994
KINER_3	55.4333	64.8057	.7384	.8966
KINER_4	55.3333	68.9195	.5824	.9017
KINER_5	55.9000	65.6103	.6417	.8997
KINER_6	55.4667	70.5333	.5307	.9033
KINER_7	55.3333	68.7126	.5538	.9023
KINER_8	55.6333	68.7230	.4751	.9046
KINER_9	55.5667	69.3575	.4295	.9059
KINER_10	55.5000	69.0172	.5864	.9017
KINER_11	55.6333	68.9989	.5222	.9031
KINER_12	55.6667	70.9195	.5145	.9037
KINER_13	56.1000	70.0931	.4568	.9047
KINER_14	55.8667	66.9471	.5250	.9037
KINER_15	55.4333	69.9782	.5728	.9024
KINER_16	55.5667	69.4264	.3982	.9071
KINER_17	55.7667	67.0816	.5746	.9018
KINER_18	55.8000	66.4414	.5517	.9029
KINER_19	55.4000	65.4897	.7146	.8975

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 19

Alpha = .9069

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS HARAPAN

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

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

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HARAP_1	60.1333	34.3264	.5668	.8691
HARAP_2	60.6000	35.0069	.4810	.8721
HARAP_3	60.3000	35.5276	.4458	.8733
HARAP_4	60.2333	34.8057	.4883	.8719
HARAP_5	60.3000	34.3552	.5682	.8691
HARAP_6	60.5333	35.5678	.4068	.8745
HARAP_7	60.8000	34.0276	.5683	.8689
HARAP_8	60.1000	34.5759	.5331	.8703
HARAP_9	60.2667	34.7540	.4995	.8715
HARAP_10	60.8333	34.3506	.4518	.8736
HARAP_11	60.1667	35.1782	.4965	.8718
HARAP_12	60.2333	35.3575	.4033	.8748
HARAP_13	60.2667	34.2713	.5756	.8688
HARAP_14	60.2000	34.9931	.4073	.8750
HARAP_15	60.2000	35.2690	.4795	.8723
HARAP_16	60.2000	33.5448	.6145	.8670
HARAP_17	60.4000	33.7655	.6213	.8670
HARAP_18	60.5000	34.6034	.3939	.8764
HARAP_19	60.3333	35.4023	.3613	.8766

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 19

Alpha = .8778

LAMPIRAN 5. HASIL UJI WILCOXON

Test Statistics[c]

	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
HARAP_1 - KINER_1	-.413[a]	.680
HARAP_2 - KINER_2	-1.845[a]	.065
HARAP_3 - KINER_3	-.372[a]	.710
HARAP_4 - KINER_4	-2.834[b]	.005
HARAP_5 - KINER_5	-6.089[b]	.000
HARAP_6 - KINER_6	-.544[b]	.586
HARAP_7 - KINER_7	-4.633[a]	.000
HARAP_8 - KINER_8	-5.436[b]	.000
HARAP_9 - KINER_9	-3.502[b]	.000
HARAP_10 - KINER_10	-2.776[a]	.006
HARAP_11 - KINER_11	-4.898[b]	.000
HARAP_12 - KINER_12	-6.299[b]	.000
HARAP_13 - KINER_13	-2.994[a]	.003
HARAP_14 - KINER_14	-.877[a]	.380
HARAP_15 - KINER_15	-3.940[b]	.000
HARAP_16 - KINER_16	-5.232[b]	.000
HARAP_17 - KINER_17	-6.358[b]	.000
HARAP_18 - KINER_18	-6.176[b]	.000
HARAP_19 - KINER_19	-2.200[a]	.028
HARAPAN - KINERJA	-6.620[b]	.000

a. Based on positive ranks.

b. Based on negative ranks.

c. Wilcoxon Signed Ranks Test

LAMPIRAN 6. HASIL UJI KRUSKAL WALLIS

Atribut	Jenis Kelamin	N	Mean
Peralatan modern	Laki-laki	55	0.00
	Perempuan	41	0.07
	Total	96	0.03
Memiliki fasilitas fisik menarik	Laki-laki	55	0.11
	Perempuan	41	0.24
	Total	96	0.17
Karyawan berpenampilan rapi	Laki-laki	55	-0.04
	Perempuan	41	0.15
	Total	96	0.04
Memiliki perlengkapan yang menarik	Laki-laki	55	-0.24
	Perempuan	41	-0.24
	Total	96	-0.24
Memenuhi janji sesuai yang dijanjikan	Laki-laki	55	-1.09
	Perempuan	41	-0.68
	Total	96	-0.92
Menyelesaikan permasalahan konsumen	Laki-laki	55	0.00
	Perempuan	41	-0.10
	Total	96	-0.04
Menyelesaikan layanan tepat waktu	Laki-laki	55	0.36
	Perempuan	41	0.54
	Total	96	0.44
Memberi pelayanan yang cepat	Laki-laki	55	-0.71
	Perempuan	41	-0.71
	Total	96	-0.71
Memberi layanan dengan cara yang tepat	Laki-laki	55	-0.38
	Perempuan	41	-0.20
	Total	96	-0.30
Selalu siap sedia memberi bantuan	Laki-laki	55	0.16
	Perempuan	41	0.37
	Total	96	0.25
Tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen	Laki-laki	55	-0.49
	Perempuan	41	-0.44
	Total	96	-0.47
Perilaku karyawan meyakinkan	Laki-laki	55	-0.95
	Perempuan	41	-0.66
	Total	96	-0.82
Konsumen merasa aman bertransaksi	Laki-laki	55	0.18
	Perempuan	41	0.34
	Total	96	0.25
Karyawan sopan	Laki-laki	55	0.04
	Perempuan	41	0.12
	Total	96	0.07
Pengetahuan untuk menjawab pertanyaan	Laki-laki	55	-0.33
	Perempuan	41	-0.37
	Total	96	-0.34

Memberi perhatian secara individual	Laki-laki	55	-0.65
	Perempuan	41	-0.63
	Total	96	-0.65
Jam operasi sesuai kebutuhan konsumen	Laki-laki	55	-1.11
	Perempuan	41	-0.76
	Total	96	-0.96
Karyawan memahami kebutuhan konsumen	Laki-laki	55	-0.96
	Perempuan	41	-0.71
	Total	96	-0.85
Karyawan menjalin komunikasi	Laki-laki	55	0.11
	Perempuan	41	0.39
	Total	96	0.23

Test Statistics[a,b]

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Peralatan modern	.122	1	.727
Memiliki fasilitas fisik menarik	.410	1	.522
Karyawan berpenampilan rapi	.510	1	.475
Memiliki perlengkapan yang menarik	.074	1	.785
Memenuhi janji sesuai yang dijanjikan	2.144	1	.143
Menyelesaikan permasalahan konsumen	.345	1	.557
Menyelesaikan layanan tepat waktu	1.145	1	.285
Memberi pelayanan yang cepat	.026	1	.872
Memberi layanan dengan cara yang tepat	1.224	1	.269
Selalu siap sedia memberi bantuan	.772	1	.380
Tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen	.017	1	.895
Perilaku karyawan meyakinkan	2.272	1	.132
Konsumen merasa aman bertransaksi	.493	1	.482
Karyawan sopan	.196	1	.658
Pengetahuan untuk menjawab pertanyaan	.000	1	.990
Memberi perhatian secara individual	.010	1	.919
Jam operasi sesuai kebutuhan konsumen	2.395	1	.122
Karyawan memahami kebutuhan konsumen	1.055	1	.304
Karyawan menjalin komunikasi	1.142	1	.285

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Jenis Kelamin

Atribut	Usia	N	Mean
Peralatan modern	< 25 th	33	-0.09
	25 - 40 th	34	0.06
	> 40 th	29	0.14
	Total	96	0.03
Memiliki fasilitas fisik menarik	< 25 th	33	0.48
	25 - 40 th	34	0.06
	> 40 th	29	-0.07
	Total	96	0.17
Karyawan berpenampilan rapi	< 25 th	33	0.24
	25 - 40 th	34	0.03
	> 40 th	29	-0.17
	Total	96	0.04
Memiliki perlengkapan yang menarik	< 25 th	33	-0.39
	25 - 40 th	34	-0.12
	> 40 th	29	-0.21
	Total	96	-0.24
Memenuhi janji sesuai yang dijanjikan	< 25 th	33	-0.70
	25 - 40 th	34	-1.03
	> 40 th	29	-1.03
	Total	96	-0.92
Menyelesaikan permasalahan konsumen	< 25 th	33	0.06
	25 - 40 th	34	0.00
	> 40 th	29	-0.21
	Total	96	-0.04
Menyelesaikan layanan tepat waktu	< 25 th	33	0.18
	25 - 40 th	34	0.47
	> 40 th	29	0.69
	Total	96	0.44
Memberi pelayanan yang cepat	< 25 th	33	-0.64
	25 - 40 th	34	-0.88
	> 40 th	29	-0.59
	Total	96	-0.71
Memberi layanan dengan cara yang tepat	< 25 th	33	-0.30
	25 - 40 th	34	-0.41
	> 40 th	29	-0.17
	Total	96	-0.30
Selalu siap sedia memberi bantuan	< 25 th	33	0.24
	25 - 40 th	34	0.18
	> 40 th	29	0.34
	Total	96	0.25
Tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen	< 25 th	33	-0.33
	25 - 40 th	34	-0.71
	> 40 th	29	-0.34
	Total	96	-0.47
Perilaku karyawan meyakinkan	< 25 th	33	-0.67
	25 - 40 th	34	-0.97

	> 40 th	29	-0.83
	Total	96	-0.82
Konsumen merasa aman bertransaksi	< 25 th	33	0.15
	25 - 40 th	34	0.18
	> 40 th	29	0.45
	Total	96	0.25
Karyawan sopan	< 25 th	33	0.12
	25 - 40 th	34	0.18
	> 40 th	29	-0.10
	Total	96	0.07
Pengetahuan untuk menjawab pertanyaan	< 25 th	33	-0.33
	25 - 40 th	34	-0.32
	> 40 th	29	-0.38
	Total	96	-0.34
Memberi perhatian secara individual	< 25 th	33	-0.64
	25 - 40 th	34	-0.71
	> 40 th	29	-0.59
	Total	96	-0.65
Jam operasi sesuai kebutuhan konsumen	< 25 th	33	-0.94
	25 - 40 th	34	-1.00
	> 40 th	29	-0.93
	Total	96	-0.96
Karyawan memahami kebutuhan konsumen	< 25 th	33	-0.88
	25 - 40 th	34	-1.00
	> 40 th	29	-0.66
	Total	96	-0.85
Karyawan menjalin komunikasi	< 25 th	33	0.21
	25 - 40 th	34	0.06
	> 40 th	29	0.45
	Total	96	0.23

Test Statistics[a,b]

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Peralatan modern	1.228	2	.541
Memiliki fasilitas fisik menarik	6.859	2	.032
Karyawan berpenampilan rapi	2.818	2	.244
Memiliki perlengkapan yang menarik	1.829	2	.401
Memenuhi janji sesuai yang dijanjikan	1.440	2	.487
Menyelesaikan permasalahan konsumen	2.622	2	.270
Menyelesaikan layanan tepat waktu	5.989	2	.050
Memberi pelayanan yang cepat	1.296	2	.523
Memberi layanan dengan cara yang tepat	1.159	2	.560
Selalu siap sedia memberi bantuan	.340	2	.844
Tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen	4.595	2	.101
Perilaku karyawan meyakinkan	1.481	2	.477
Konsumen merasa aman bertransaksi	2.922	2	.232
Karyawan sopan	.676	2	.713
Pengetahuan untuk menjawab pertanyaan	.378	2	.828
Memberi perhatian secara individual	.223	2	.894
Jam operasi sesuai kebutuhan konsumen	.109	2	.947
Karyawan memahami kebutuhan konsumen	1.466	2	.481
Karyawan menjalin komunikasi	2.637	2	.268

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Usia

Atribut	Pendidikan	N	Mean
Peralatan modern	< SMP	3	0.00
	SMP - SMU	43	0.12
	> SMU	50	-0.04
	Total	96	0.03
Memiliki fasilitas fisik menarik	< SMP	3	-0.67
	SMP - SMU	43	0.42
	> SMU	50	0.00
	Total	96	0.17
Karyawan berpenampilan rapi	< SMP	3	0.00
	SMP - SMU	43	0.21
	> SMU	50	-0.10
	Total	96	0.04
Memiliki perlengkapan yang menarik	< SMP	3	-0.67
	SMP - SMU	43	-0.37
	> SMU	50	-0.10
	Total	96	-0.24
Memenuhi janji sesuai yang dijanjikan	< SMP	3	-1.00
	SMP - SMU	43	-0.84
	> SMU	50	-0.98
	Total	96	-0.92
Menyelesaikan permasalahan konsumen	< SMP	3	0.00
	SMP - SMU	43	0.12
	> SMU	50	-0.18
	Total	96	-0.04
Menyelesaikan layanan tepat waktu	< SMP	3	1.00
	SMP - SMU	43	0.28
	> SMU	50	0.54
	Total	96	0.44
Memberi pelayanan yang cepat	< SMP	3	0.00
	SMP - SMU	43	-0.65
	> SMU	50	-0.80
	Total	96	-0.71
Memberi layanan dengan cara yang tepat	< SMP	3	-0.67
	SMP - SMU	43	-0.35
	> SMU	50	-0.24
	Total	96	-0.30
Selalu siap sedia memberi bantuan	< SMP	3	1.00
	SMP - SMU	43	0.26
	> SMU	50	0.20
	Total	96	0.25
Tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen	< SMP	3	-0.67
	SMP - SMU	43	-0.47
	> SMU	50	-0.46
	Total	96	-0.47
Perilaku karyawan meyakinkan	< SMP	3	-1.00
	SMP - SMU	43	-0.72

	> SMU	50	-0.90
	Total	96	-0.82
Konsumen merasa aman bertransaksi	< SMP	3	0.67
	SMP - SMU	43	0.28
	> SMU	50	0.20
	Total	96	0.25
Karyawan sopan	< SMP	3	0.33
	SMP - SMU	43	0.19
	> SMU	50	-0.04
	Total	96	0.07
Pengetahuan untuk menjawab pertanyaan	< SMP	3	-0.33
	SMP - SMU	43	-0.33
	> SMU	50	-0.36
	Total	96	-0.34
Memberi perhatian secara individual	< SMP	3	-0.33
	SMP - SMU	43	-0.60
	> SMU	50	-0.70
	Total	96	-0.65
Jam operasi sesuai kebutuhan konsumen	< SMP	3	-1.33
	SMP - SMU	43	-1.09
	> SMU	50	-0.82
	Total	96	-0.96
Karyawan memahami kebutuhan konsumen	< SMP	3	-1.33
	SMP - SMU	43	-0.79
	> SMU	50	-0.88
	Total	96	-0.85
Karyawan menjalin komunikasi	< SMP	3	0.33
	SMP - SMU	43	0.14
	> SMU	50	0.30
	Total	96	0.23

Test Statistics[a,b]

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Peralatan modern	.525	2	.769
Memiliki fasilitas fisik menarik	6.661	2	.036
Karyawan berpenampilan rapi	2.213	2	.331
Memiliki perlengkapan yang menarik	4.384	2	.112
Memenuhi janji sesuai yang dijanjikan	.662	2	.718
Menyelesaikan permasalahan konsumen	3.293	2	.193
Menyelesaikan layanan tepat waktu	5.270	2	.072
Memberi pelayanan yang cepat	1.366	2	.505
Memberi layanan dengan cara yang tepat	1.115	2	.573
Selalu siap sedia memberi bantuan	3.315	2	.191
Tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen	.218	2	.897
Perilaku karyawan meyakinkan	1.344	2	.511
Konsumen merasa aman bertransaksi	.980	2	.613
Karyawan sopan	.556	2	.757
Pengetahuan untuk menjawab pertanyaan	.127	2	.939
Memberi perhatian secara individual	1.110	2	.574
Jam operasi sesuai kebutuhan konsumen	2.182	2	.336
Karyawan memahami kebutuhan konsumen	1.019	2	.601
Karyawan menjalin komunikasi	1.115	2	.573

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Pendidikan Terakhir

Atribut	Pekerjaan	N	Mean
Peralatan modern	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	-0.08
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	0.11
	Pelajar / mahasiswa	29	-0.14
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	0.33
	Total	96	0.03
Memiliki fasilitas fisik menarik	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	-0.17
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	-0.07
	Pelajar / mahasiswa	29	0.41
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	1.00
	Total	96	0.17
Karyawan berpenampilan rapi	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	0.08
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	-0.09
	Pelajar / mahasiswa	29	0.24
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	0.00
	Total	96	0.04
Memiliki perlengkapan yang menarik	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	0.00
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	-0.26
	Pelajar / mahasiswa	29	-0.31
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	-0.22
	Total	96	-0.24
Memenuhi janji sesuai yang dijanjikan	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	-0.67
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	-1.00
	Pelajar / mahasiswa	29	-0.76
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	-1.33
	Total	96	-0.92
Menyelesaikan permasalahan konsumen	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	0.17
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	-0.09
	Pelajar / mahasiswa	29	0.03
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	-0.33
	Total	96	-0.04
Menyelesaikan layanan tepat waktu	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	0.33
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	0.41
	Pelajar / mahasiswa	29	0.59
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	0.22
	Total	96	0.44
Memberi pelayanan yang cepat	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	-0.92
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	-0.74
	Pelajar / mahasiswa	29	-0.66
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	-0.44
	Total	96	-0.71
Memberi layanan dengan cara yang tepat	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	-0.42
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	-0.35
	Pelajar / mahasiswa	29	-0.34
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	0.22
	Total	96	-0.30
Selalu siap sedia memberi bantuan	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	0.08

	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	0.17
	Pelajar / mahasiswa	29	0.38
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	0.44
	Total	96	0.25
Tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	-0.17
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	-0.59
	Pelajar / mahasiswa	29	-0.45
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	-0.33
	Total	96	-0.47
Perilaku karyawan meyakinkan	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	-1.08
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	-1.00
	Pelajar / mahasiswa	29	-0.66
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	-0.11
	Total	96	-0.82
Konsumen merasa aman bertransaksi	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	0.00
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	0.30
	Pelajar / mahasiswa	29	0.24
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	0.33
	Total	96	0.25
Karyawan sopan	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	0.17
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	-0.13
	Pelajar / mahasiswa	29	0.24
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	0.44
	Total	96	0.07
Pengetahuan untuk menjawab pertanyaan	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	-0.33
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	-0.39
	Pelajar / mahasiswa	29	-0.31
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	-0.22
	Total	96	-0.34
Memberi perhatian secara individual	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	-0.25
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	-0.65
	Pelajar / mahasiswa	29	-0.79
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	-0.67
	Total	96	-0.65
Jam operasi sesuai kebutuhan konsumen	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	-1.33
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	-1.02
	Pelajar / mahasiswa	29	-0.76
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	-0.78
	Total	96	-0.96
Karyawan memahami kebutuhan konsumen	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	-1.42
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	-0.72
	Pelajar / mahasiswa	29	-0.90
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	-0.67
	Total	96	-0.85
Karyawan menjalin komunikasi	Pegawai Negeri / TNI / POLRI	12	0.50
	Pegawai Swasta / Wiraswasta	46	0.09
	Pelajar / mahasiswa	29	0.28
	Ibu Rumah tangga / Pensiunan	9	0.44

	Total	96	0.23

Test Statistics[a,b]

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Peralatan modern	2.856	3	.414
Memiliki fasilitas fisik menarik	13.478	3	.004
Karyawan berpenampilan rapi	2.151	3	.542
Memiliki perlengkapan yang menarik	1.360	3	.715
Memenuhi janji sesuai yang dijanjikan	2.451	3	.484
Menyelesaikan permasalahan konsumen	2.912	3	.405
Menyelesaikan layanan tepat waktu	2.233	3	.526
Memberi pelayanan yang cepat	.987	3	.804
Memberi layanan dengan cara yang tepat	4.494	3	.213
Selalu siap sedia memberi bantuan	2.135	3	.545
Tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen	3.201	3	.362
Perilaku karyawan meyakinkan	8.142	3	.043
Konsumen merasa aman bertransaksi	1.563	3	.668
Karyawan sopan	4.057	3	.255
Pengetahuan untuk menjawab pertanyaan	.535	3	.911
Memberi perhatian secara individual	2.726	3	.436
Jam operasi sesuai kebutuhan konsumen	2.264	3	.519
Karyawan memahami kebutuhan konsumen	3.251	3	.354
Karyawan menjalin komunikasi	2.250	3	.522

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Pekerjaan

Atribut	Penghasilan	N	Mean
Peralatan modern	< Rp.1.000.000	32	-0.16
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	0.16
	> Rp.5.000.000	33	0.09
	Total	96	0.03
Memiliki fasilitas fisik menarik	< Rp.1.000.000	32	0.34
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	0.19
	> Rp.5.000.000	33	-0.03
	Total	96	0.17
Karyawan berpenampilan rapi	< Rp.1.000.000	32	0.19
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	-0.13
	> Rp.5.000.000	33	0.06
	Total	96	0.04
Memiliki perlengkapan yang menarik	< Rp.1.000.000	32	-0.25
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	-0.39
	> Rp.5.000.000	33	-0.09
	Total	96	-0.24
Memenuhi janji sesuai yang dijanjikan	< Rp.1.000.000	32	-1.28
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	-1.00
	> Rp.5.000.000	33	-0.48
	Total	96	-0.92
Menyelesaikan permasalahan konsumen	< Rp.1.000.000	32	0.09
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	-0.06
	> Rp.5.000.000	33	-0.15
	Total	96	-0.04
Menyelesaikan layanan tepat waktu	< Rp.1.000.000	32	0.31
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	0.55
	> Rp.5.000.000	33	0.45
	Total	96	0.44
Memberi pelayanan yang cepat	< Rp.1.000.000	32	-0.81
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	-0.77
	> Rp.5.000.000	33	-0.55
	Total	96	-0.71
Memberi layanan dengan cara yang tepat	< Rp.1.000.000	32	-0.47
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	-0.16
	> Rp.5.000.000	33	-0.27
	Total	96	-0.30
Selalu siap sedia memberi bantuan	< Rp.1.000.000	32	0.25
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	0.23
	> Rp.5.000.000	33	0.27
	Total	96	0.25
Tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen	< Rp.1.000.000	32	-0.41
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	-0.39
	> Rp.5.000.000	33	-0.61
	Total	96	-0.47
Perilaku karyawan meyakinkan	< Rp.1.000.000	32	-0.81
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	-0.74

	> Rp.5.000.000	33	-0.91
	Total	96	-0.82
Konsumen merasa aman bertransaksi	< Rp.1.000.000	32	0.19
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	0.29
	> Rp.5.000.000	33	0.27
	Total	96	0.25
Karyawan sopan	< Rp.1.000.000	32	0.28
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	-0.03
	> Rp.5.000.000	33	-0.03
	Total	96	0.07
Pengetahuan untuk menjawab pertanyaan	< Rp.1.000.000	32	-0.25
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	-0.45
	> Rp.5.000.000	33	-0.33
	Total	96	-0.34
Memberi perhatian secara individual	< Rp.1.000.000	32	-0.66
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	-0.71
	> Rp.5.000.000	33	-0.58
	Total	96	-0.65
Jam operasi sesuai kebutuhan konsumen	< Rp.1.000.000	32	-1.06
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	-1.03
	> Rp.5.000.000	33	-0.79
	Total	96	-0.96
Karyawan memahami kebutuhan konsumen	< Rp.1.000.000	32	-1.00
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	-0.94
	> Rp.5.000.000	33	-0.64
	Total	96	-0.85
Karyawan menjalin komunikasi	< Rp.1.000.000	32	0.19
	Rp.1.000.000 - 5.000.000	31	0.45
	> Rp.5.000.000	33	0.06
	Total	96	0.23

Test Statistics[a,b]

	Chi-Square	df	Asymp. Sig.
Peralatan modern	2.741	2	.254
Memiliki fasilitas fisik menarik	2.954	2	.228
Karyawan berpenampilan rapi	1.617	2	.445
Memiliki perlengkapan yang menarik	1.940	2	.379
Memenuhi janji sesuai yang dijanjikan	7.150	2	.028
Menyelesaikan permasalahan konsumen	2.217	2	.330
Menyelesaikan layanan tepat waktu	1.225	2	.542
Memberi pelayanan yang cepat	.799	2	.670
Memberi layanan dengan cara yang tepat	1.937	2	.380
Selalu siap sedia memberi bantuan	.063	2	.969
Tidak merasa sibuk untuk melayani konsumen	1.016	2	.602
Perilaku karyawan meyakinkan	.665	2	.717
Konsumen merasa aman bertransaksi	.239	2	.887
Karyawan sopan	1.362	2	.506
Pengetahuan untuk menjawab pertanyaan	.640	2	.726
Memberi perhatian secara individual	.058	2	.972
Jam operasi sesuai kebutuhan konsumen	1.302	2	.522
Karyawan memahami kebutuhan konsumen	1.909	2	.385
Karyawan menjalin komunikasi	3.129	2	.209

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Pendapatan

TABEL KORELASI PEARSON PRODUCT MOMENT
PADA α 5 %

DF	2-tailed	1-tailed	DF	2-tailed	1-tailed	DF	2-tailed	1-tailed
1	0.9969	0.9877	51	0.2704	0.2282	101	0.1936	0.1629
2	0.9500	0.9000	52	0.2679	0.2261	102	0.1927	0.1622
3	0.8783	0.8054	53	0.2654	0.2240	103	0.1917	0.1614
4	0.8114	0.7293	54	0.2630	0.2219	104	0.1908	0.1606
5	0.7545	0.6694	55	0.2607	0.2199	105	0.1899	0.1598
6	0.7067	0.6215	56	0.2584	0.2180	106	0.1891	0.1591
7	0.6664	0.5822	57	0.2562	0.2161	107	0.1882	0.1584
8	0.6319	0.5494	58	0.2540	0.2143	108	0.1873	0.1576
9	0.6021	0.5214	59	0.2519	0.2125	109	0.1865	0.1569
10	0.5760	0.4973	60	0.2499	0.2107	110	0.1856	0.1562
11	0.5529	0.4762	61	0.2479	0.2090	111	0.1848	0.1555
12	0.5324	0.4575	62	0.2459	0.2074	112	0.1840	0.1548
13	0.5140	0.4409	63	0.2440	0.2057	113	0.1832	0.1541
14	0.4973	0.4259	64	0.2421	0.2041	114	0.1824	0.1535
15	0.4821	0.4124	65	0.2403	0.2026	115	0.1816	0.1528
16	0.4683	0.4000	66	0.2385	0.2011	116	0.1808	0.1521
17	0.4555	0.3887	67	0.2368	0.1996	117	0.1801	0.1515
18	0.4438	0.3783	68	0.2351	0.1981	118	0.1793	0.1509
19	0.4329	0.3687	69	0.2334	0.1967	119	0.1786	0.1502
20	0.4227	0.3598	70	0.2318	0.1953	120	0.1778	0.1496
21	0.4132	0.3515	71	0.2302	0.1940	121	0.1771	0.1490
22	0.4044	0.3438	72	0.2286	0.1926	122	0.1764	0.1484
23	0.3961	0.3365	73	0.2271	0.1913	123	0.1757	0.1478
24	0.3882	0.3297	74	0.2256	0.1900	124	0.1750	0.1472
25	0.3809	0.3233	75	0.2241	0.1888	125	0.1743	0.1466
26	0.3739	0.3172	76	0.2226	0.1876	126	0.1736	0.1460
27	0.3673	0.3115	77	0.2212	0.1864	127	0.1729	0.1454
28	0.3610	0.3061	78	0.2198	0.1852	128	0.1723	0.1449
29	0.3550	0.3009	79	0.2185	0.1840	129	0.1716	0.1443
30	0.3494	0.2960	80	0.2171	0.1829	130	0.1709	0.1438
31	0.3440	0.2913	81	0.2158	0.1817	131	0.1703	0.1432
32	0.3388	0.2869	82	0.2145	0.1806	132	0.1697	0.1427
33	0.3338	0.2826	83	0.2132	0.1796	133	0.1690	0.1422
34	0.3291	0.2785	84	0.2120	0.1785	134	0.1684	0.1416
35	0.3246	0.2746	85	0.2107	0.1775	135	0.1678	0.1411
36	0.3202	0.2709	86	0.2095	0.1764	136	0.1672	0.1406
37	0.3160	0.2673	87	0.2084	0.1754	137	0.1666	0.1401
38	0.3120	0.2638	88	0.2072	0.1744	138	0.1660	0.1396
39	0.3081	0.2605	89	0.2060	0.1735	139	0.1654	0.1391
40	0.3044	0.2573	90	0.2049	0.1725	140	0.1648	0.1386
41	0.3008	0.2542	91	0.2038	0.1716	141	0.1642	0.1381
42	0.2973	0.2512	92	0.2027	0.1707	142	0.1636	0.1376
43	0.2940	0.2483	93	0.2016	0.1697	143	0.1631	0.1371
44	0.2907	0.2455	94	0.2006	0.1688	144	0.1625	0.1367
45	0.2876	0.2429	95	0.1995	0.1680	145	0.1620	0.1362
46	0.2845	0.2403	96	0.1985	0.1671	146	0.1614	0.1357
47	0.2816	0.2377	97	0.1975	0.1662	147	0.1609	0.1353
48	0.2787	0.2353	98	0.1965	0.1654	148	0.1603	0.1348
49	0.2759	0.2329	99	0.1955	0.1646	149	0.1598	0.1344
50	0.2732	0.2306	100	0.1946	0.1638	150	0.1593	0.1339

Sumber : Database Microsoft Excel