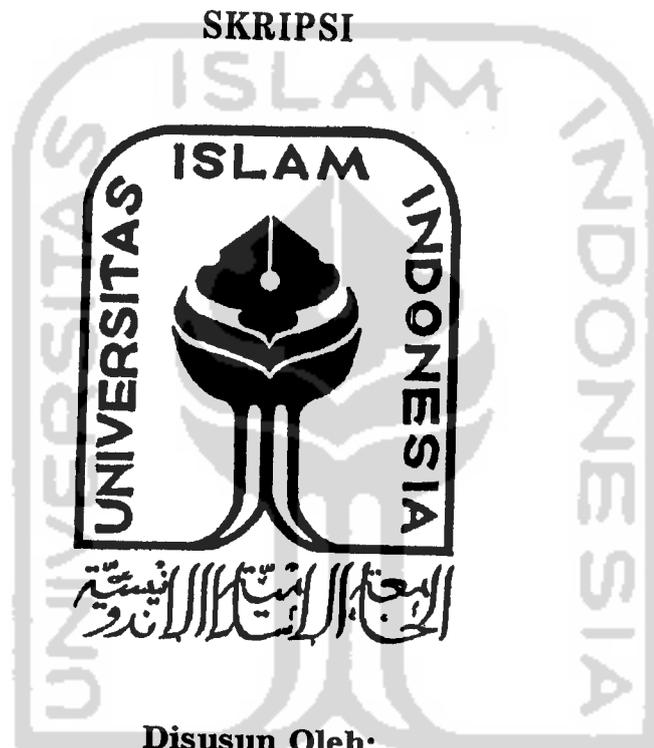


**ANALISIS SIKAP NASABAH TERHADAP MUTU PELAYANAN
PADA BANK DANAMON CABANG KALIURANG
JOGJAKARTA**

SKRIPSI



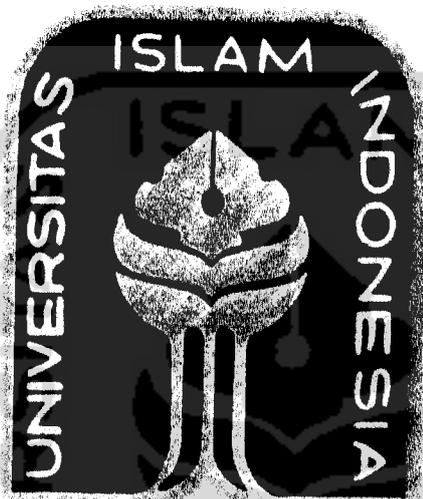
Disusun Oleh:

Nama : Bimoaji SW
Nomor Mahasiswa : 99311492
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
JOGJAKARTA
2006**

Analisis Sikap Nasabah Terhadap Mutu Pelayanan Pada Bank Danamon Cabang
Kaliurang Jogjakarta

SKRIPSI



ditulis oleh

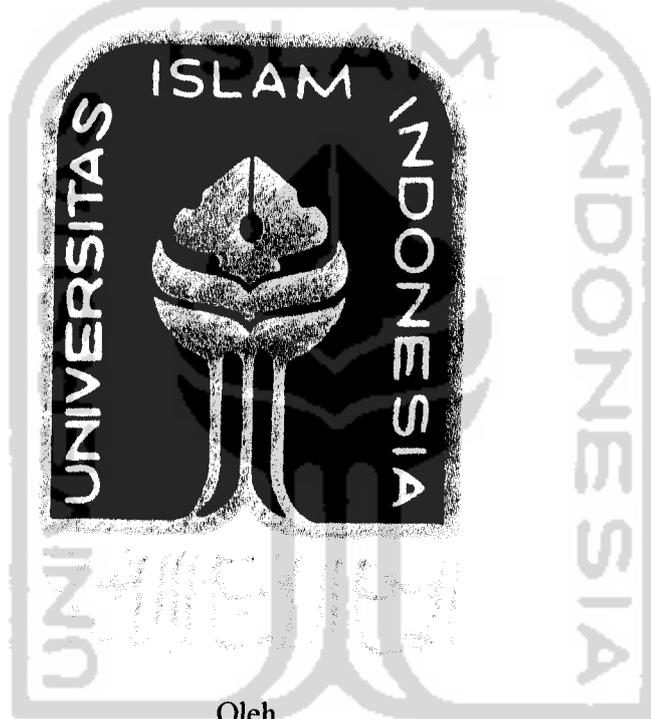
Nama : Bimoaji SW
Nomor Mahasiswa : 99311492
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
JOGJAKARTA
2006

Analisis Sikap Nasabah Terhadap Mutu Pelayanan Pada Bank Danamon Cabang
Kaliurang Jogjakarta

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 : Bimoaji SW
Nomor Mahasiswa : 99311492
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
JOGJAKARTA
2006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di satu 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 di sebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima sanksi/hukuman apapun sesuai peraturan yang berlaku”

Jogjakarta, 9 Januari 2006

Penulis,

Bimoaji SW

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**ANALISIS SIKAP NASABAH TERHADAP MUTU PELAYANAN PADA BANK
DANAMON CABANG KALIURANG JOGJAKARTA**

Disusun Oleh: **BIMOAJI SEKARWIBOWO**
Nomor mahasiswa: 99311492

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 13 Februari 2006

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

Penguji : Drs. Albari, M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Drs. Suwarsono, MA

Halaman Pengesahan Skripsi

Analisis Sikap Terhadap Mutu Pelayanan Pada Bank Danamon Cabang Kaliurang

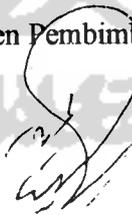
Jogjakarta

Nama : Bimonaji SW
Nomor Mahasiswa : 99311492
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Jogjakarta, 9 Januari 2006

Telah di setujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Drs.H. Murwanto Sigit, MBA

MOTTO DAN PERSEMBAHKAN

Hidup adalah nyanyian - Nyanyikanlah

Hidup adalah permainan - Mainkanlah

Hidup adalah tantangan - Hadapilah

Hidup adalah mimpi - Jadikanlah kenyataan

Hidup adalah pengorbanan - Persembahkanlah

Hidup adalah cinta - Nikmatilah (Sai Baba)

Ketidaktahuan itu suatu saat akan sangat diketahui. Hadapilah
ketakutan terbesar dalam dirimu maka kau akan bebas (Jim
Morrison)

Free as a bird (Jhon Lennon)

Kupersembahkan untuk

Roosdibyو sosok laki laki dalam hidupku, dan

Naniek Sumarsini kasihmu abadi

ABSTRAKSI

Analisis Sikap Terhadap Mutu Pelayanan Pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta

Dewasa ini peranan bank sudah tidak dapat lagi dipisahkan dari kehidupan masyarakat. Pada hakekatnya bank merupakan lembaga yang menjalankan usahanya dibidang jasa. Dalam menjalankan usahanya, bank perlu mengadakan kegiatan pemasaran yang berorientasi pada konsumen, dalam hal ini nasabah. Untuk tujuan tersebut maka Bank Danamon cabang Kaliurang Jogjakarta perlu mengetahui sikap nasabah terhadap mutu pelayanan yang diberikan pada nasabah.

Teori yang digunakan untuk mengetahui sikap nasabah terhadap mutu pelayanan adalah Model Sikap Fishbein. Dalam penelitian ini atribut atribut pelayanan yang diukur menurut Parasuraman adalah *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Sedangkan karakteristik nasabah meliputi pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survey. Dalam penelitian survey, informasi yang dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesioner. Metode analisis data menggunakan analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Sedangkan dalam analisis kuantitatif menggunakan Fishbein's Attitude Model dan Analisis Chi Square.

Hasil yang diperoleh adalah sikap nasabah terhadap mutu pelayanan pada Bank Danamon cabang Kaliurang Jogjakarta pada umumnya positif. Berdasarkan analisis Chi Square diketahui ada perbedaan sikap pada masing masing pada karakteristik nasabah terhadap mutu pelayanan Bank Danamon cabang Kaliurang Jogjakarta.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT sehingga skripsi dengan judul : “ Analisis Sikap Terhadap Mutu Pelayanan Pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta” dapat terselesaikan. Penyusunan sripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan pendidikan Strata-1 pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Jogjakarta.

Pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Drs. Suwarsono Muhamad, MA, selaku Dekan FE UII
2. Drs.H. Murwanto Sigit, MBA, selaku dosen pembimbing
3. Seluruh civitas akademika FE UII
4. Bayu adikku
5. Keluarga besar Roosman
6. Keluarga besar Soeparmanto
7. Roosfam never die Andri , Erwin , Oki, Dony,Redy, Hendra,Lendy,Rippo dan semua generasi Rossfam “Kita sedarah !”
8. “Saudaraku” semua di Koin, semuanya terasa indah dan nyaman bersama kalian “Come on babe light my fire”
9. Manajemen F 99 waktu pertama kukenal kalian
10. Komunitas Kompak
11. The Doors, The Beatles, Led Zapelin yang selalu menemani saat pengerjaan skripsi

12. Special thanks to Hendra “Rocker” Wahyudi yang dengan ikhlas menyerahkan kamar dan komputernya untuk pengerjaan skripsi ini.
13. Dan semua yang telah membantu yang tak bias kusebut satu satu, terima kasih terdalam aku haturkan.

Semoga hasil dari penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Amin.



Jogjakarta, 15 Januari 2006

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan	i
Halaman Judul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halanman Pengesahan Ujian	v
Motto dan Persembahan	vi
Abstraksi	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
I.1. Latar Belakang masalah	1
I.2. Rumusan Masalah.....	4
I.3. Tujuan Penelitian	4
I.4. Manfaat Penelitian	4
BAB II. LANDASAN TEORI.....	6
II.1. Pengertian Pemasaran	6
II.2. Pengertian Sikap	7
II.3. Faktor Pengukuran Sikap	8
II.4. Teori Sikap	10

II.5. Karakteristik Sikap	11
II.6. Ciri-ciri Sikap	12
II.7. Macam-macam Sikap	13
II.8. Komponen Sikap	14
II.9. Model Sikap Fishbein	15
II.10. Pengertian Mutu	16
II.11. Pengertian Pelayanan	16
II.12. Konsep Kualitas Pelayanan	17
II.13. Penelitian Terdahulu	21
II.14. Kerangka Pemikiran	22
II.15. Hipotesis	24
BAB III. METODE PENELITIAN	25
III.1. Profil Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta	25
III.2. Struktur Organisasi	26
III.3. Jenis Penelitian	27
III.4. Populasi dan Sampel	27
III.4.1. Populasi	27
III.4.2. Sampel	27
III.4.3. Besaran Sampel	28
III.5. Sumber Data	29
III.6. Teknik Pengumpulan Data	29
III.7. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	30
III.7.1. Indikasi Variabel	30

III.7.2. Definisi Operasional Variabel	30
III.8. Metode Pengujian Instrument	35
III.9. Metode Analisis Data	37
III.9.1. Analisis Kualitatif	37
III.9.2. Analisis Kuantitatif	37
III.9.2.1. <i>Fishbein's Attitude Model</i>	37
III.9.2.2. Analisis <i>Chi Square</i>	40
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	42
IV.1. Analisis Kualitatif	43
IV.1.1. Karakteristik Nasabah	43
IV.2. Penilaian Nasabah Terhadap Atribut – Atribut Yang Dimiliki Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta	47
IV.3. Uji Validitas dan Reliabilitas	55
IV.4. Analisis Kuantitatif	57
IV.4.1. Pengujian Hipotesis Pertama	68
IV.4.2. Pengujian Hipotesis Kedua	64
IV.5. Pembahasan Dan Implikasi	73
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	76
V.1. Kesimpulan	76
V.2. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN.....	83

DAFTAR TABEL

IV.1. Karakteristik Responden Menurut Pendidikan	44
IV.2. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	45
IV.3. Karakteristik Responden Menurut Penghasilan	46
IV.4. Penilaian Responden Mengenai Atribut <i>Tangible</i>	48
IV.5. Penilaian Responden Mengenai Atribut <i>Reliability</i>	50
IV.6. Penilaian Responden Mengenai Atribut <i>Responsiveness</i>	51
IV.7. Penilaian Responden Mengenai Atribut <i>Assurance</i>	53
IV.8. Penilaian Responden Mengenai Atribut <i>Empathy</i>	54
IV.9. Rangkuman Hasil Uji Validitas Instrumen Pertanyaan	56
IV.10. Ringkasan Hasil Pengujian Reliabilitas	57
IV.11. Jumlah Jawaban Berdasarkan Tingkat Kepercayaan	58
IV.12. Hasil Perkalian Jumlah Jawaban Dengan Bobot Kepercayaan	59
IV.13. Rata - Rata Skor (b_i)	60
IV.14. Jumlah Jawaban Berdasarkan Urutan	60
IV.15. Hasil Perkalian Skor Dengan Jawaban Evaluasi	61
IV.16. Rata - Rata Skor Evaluasi (e_i)	61
IV.17. Indeks Sikap Nasabah	62
IV.18. Hasil Uji <i>Chi Square</i> Pada Atribut <i>Tangible</i>	66
IV.19. Hasil Uji <i>Chi Square</i> Pada Atribut <i>Reliability</i>	67
IV.20. Hasil Uji <i>Chi Square</i> Pada Atribut <i>Responsiveness</i>	69
IV.21. Hasil Uji <i>Chi Square</i> Pada Atribut <i>Assurance</i>	70
IV.22. Hasil Uji <i>Chi Square</i> Pada Atribut <i>Empathy</i>	72

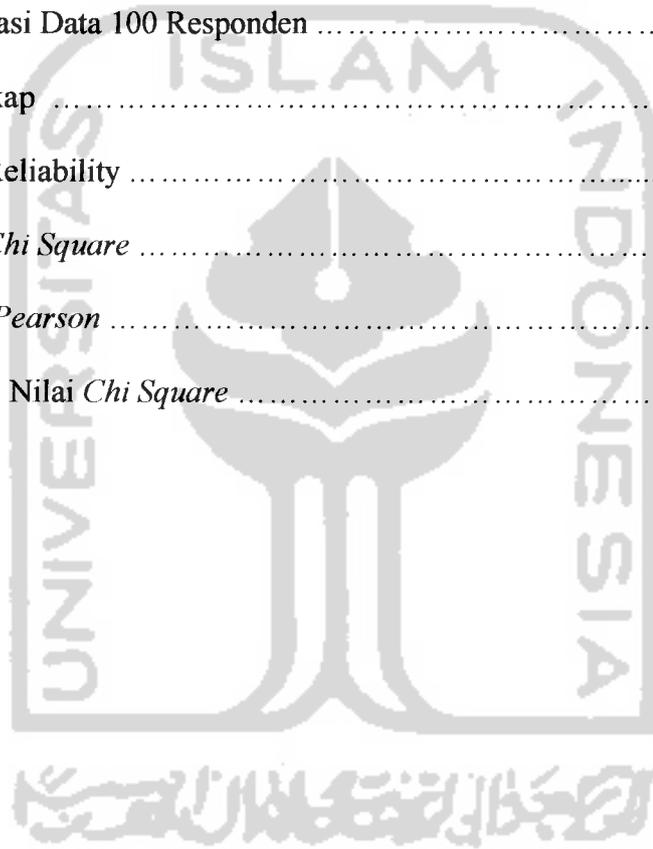
DAFTAR GAMBAR

II.1. Kerangka Pemikiran Penelitian	22
III.1. Struktur Organisasi Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta ...	26
IV.1. Skala Penelitian Sikap Nasabah	63



DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Penelitian	80
2. Permohonan Pengisian Kuesioner	81
3. Daftar Pertanyaan Responden	82
4. Hasil Rekapitulasi Data 100 Responden	90
5. Tabel Indeks Sikap	92
6. Hasil Analisis Reliability	96
7. Hasil Analisis <i>Chi Square</i>	101
8. Tabel Korelasi <i>Pearson</i>	119
9. Tabel Distribusi Nilai <i>Chi Square</i>	120



BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini peranan bank sudah tidak dapat lagi dipisahkan dari kehidupan masyarakat pada hakekatnya bank merupakan lembaga yang menjalankan usaha di sektor jasa, yang bertujuan untuk memperoleh laba dari usaha yang dijalankannya. Dalam menjalankan usahanya, bank perlu mengadakan kegiatan pemasaran yang berorientasi pada konsumen yaitu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah agar nasabah terpuaskan sehingga akan meningkatkan laba bagi bank. Didalam mencapai tujuan tersebut bank mengalami berbagai masalah. Masalah yang dihadapi pada umumnya adalah adanya persaingan. Persaingan ini ditujukan dengan makin banyaknya produk jasa sejenis yang ditawarkan oleh bank-bank lain.

Disamping masalah persaingan, bank juga menghadapi masalah perilaku nasabah yang berbeda-beda dan berubah-ubah dari waktu ke waktu, untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku nasabah, maka perusahaan perlu mengetahui sikap nasabah.

Menurut Kotler, pengertian sikap dapat didefinisikan sebagai penilaian seseorang berdasarkan daya pengenalnya yang bertahan lama, baik itu penilaian yang menguntungkan atau tidak menguntungkan, perasaan yang bersikap emosional, dan cenderung melangkah kearah objek atau mewujudkan beberapa gagasan (Kotler, 1987: 202)

Sikap merupakan faktor yang ikut mempengaruhi pandangan dan perilaku pembelian konsumen. Sikap mencakup proses berfikir dan perasaan emosi. Sikap merefleksikan pertimbangan nilai dan perasaan negatif dan positif terhadap suatu produk. Bila individu memiliki sikap yang positif terhadap suatu objek, ia akan membantu, memperhatikan atau berbuat sesuatu yang menguntungkan objek tersebut. Sebaliknya bila ia memilih sikap yang negatif terhadap suatu objek maka ia akan mengancam atau menyela objek tersebut. Dengan memahami sikap maka akan diketahui keinginan dan kebutuhan konsumen.

Untuk mendapatkan konsumen yang mempunyai kesetiaan pada suatu perusahaan, maka keinginan dan kebutuhan konsumen menjadi suatu hal yang penting untuk dikelola dengan serius. Perusahaan mulai memikirkan pentingnya program pelayanan konsumen secara serius. Bagaimana dan apa saja yang bisa dilakukan agar konsumen merasa terlayani dengan baik. Perlu diingat juga bahwa tugas utama dari perusahaan adalah menciptakan kondisi pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan. Banyak perusahaan yang dapat memimpin pasar dengan cara mengedepankan kualitas pelayanan, dan hal itu merupakan strategi yang cukup efektif.

Dengan strategi meningkatkan pelayanan ini maka diharapkan pelanggan merasa puas dan selanjutnya mereka akan melakukan pembelian pada produk yang sama. Dalam hubungan ini Bank Danamon sebagai perusahaan yang bergerak di bidang perbankan yang merupakan salah satu dari sekian banyak bank-bank yang ada di Yogyakarta harus dapat melayani nasabah secara profesional dan juga harus

menciptakan mutu jasa pelayanan yang berkualitas yang memungkinkan nasabah selalu menggunakan jasa pelayanan perbankan tersebut.

Untuk menjawab segala keinginan dan kebutuhan konsumen agar mengambil sikap untuk menggunakan jasa pada Bank Danamon maka perusahaan menitikberatkan pada mutu pelayanan. Adapun mutu pelayanan yang dikemukakan Parasuraman, Zeithaml, dan Berry meliputi: *tangible* (tampilan fisik dan fasilitas), *reliability* (kualitas dan profesionalisme layanan), *responsiveness* (kesigapan layanan), *assurance* (rasa aman dan kepercayaan), *empathy* (kemampuan memahami konsumen) (Tjiptono, 1998:69). Kelima komponen tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan yang terintegrasi, maksudnya pelayanan menjadi tidak berkualitas bila ada komponen yang kurang. Jika kelima komponen mutu pelayanan tersebut dapat dilaksanakan oleh Bank Danamon dengan baik maka nasabah akan bersikap positif terhadap jasa yang diberikan sehingga akan selalu menggunakan jasa Bank Danamon. Untuk itu pengukuran sikap nasabah terhadap mutu pelayanan sangat penting dilakukan sehingga dapat mengetahui perilaku nasabah maka Bank Danamon dapat mengetahui apakah mutu pelayanan yang telah diterapkan bisa diterima dan sesuai dengan keinginan nasabah. Selanjutnya dengan mengetahui sikap nasabah terhadap mutu pelayanan yang diberikan, maka Bank Danamon dapat melaksanakan strategi yang lebih baik dari pesaingnya.

Dengan melihat latar belakang masalah di atas maka penulis mengambil judul **“Analisis Sikap Nasabah Terhadap Mutu Pelayanan Pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Yogyakarta”**.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dikemukakan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sikap nasabah terhadap mutu pelayanan pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Yogyakarta?
2. Apakah terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap mutu pelayanan pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Yogyakarta berdasarkan pekerjaan, tingkat pendapatan, dan pendidikan nasabah?

I.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menetapkan sikap nasabah terhadap mutu pelayanan pada Bank Danamon Cabang kaliurang Yogyakarta.
2. Untuk menetapkan terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap mutu pelayanan pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Yogyakarta berdasarkan pekerjaan, tingkat pendapatan, dan pendidikan nasabah.

I.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai sikap konsumen, menambah wawasan, pengalaman, dengan membandingkan pengetahuan yang diperoleh dengan keadaan senyatanya.

2. Bagi Perusahaan

Dengan adanya penelitian ini diharapkan Bank Danamon Cabang Kaliurang Yogyakarta akan mendapatkan informasi mengenai sikap nasabah terhadap mutu pelayanan, yang dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan di dalam

menerapkan kebijakan untuk masa yang akan datang yang berhubungan dengan nasabah.



BAB II

LANDASAN TEORI

II.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan oleh para pengusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya serta berkembang dan mendapatkan laba. Selain itu pemasaran dapat mengandung berbagai macam pengertian. Pengertian yang paling umum adalah bahwa pemasaran itu merupakan proses sosial dari kegiatan seseorang atau lembaga untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar akan suatu barang melalui proses pertukaran.

Ada beberapa definisi pemasaran yang telah dikemukakan oleh para ahli yang kelihatannya berbeda, namun sebenarnya definisi yang mengandung makna yang sama. Perbedaan tersebut dikarenakan masing-masing ahli meninjau dari sudut yang berbeda.

Adapun definisi pemasaran menurut Stanton adalah sebagai berikut:

“ Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik pembeli yang ada maupun pembeli potensial.” (Stanton, 1985: 7)

Definisi pemasaran yang dikemukakan oleh Stanton diatas, selain melibatkan pembeli yang potensial juga melibatkan pembeli yang ada. Maksud pembeli potensial ini yaitu mereka yang belum melakukan perilaku membeli, namun mempunyai daya untuk membeli dan diharapkan suatu saat mereka melakukan pembelian.

Sedangkan pemasaran menurut Kotler dan Amstrong adalah sebagai berikut:

“Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang dilakukan oleh individu ataupun kelompok dalam memperoleh kebutuhan dan keinginan mereka dengan cara membuat dan mempertukarkan produk dan nilai dengan pihak lain.”

(Kotler dan Amstrong, 1996: 6)

Dari dua definisi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pemasaran adalah kegiatan dimana proses pertukaran ini haruslah menimbulkan permintaan yang efektif. Pemasaran harus mengandung pengertian adanya keinginan dan kebutuhan manusia yang harus dipuaskan oleh kegiatan manusia lain yang menyediakan alat pemuas kebutuhan, yang berupa barang dan jasa.

Dari uraian tersebut untuk mengkoordinasi proses pertukaran melibatkan sejumlah kerja dan keterampilan dalam bidang pemasaran sehingga diperlukan manajemen pemasaran yang dikelola secara terencana dan terprogram dengan baik agar tujuannya dapat tercapai.

II.2. Pengertian Sikap

Sikap (*attitude*) adalah sesuatu yang penting bagi pemasaran karena sikap mempengaruhi penilaian terhadap suatu produk dan mempengaruhi keputusan-keputusan dalam melakukan pembelian. Jadi dengan mempelajari sikap seseorang, diharapkan dapat menentukan apa yang harus dilakukan serta apa yang harus dihindari. Sikap didefinisikan sebagai berikut:

“ Sikap adalah kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah-masalah yang baik maupun kurang baik secara konsekuen “ (Swastha dan Handoko, 1987: 92)

Sikap konsumen ini dilakukan berdasarkan penilaian terhadap produk yang ditawarkan. Penawaran tersebut penting bagi perusahaan dalam mengembangkan dan menyempurnakan produknya agar lebih memuaskan

konsumen. Terbentuknya sikap tersebut melalui proses belajar tidak terlepas dari beberapa faktor yang mempengaruhi yaitu pengaruh keluarga, kelompok kecil, informasi dan pengalaman serta kepribadian individu itu sendiri. Sikap menempatkan orang kedalam suatu kerangka berpikir untuk menyukai atau tidak menyukai sesuatu, bergerak mendekat atau menjauhi dari hal itu. Sikap membuat orang bertindak jujur dalam suatu cara yang konsisten kearah objek serupa. Orang tidak harus memberi reaksi terhadap segala sesuatu itu dengan cara baru. Sikap menghemat energi dan pikiran. Karena sangat kuatnya alasan inilah, sikap menjadi sangat sukar untuk berubah. Berbagai sikap seseorang menyatu menjadi suatu pola yang koheren.

Sikap memberikan penilaian positif dan negatif terhadap objek atau produk yang dihadapinya. Sikap ini dilakukan konsumen berdasarkan pandangan terhadap produk dan proses belajar dari pengalaman. Dengan mempelajari sikap konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan, diharapkan para manager akan dapat merumuskan langkah-langkah apa yang dilakukan dimasa yang akan datang.

II.3. Faktor Pengukuran Sikap

Masalah mendasar di dalam pengukuran sikap adalah sejauh mana suatu pengukuran sesuai atau cocok dengan perilaku yang digunakan untuk menentukan daya ramal pengukuran tersebut.

Menurut Engel, Blackwell, Miniard terdapat empat elemen perilaku yang mempengaruhi sikap adalah (Engel, Blackwell, Miniard, hal 339: 1994) :

1. Tindakan

Yaitu elemen yang mengacu pada perilaku spesifik, pengukuran sikap harus menggambarkan elemen tindakan secara akurat.

2. Target

Yaitu elemen yang berfokus pada perilaku pembelian secara umum dan pembelian secara spesifik.

3. Waktu

Yaitu elemen yang berfokus pada kerangka waktu dimana perilaku diharapkan terjadi. Dengan pengukuran waktu secara tepat kita akan mendapatkan konsistensi nyata antara sikap dan perilaku.

4. Konteks

Yaitu elemen yang mengacu pada latar belakang dimana perilaku diharapkan terjadi.

Hubungan antara sikap dengan perilaku akan semakin kuat apabila:

- a) Pengukuran sikap menetapkan secara benar komponen tindakan, target, waktu dan konteks.
- b) Interval waktu antara pengukuran sikap dan perilaku menjadi lebih singkat.
- c) Sikap didasarkan pada pengalaman langsung.
- d) Perilaku menjadi kurang di pengaruhi oleh kelas sosial.

II.4. Teori Sikap

Pemahaman mengenai sikap sangat penting dalam mempelajari masalah perusahaan dan perubahan sikap. Pemahaman sikap dapat diketahui dari teori-teori sikap antara lain:

1. Teori Keseimbangan Heider

Heider mengemukakan bahwa suatu efek positif atau efek negatif terhadap orang lain cenderung akan berada pada keadaan seimbang dengan efek seseorang terhadap suatu objek. Sikap dimana orang lain juga mengarahkan sikapnya. (Azwar, 1995: 40).

2. Teori Kesesuaian Osgood dan Tannonbaum

Inti dari teori kesesuaian adalah unsur-unsur kognitif mempunyai valensi positif, negatif, atau nol dalam berbagai intensitas. Unsur-unsur yang relevan satu dengan yang lainnya dapat mempunyai hubungan yang positif atau negatif. Kesesuaian yang diinginkan akan terjadi apabila tanda hubungannya adalah nol dari keduanya dan bila identitasnya sama.

3. Teori Disonansi Kognitif Festinger

Teori ini dikembangkan oleh Festinger. Disonansi kognitif adalah suatu keadaan psikologis yang dihasilkan apabila seseorang merasa benar atau yakin akan kebenaran, ketidaksesuaian akan timbul apabila antara sikap dan tingkah laku tidak ada kesesuaian.

4. Teori Konsistensi Afektif- Kognitif Rosenberg

Komponen afektif merupakan perasaan negatif atau perasaan positif yang dimiliki seseorang terhadap suatu objek sikap. Sedangkan unsur

kognitif adalah setiap pengetahuan, opini atau kepercayaan mengenai lingkungan, diri sendiri atau perilakunya. Komponen afektif dan komponen kognitif mempunyai hubungan yaitu apabila komponen kognitif dan komponen afektif sikap saling konsisten satu sama lain, maka sikap akan berada dalam keadaan stabil. Sedangkan apabila komponen afektif dan komponen kognitif sikap saling tidak konsisten satu sama lainnya, maka sikap akan berada pada keadaan tidak stabil dan akan segera mengalami aktivitas re-organisasi yang spontan sampai aktivitas itu berakhir dengan salah satu kejadian yaitu tercapainya konsistensi afektif kognitif yang tidak dapat diselesaikan diluar batas kemampuan aktif. (Azwar, 1995: 45)

II.5. Karakteristik Sikap

Menurut Loudon and Della Betta, sikap secara keseluruhan mempunyai empat karakteristik sebagai berikut (Loudon and Betta, hal 521:1993):

1. Sikap memiliki objek

Objek sikap dapat merupakan hal tertentu baik yang bersifat abstrak seperti konsumerisme atau berupa sesuatu yang nyata, misalnya: mobil, berlian. Objek sikap dapat berupa suatu benda, produk, atau tindakan. Disamping itu objek sikap dapat pula suatu hal, misalnya: kelompok sosial.

2. Sikap memiliki arah, derajat, dan intensitas

Artinya sikap seseorang terhadap suatu objek dapat mendekat atau menjauh, kecuali itu sikap seseorang mempunyai derajat tertentu yaitu sampai seberapa jauh orang merasa senang terhadap suatu objek. Sedangkan intensitas sikap ditunjukkan oleh tingkat pendiriannya.

3. Sikap mempunyai struktur

Struktur sikap manusia adalah kompleks, karena titik pusat struktur melibatkan keyakinan, nilai konsep dari individu yang bersangkutan. Keyakinan mencakup apa yang oleh individu dipikirkan dan dipercayai serta pengetahuan yang di punyai. Nilai merupakan pandangan masyarakat terhadap suatu objek.

4. Sikap dapat dipelajari

Perkembangan sikap bersamaan dengan pengalaman individu terhadap realita yang dihadapi, dan juga berasal dari pengalaman orang lain yang dipelajari. Sikap bukanlah dibawa sejak lahir, tetapi dibentuk dan dipelajari sepanjang perkembangan orang itu dalam hubungannya dengan objek yang dihadapi. Sikap dapat berubah, oleh karena sikap dapat dipelajari.

II.6. Ciri-ciri Sikap

Sikap mempunyai beberapa ciri adalah sebagai berikut (Agerungan, hal 151: 1991):

1. Sikap bukan merupakan pembawaan manusia sejak lahir, tapi dibentuk dan dipelajari sepanjang perkembangan orang itu, dalam hubungannya dengan suatu objek. Sikap ini membedakan dengan motif biogenetik, seperti rasa lapar, haus dan lain-lain.
2. Objek sikap dapat berupa suatu hal tertentu, tetapi juga dapat merupakan kumpulan hal-hal tertentu. Jadi sikap dapat berkenaan dengan satu objek saja maupun sederetan objek-objek yang serupa.

3. Sikap mempunyai segi-segi motivasi dan segi-segi perasaan, sikap inilah yang membedakan sikap daripada kecakapan atau pengetahuan-pengetahuan yang dimiliki seseorang.
4. Sikap dapat berubah-ubah oleh karena itu sikap dapat berubah sesuai dengan keadaan dan syarat-syarat tertentu yang mempengaruhi sikap seseorang.
5. Sikap tidak berdiri sendiri, melainkan senantiasa mengandung hubungan tertentu terhadap suatu objek. Dengan kata lain sikap terbentuk, dipelajari dan berubah senantiasa berkenaan dengan suatu objek tertentu yang dirumuskan dengan jelas.

II.7. Macam Macam Sikap

Ada empat macam sikap manusia menurut Kotler, yaitu (Kotler, hal 140:1992):

1. Sikap sosial
Yaitu sikap yang dinyatakan tidak hanya oleh seseorang saja tetapi diperhatikan oleh sekelompok orang.
2. Sikap individu
Yaitu sikap yang hanya dimiliki secara individu.
3. Sikap positif
Yaitu sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan penerimaan pengalaman, menyetujui serta melaksanakan norma-norma yang berlaku dimana individu itu berada.

4. Sikap negatif

Yaitu sikap yang menunjukkan atau memperlihatkan penolakan atau tidak menyetujui terhadap norma-norma yang berlaku dimana individu itu berada.

II.8. Komponen Sikap

Sikap melibatkan tiga komponen yang saling berhubungan antara lain:

1. Komponen *Cognitive*

Yaitu berupa pengetahuan, kepercayaan, atau pikiran yang didasarkan pada informasi yang berhubungan dengan objek. *Cognitive* yang melekat pada sistem tersebut meliputi baik menguntungkan atau tidak menguntungkan, diterima atau ditolak, baik atau buruk (Azwar, 1995: 24)

2. Komponen *Affective*

Menunjukkan pada dimensi-dimensi emosional dari sikap yang berhubungan dengan objek. Objek dirasakan menyenangkan atau tidak menyenangkan, disukai atau tidak disukai. (Azwar, 1995: 26)

3. Komponen *Behavior*

Melibatkan salah satu predisposisi untuk bertindak terhadap objek. Komponen behavior ini dipengaruhi oleh komponen lainnya. Bila individu mempunyai sikap-sikap positif terhadap suatu objek, maka ia siap membantu, memperhatikan, berbuat sesuatu yang menguntungkan objek tersebut. Sebaliknya bila ia memiliki sikap negatif maka ia akan mengecam, mencela, menyerang bahkan membinasakan objek tersebut. (Azwar, 1997: 27)

II.9 Model Sikap Fishbein

Model sikap fishbein menyatakan bahwa orang membentuk sikap terhadap objek berdasarkan kepercayaan (tanggapan atau ilmu pengetahuan). Manusia mempunyai kepercayaan yang berasal dari apa yang diketahui yang kemudian akan terbentuk suatu ide atau gagasan mengenai sikap atau karakter umum dari suatu objek. Kepercayaan yang terbentuk ini akan menjadi dasar pengetahuan mengenai apa yang diharapkan dan apa yang tidak diharapkan dari suatu objek. Dengan demikian interaksi serta prediksi kita akan pengalaman dimasa mendatang lebih mempunyai arti dan keteraturan.

Kepercayaan menyederhanakan dan mengatur apa yang kita lihat dan kita temui, sehingga adanya suatu kepercayaan menyebabkan lingkungan menjadi kompleks untuk dihayati dan sangat sulit ditafsirkan artinya. Kepercayaan diperoleh dengan memproses informasi dari pengalaman langsung terhadap objek dan informasi dari sumber lain. Kepercayaan juga merupakan dasar bagi pembentukan sikap, dimana proses informasi membawa pengetahuan atau kepercayaan terhadap produk dan sebaliknya akan menuntun sikap yang terlibat dalam menilai atau mengevaluasi produk. Karena produk mempunyai banyak sifat, ukuran, bentuk, ciri khas, dan sebagainya maka seseorang akan memproses informasi tersebut sehingga membentuk kepercayaan baik positif maupun negatif.

Model sikap *fishbein* disusun untuk mengetahui sikap konsumen terhadap objek (mutu pelayanan) yang mana sikap terhadap objek ditentukan oleh kepercayaan terhadap atribut (bi) dan evaluasi yang diberikan terhadap setiap atribut (ei) dari suatu objek.

Adapun model sikap fishbein sebagai berikut (Loudon dan. Betta, 1984: 532):

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i.e_i$$

dimana:

- A_o : Sikap seseorang secara keseluruhan terhadap objek tertentu
- b_i : Kepercayaan seseorang terhadap atribut ke I yang dimiliki oleh suatu objek.
- e_i : Penilaian (evaluasi) seseorang terhadap atribut ke i yang ada pada suatu objek.
- n : Jumlah atribut yang dimiliki suatu objek.

II.10. Pengertian Mutu

Mutu sering didefinisikan kecocokan penggunaan, kesesuaian pada kebutuhan, bebas dari penyimpangan dan seterusnya. Disini kita akan gunakan definisi dari *American society for quality control* yang dianut seluruh dunia :

Mutu adalah keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuannya memenuhi kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat (Kotler, hal 64: 1995)

Jelas ini adalah definisi mutu yang berpusat pada pelanggan mempunyai kebutuhan dan pengharapan tertentu. Penjual disebut memberikan mutu bila produk dan pelayanan penjual memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Perusahaan yang dapat memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggan hampir sepanjang waktu adalah perusahaan bermutu.

II.11. Pengertian Pelayanan

Menurut Moenir, Pelayanan diartikan sebagai berikut :

Setiap kegiatan yang dilakukan oleh pihak lain yang ditujukan guna memenuhi kepentingan orang banyak. Namun tak berarti bahwa pelayanan itu sifatnya kolektif sebab melayani kepentingan perorangan pun asal kepentingan itu termasuk dalam rangka pemenuhan hak dan kebutuhan bersama yang telah diatur termasuk dalam pengertian pelayanan. (Moenir, hal12: 1998)

Sedangkan pengertian lain tentang pelayanan yang didasarkan pada proses, yaitu proses pemenuhan kebutuhan melalui efektifitas orang lain yang langsung dinamakan pelayanan.

Jadi yang dinamakan pelayanan adalah segala kegiatan yang dilakukan oleh pihak lain untuk memenuhi kepentingan dan kebutuhan orang lain, sehingga mereka merasakan kepuasan dan merupakan tujuan dari perusahaan untuk memperoleh keuntungan.

II.12. Konsep Kualitas Pelayanan

Yang dimaksud dengan pelayanan (*service*) adalah aktivitas yang sifatnya tidak berwujud (*intangible*), tidak dapat disimpan dan hanya dapat dirasakan langsung oleh pelanggan atau pembeli (Suprpto, Usahawan, No. 5, th XXVI, Mei 1997).

Sedangkan konsep kualitas (*quality*) menurut *The American Society for quality control* adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu barang atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau yang bersifat laten (Usahawan, No.5, th XXVI, Mei 1997)

Mengacu pada dua pengertian tersebut maka konsep kualitas pelayanan adalah suatu persepsi dan realitas dari pelayanan yang diharapkan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

Parasuraman mengemukakan lima dimensi layanan yang diukur *servqual*, yaitu :

1. *Tangible* (tampilan fisik dan fasilitas), mencakup fasilitas fisik, perlengkapan, penampilan pegawai, dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (kualitas dan profesionalisme), mencakup kemampuan untuk memenuhi janji pelayanan secara cepat dan akurat.
3. *Responsiveness* (kesigapan layanan), yaitu kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan service secara sigap.
4. *Assurance* (rasa aman dan kepercayaan), mencakup kemampuan dan kesopanan karyawan
5. *Empathy* (kemampuan memahami konsumen), kemudahan melakukan komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan para konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan senjata yang paling ampuh dalam keunggulan perusahaan, terutama perusahaan jasa. Oleh karena itu pelayanan yang berkualitas harus diberikan secara terus-menerus agar perusahaan menjadi kuat bersaing dengan perusahaan lain yang memberikan jasa sejenis.

Kualitas pelayanan juga merupakan sarana untuk memasukkan pelanggan dan diharapkan dari sini akan terbentuk loyalitas konsumen yang akan mendorong keuntungan jangka panjang perusahaan. Konsumen yang loyal akan menjadi konsumen potensial untuk produk-produk lama maupun produk-produk baru dari

perusahaan sehingga akan memudahkan perusahaan dalam memasarkan produk barunya.

Manfaat lain dapat dijelaskan sebagai berikut apabila perusahaan biasa memberikan layanan yang sama atau bahkan melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan melakukan pembelian ulang terhadap produk atau jasa yang ditawarkan sehingga akan terbentuk sikap yang positif. Dengan terbentuknya sikap yang positif tersebut, konsumen tidak akan sensitif terhadap pengaruh layanan yang diberikan oleh perusahaan jasa sejenis.

Kualitas pelayanan perusahaan melalui dimensi-dimensi pelayanan seperti yang diungkapkan Parasuraman yaitu:

1. *Tangible* (tampilan Fisik), tampilan fisik yang berupa produk dan jasa, penampilan pegawai, perlengkapan dan sarana komunikasi akan menjadi perhatian konsumen yang pertama. Tersedianya fasilitas-fasilitas tersebut akan mendorong penyampaian pelayanan secara lebih baik. Untuk sebuah perusahaan perbankan, gedung yang mewah dan memadai, fasilitas pendukung yang lengkap dan memadai merupakan daya tarik tersendiri untuk para nasabah, yang akan mendorong para nasabah bersikap positif terhadap perusahaan perbankan tersebut.
2. *Reliability* (kualitas dan profesionalisme layanan), kualitas dan profesionalisme pelayanan sangat dibutuhkan perusahaan agar tercipta sikap yang positif dalam diri nasabah setelah menerima pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Termasuk didalamnya usaha untuk memenuhi janji pelayanan yang disampaikan kepada nasabah melalui komunikasi

pemasaran. Untuk sebuah perusahaan perbankan, faktor *reliability* menjadi sangat penting mengingat pengguna jasa adalah para nasabah yang selalu bersifat kritis dan menuntut segala janji yang mereka terima terpenuhi pada saat yang dijanjikan. Hal ini berlaku untuk masalah yang berhubungan dengan transaksi perbankan maupun untuk masalah pelayanan yang lain seperti masalah-masalah yang berkaitan dengan administrasi dan lain-lain.

3. *Responsiveness* (kesigapan pelayanan), keluhan dan tuntutan yang diajukan oleh konsumen harus dapat cepat ditanggapi oleh perusahaan, sehingga pengaruh dari keluhan tidak akan merusak nama baik perusahaan. Dengan ditanggapinya keluhan konsumen akan menunjukkan keseriusan perusahaan dalam memperhatikan konsumen. Hal yang sama akan berlaku pada perusahaan perbankan. Informasi tentang kapan pelayanan akan diberikan, kesigapan para karyawan saat dibutuhkan, tersedianya waktu untuk menanggapi permasalahan merupakan faktor-faktor yang ikut mendorong terciptanya sikap yang terpositif terhadap perusahaan perbankan tersebut.
4. *Assurance* (rasa aman dan kepercayaan), setiap kali perusahaan memberikan layanan kepada konsumen harus disertai sikap ramah dan sopan dari para karyawan. Sikap yang ramah dan sopan ini akan memberikan rasa aman dan percaya diri nasabah dan menunjukkan bahwa para karyawan perusahaan perbankan tersebut menghormati serta menghargai para nasabah sehingga tercipta sikap yang positif.
5. *Empathy* (kemampuan memahami konsumen), suatu perusahaan harus bias memahami keinginan-keinginan konsumen. Untuk sebuah perusahaan

perbankan, hal ini bias ditunjukkan antara lain dengan memberikan perhatian secara individual dan jam kerja yang biasa memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah.

II.13. Penelitian Terdahulu

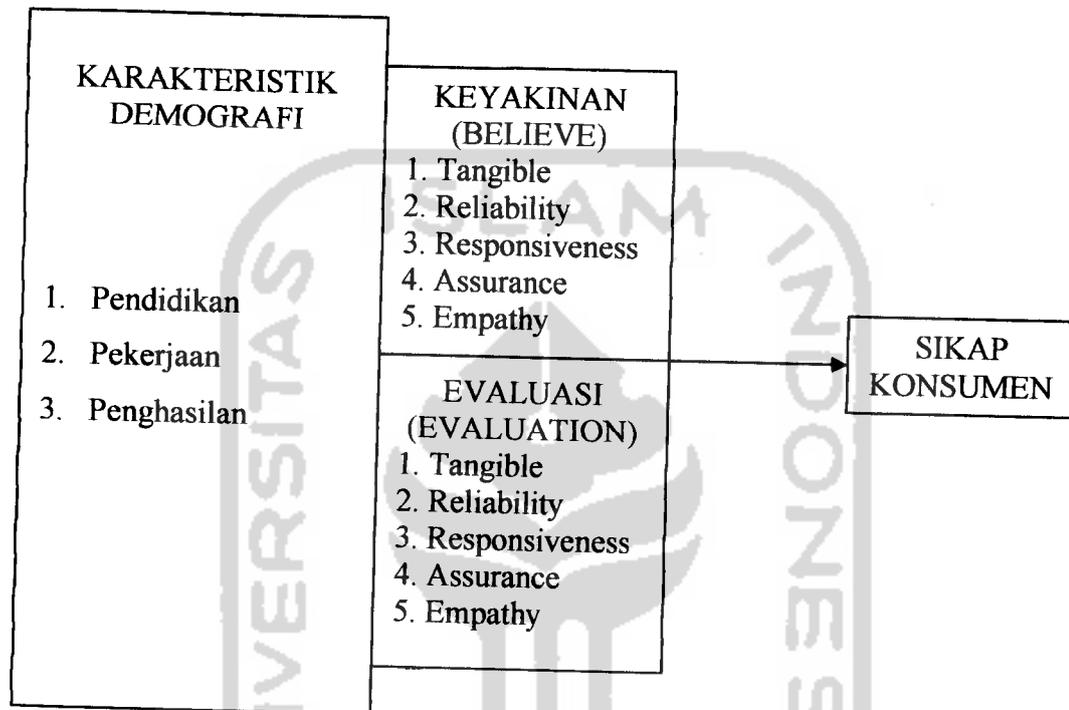
Penelitian tentang sikap konsumen atau masyarakat terhadap suatu produk maupun obyek-obyek lainnya telah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu. Sebagai bahan acuan dalam sikap konsumen ini, penulis mengambil contoh bentuk penelitian terdahulu.

Penelitian terdahulu memiliki judul Analisis Sikap Terhadap Layanan Jasa Maskapai Penarbangan Garuda Indonesia Airlines (GIA) Di Jogjakarta, yang dilakukan oleh Vivi Novriani pada tahun 2001. Dalam penelitian tersebut masalah yang diajukan adalah mengenai ada tidaknya perbedaan sikap konsumen terhadap atribut atribut layanan jasa maskapai penerbangan GIA dan ada tidaknya perbedaan sikap karena adanya perbedaan karakteristik demografis. Model analisis yang digunakan adalah multiattribute attitude model dari Fishbein dan Chi Square Test.

Dari hasil analisis tersebut memang ada perbedaan sikap konsumen yang berarti terhadap atribut atribut layanan jasa maskapai penerbangan GIA di Jogjakarta. Sedangkan hipotesis alternatif yang kedua yang menyatakan bahwa ada perbedaan sikap konsumen terhadap atribut layanan jasa maskapai penerbangan GIA di Jogjakarta berdasarkan karakteristik demografi tidak sepenuhnya di terima. Perbedaan sikap konsumen berdasarkan karakteristik demografi hanya beraku pada keandalan (*reliability*). Sedangkan pada atribut layanan jasa yang lain tidak memberikan perbedaan sikap yang berarti.

II.14. Kerangka Pemikiran

Secara skematis, kerangka pemikiran yang menjadi acuan dalam penelitian ini dapat di gambarkan sebagai berikut:



Gambar II.1.

Kerangka Pemikiran Penelitian

Mengacu pada teori sikap yang di kembangkan oleh Fishbein, sikap seseorang terhadap suatu objek sikap terbentuk dari dua komponen sikap yaitu keyakinan (*believe*) dan evaluasi (*evaluation*). Dengan demikian baik buruknya sikap sangat di tentukan oeh sejauh mana keyakinannya terhadap obyek sikap. Oleh karena itu salah satu kunci untuk memahami sikap konsumen adalah dengan mengidentifikasi dan memahami apa yang mendasari keyakinan tersebut (Peter dan Oslon, 2000 : 137). Di samping itu determinan lain yang juga penting dalam pembentukan sikap adalah evaluasi (*evaluation*) terhadap objek sikap. Evaluasi

adalah sejauh mana evaluasi yang dilakukan konsumen terhadap objek sikap melalui atribut atribut yang dimiliki oleh objek sikap. Evaluasi yang dilakukan oleh konsumen terhadap objek sikap merupakan sesuatu yang tidak tetap sepanjang waktu, tetapi dipengaruhi oleh faktor-faktor situasional. Faktor lain yang menentukan sikap seseorang terhadap suatu objek sikap adalah karakteristik demografi yang meliputi umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan penghasilan. Dalam penelitian ini hanya mengambil tiga karakteristik demografi yaitu: pendidikan, pekerjaan dan penghasilan dengan alasan, bank sebagai perusahaan jasa dalam pelayanannya tidak membedakan faktor usia dan jenis kelamin.

Berdasarkan pada penjelasan yang disampaikan di atas, maka secara garis besar dapat disimpulkan bahwa baik buruknya sikap seseorang terhadap objek sikap dipengaruhi oleh keyakinan, evaluasi, dan karakteristik individu. Dengan demikian sikap nasabah terhadap mutu pelayanan Bank Danamon cabang Kaliurang Jogjakarta dipengaruhi oleh sejauh mana keyakinan dan evaluasi yang dilakukan oleh nasabah dan karakteristik individu nasabah.

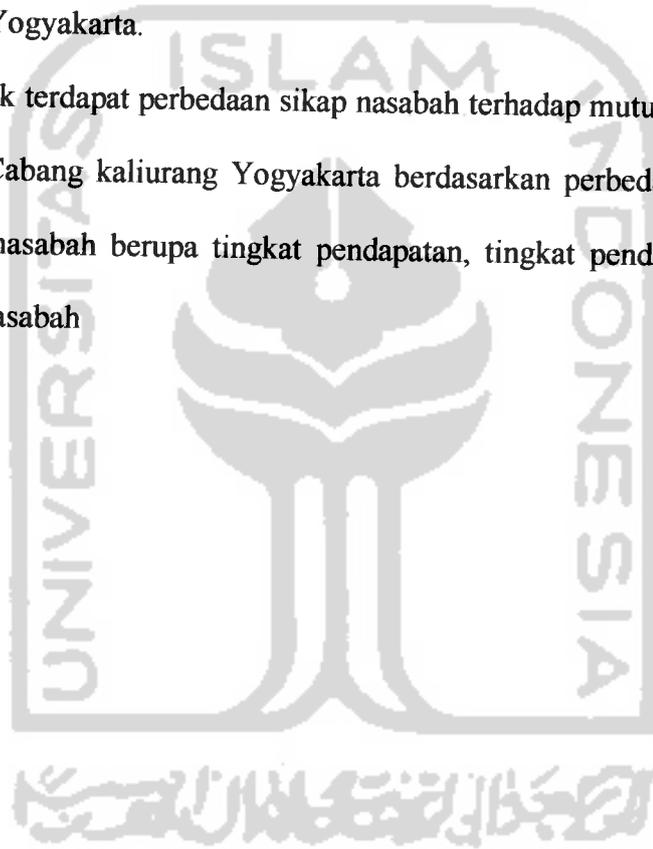
Sikap merupakan determinan perilaku, artinya perilaku seseorang untuk melakukan sesuatu dipengaruhi oleh sikapnya terhadap perilaku yang akan dilakukan tersebut. Di sini sikap merupakan variabel strategis yang akan menentukan keberhasilan pencapaian tujuan perusahaan. Penerimaan atau Penolakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tergantung pada bagaimana sikap konsumennya. Pemahaman dan analisis terhadap sikap nasabah terhadap atribut-atribut Bank Danamon cabang Kaliurang Jogjakarta akan bermanfaat dalam penyusunan strategi

bersaing Bank Danamoan, khususnya dalam memberikan pelayanan yang memuaskan para nasabahnya.

II.15. Hipotesis

Hipotesisi penelitian pada penulisan skripsi ini adalah:

1. Diduga terdapat sikap positif terhadap mutu pelayanan Bank Danamon Cabang Kaliurang Yogyakarta.
2. Diduga tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap mutu pelayanan Bank Danamon Cabang kaliurang Yogyakarta berdasarkan perbedaan karakteristik demografi nasabah berupa tingkat pendapatan, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan nasabah



BAB III

METODE PENELITIAN

III.1. Profil Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta

PT Bank Danamon Indonesia, Tbk. Danamon Simpan Pinjam –Unit Kaliurang ber-alamat di Jl. Kaliurang Km.5. No.99a, Jogjakarta merupakan bank simpan pinjam yang menawarkan produk sebagai berikut :

1. Tabungan Reguler DSP
 - a. Simpanan mendapatkan bunga dengan fasilitas ATM
 - b. *Source of account* untuk auto debit pembayaran angsuran pinjaman
 - c. Kartu Smart Card sebagai media penyimpanan data identitas nasabah, yang langsung di lengkapi fasilitas ATM dengan menambahkan Magnetc Stripe pada Smart Card untuk kemudahan trnsaksi pembayaran dan penarikan dana di seluruh ATM Bank Danamon
 - d. Kartu Tabungan DSP sebagai media pencatatan trnsaksi
2. Deposito DSP
Simpanan berupa Deposito berjangka menggunakan bilyet deposito sebagai bukti kepemilikan dan dapat diperbaharui secara otomatis menggunakan suku bunga yang berlaku dan tingkat suku bunga sesuai dengan suku bunga Cabang Konvensional
3. Kredit Serba Guna DSP
Pinjaman tanpa jaminan untuk keperluan apapun
 - a. Jangka waktu pinjaman 12 dan 24 bulan

b. Nilai pinjaman hingga Rp 10.juta

4. KPR DSP

Pinjaman untuk pembelian rumah baru atau bekas dengan jaminan tanah dan rumah

a.. Jangka waktu pinjaman hingga 20 tahun

b. Nilai pinjaman Rp 25 juta – Rp 100 juta

c. Tinagkat suku bunga 16% p.a (fixed tahun pertama)

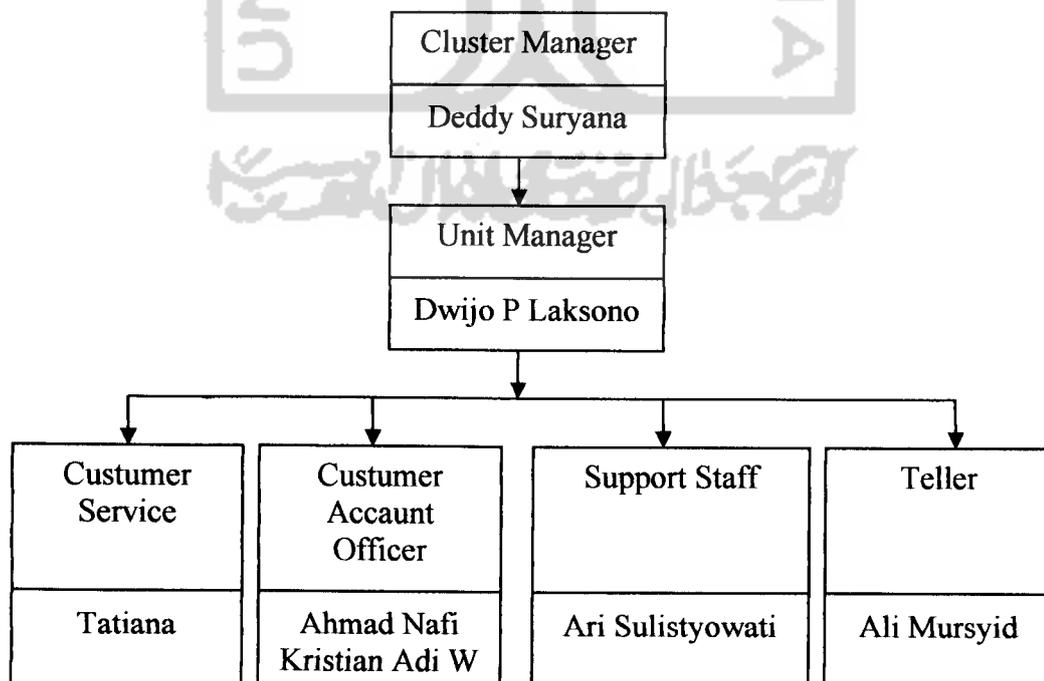
5. Kredit Pemilikan Sepeda Motor (Adira)

Pinjaman untuk pembelian sepeda motor baru atau bekas dengan jaminan sepeda moyor yang di biyai

a. Jangka waktu pinjaman maksimum 4 tahun

b. Uang muka yang rendah

III.2.Strutur Organisasi



Gambar III.1

Struktur Organisasi Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta

III.3. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian survey. Dalam penelitian survei, informasi yang di kumpulkan dari responden dengan menggunakan kuesiner. Menurut Kerlinger dalam bukunya Sugiyono, pengertian penelitian survey adalah

“Penelitian yang di lakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang di pelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian kejadian relatif, distribusi, dan hubungan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis” (Soegiyono, 2000:70).

Dalam hal ini survey dilakukan untuk meneliti pengaruh mutu pelayanan terhadap sikap nasabah pada Bank Danamon cabang Kaliurang Jogjakarta.

III.4. Populasi dan Sampel

III.4.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di terapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya. (Soegiyono, 2000:72). Dalam penelitian ini populasi yang di gunakan adalah seluruh nasabah Bank Danamon cabang Kaliurang Jogjakarta

III.4.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Soegiyono, 2000: 73). Pada penelitian ini teknik sampling

yang di gunakan adalah incidental sampling, yaitu pengambilan sample berdasarkan kebetulan, jadi nasabah bank Danamon yang kebetulan bertemu dengan dengan peneliti dapat digunakan sebagai sample. (Soegiyono, 2000:77).

III.4.3. Besaran Sampel

Besaran sampel merupakan banyaknya individu, subyek atau elemen dari populasi yang diambil sebagai sampel (Sigit, 1999:69).

Dari data bagian umum dan administrasi, jumlah nasabah Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta per 31 Desember 2005 totalnya sebesar 33.156 orang. Dengan menggunakan rumus sebagai berikut (Gaspersz, 1991: 27)

$$n = \frac{NZ^2 P(1-P)}{NG^2 + Z^2 P(1-P)}$$

Dimana

n : jumlah sample yang diambil

N : Ukuran populasi

P : Proporsi populasi : 0,5

Z : tingkat keandalan : 95% (nilai $Z = 1,96$ di peroleh dari tabel distribusi normal)

G : Tingkat kesalahan pendugaan : 10%

Dengan demikian maka sample yang akan diambil dari jumlah nasabah Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta adalah sebesar:

$$= \frac{33.156(1,96)^2(0,5)(1-0,5)}{33.156(0,1)^2 + (1,96)^2(0,5)(1-0,5)}$$

$$= \frac{31843,0224}{332,5204}$$

= 95,7626 atau 96 responden

Selanjutnya pengambilan sample di tetapkan 100 orang, dengan asumsi 100 orang tersebut *representative*. Pengambilan jumlah sample ini juga didasarkan pada pendapat Freankel dan Wallen (Sigit, 1999: 70) besarnya sample minimum adalah 100 orang untuk penelitian deskriptif. Maka sample yang di ambil dalam penelitian ini sebanyak 100 responden, jumlah ini sudah bias mewakili seluruh populasi.

III.5. Sumber Data

1. Data primer

Data primer adalah data yang di peroleh secara langsung dari objek penelitian, yaitu jawaban kuesioner dari para nasabah Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta.

III.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan teknik :

1. Wawancara (interview)

Pengumpulan data dengan cara kerjanya secara langsung kepada responden untuk mendapatkan informasi. Wawancara di lakukan untuk menemukan sesuatu yang tidak dapat di pantau seperti perasaan, pikiran, keinginan dan alasan. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self- report, atau setidaknya pada pengetahuan atau keyakinan pribadi.

2 Kuesioner

Pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis yang telah di persiapkan sebelumnya kepada responden untuk di jawabnya. Daftar pertanyaan di berikan langsung kepada responden yang terpilih menjadi sampel penelitian.

III.7. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

III.7.1. Identifikasi Variabel

Variabel penelitian yang akan di ambil untuk mengetahui sikap dari konsumen terhadap mutu pelayanan Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta adalah.

- a. Variabel sikap terhadap objek (Ao)
- b. Variabel kekuatan atau keyakinan objek itu memiliki atribut (bi)
- c. Variabel evaluasi atau penilaian mengenai atribut (ei)

III.7.2. Devinisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Dengan kata lain, definisi operasional variabel adalah semacam petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur variabel (Singarimbun dan Efendi, 1995:46)

Metode skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur di jabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut di jadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item item instrumen yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan (Soegiyono. 2000 :86). Skala likert berisi setuju atau tidak setuju

yang di bagi dalam lima bagian skala terhadap pernyataan (*statment*) yang diajukan oleh peneliti dalam kuisisioner (Sigit, 1999:88). Lima bagian skala likert masing masing di beri skor 1,2,3,4 dan 5. untuk pernyataan (*statment*) yang bernilai positif di beri skor 5 dan seterusnya hingga sampai pada pernyataan (*statment*) yang bernilai paling negatif di beri skor 1.

Devinisi operasional variabel daam penelitian ini adalah :

1. Variabel sikap terhadap objek (Ao)

Ao adalah penilaian sikap nasabah terhadap mutu pelayanan Bank Danamon Cabang Kaliurang melalui tanggapan positif atau negatif.

2. Variabel kekuatan atau keyakinan objek itu memiliki atribut (bi)

bi adalah kekuatan/ keyakinan yang di pegang teguh oleh responden

3. Variabel evaluasi atau penilaian mengenai atribut (ei)

ei adalah penilaian responden terhadap mutu pelayanan Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta.

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua macam variabel yaitu :

- (1). Variabel Independen (bebas)

Variabel independen (bebas) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (soegiyono 2000 :33). Variabel ini meliputi :

- (a). Atribut mutu pelayanan

Atribut mutu pelayanan Bank Danamon cabang Kaliurang yang digunakan dalam penelitian ini adalah

- (i). *Tangibles*, yaitu tampilan fisik dan fasilitas yang di berikan suatu perusahaan. Pengukuran dari tangibles meliputi fasilitas gedung (AC yang sejuk, tempat duduk yang nyaman, tempat parkir dan sebagainya yang secara langsung dapat dilihat oleh nasabah), fasilitas transaksi yang memberikan kecepatan dan tidak mempersulit dalam melakukan transaksi. Fasilitas kebersihan (baik produk berupa jasa maupun lingkungan) dan kerapihan (baik kerapihan seragam karyawan maupun tata ruang)
- (ii). *Reliability* , atau keandalan yang meliputi : waktu pelayanan yang di sediakan pihak bank sesuai dengan jadwal yang di berikan pada nasabah (misalnya : buka dan tutup bank sesuai dengan waktunya), karyawan bank memiliki sikap simpatik kepada para nasabah, karyawan bank mempunyai keandalan dalam membantu nasabah yang mengalami kesulitan.
- (iii). *Responsiveness* , adalah kemampuan respon karyawan dalam memahami dan menanggapi permasalahan serta kebutuhan nasabah, pengukuran ini meliputi : kemampuan karyawan bank dalam membantu nasabah, kemampuan dan respon karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yang mengalami keluhan / kesuitan ketika

sedang bertransaksi, kemampuan dan respon bank kepada nasabah.

(iv). *Assurance*, adalah penilaian dan pencitraan yang baik terhadap kemampuan dan pelayanan kinerja bank.

Pengukuran ini meliputi : jaminan terhadap keamanan kerahasiaan nasabah, jaminan terhadap keamanan dalam bank dan keamanan tempat parkir kendaraan, karyawan bank bersikap ramah dan sopan saat melayani nasabah.

(v). *Empathy*, adalah pemberian perhatian maupun pelayanan khusus terhadap nasabah. Pengukuran dari empathy meliputi : kejeasan dan ketepatan serta cara berkomunikasi karyawan yang baik dan cakap kepada nasabah, bank menyediakan tempat layanan yang mudah, nyaman dan aman, bank menerima kritik dan saran yang di sampaikan nasabahnya.

(b). Karakteristik Konsumen

Karakteristik konsumen ini di gunakan untuk mengukur perbedaan sikap nasabah Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta, meliputi :

(i). Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan merupakan pendidikan yang sedang diikuti oleh nasabah atau pendidikan terakhir nasabah.

Dalam penelitian ini di bagi menjadi :

- (a). SD
- (b). SLTP
- (c). SLTA
- (d). Perguruan Tinggi

(ii). Pekerjaan

Dalam hal ini pekerjaan yang di maksud adalah status yang melekat pada responden yang menunjukkan jenis dan tempat pekerjaan nasabah, yaitu antara lain :

- (a). TNI / POLRI
- (b). Swasta
- (c). Pegawai Negeri
- (d). Pelajar/ Mahasiswa

(iii). Tingkat Penghasilan

Merupakan tingkat penghasilan atau uang saku yang di peroleh responden pada waktu tertentu. Penghasilan di bagi menjadi

- (a). Kurang dari Rp. 750.000,00
- (b). Antara Rp. 750.000,00 – Rp 1.500.000,00
- (c) Antara Rp. 1.500.001,00 – Rp. 2.250.000,00
- (d). Lebih dari Rp. 2.250.000,00

(2). Variabel Dependen (terikat)

Variabel dependen (terikat) merupakan variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas

(Soegiyono, 2000:33). Variabel dalam penelitian ini adalah variabel sikap terhadap objek (Ao) yaitu penilaian sikap nasabah terhadap mutu pelayanan Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta melalui tanggapan positif atau negatif

III.8. Metode Pengujian Instrumen

Ada dua syarat penting yang berlaku pada sebuah angket, yaitu keharusan sebuah angket itu untuk valid dan reliabel. Validitas didefinisikan sebagai tingkat kemampuan suatu instrumen untuk dapat mengungkapkan sesuatu menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrumen tersebut (Hadi, 1991, hal 23). Reliabilitas adalah tingkat kestabilan dari suatu alat ukur, maka semakin stabil alat ukur berarti semakin stabil untuk digunakan dalam mengukur suatu gejala.

Langkah dalam menguji Validitas. (Santoso, 2000 : 277)

1. Menentukan Hipotesis

H_0 = Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor

H_1 = Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor

2. Menentukan nilai r table

Dari table korelasi pearson produk moment pada tingkat signifikansi 5 % (lihat lampiran) .

3. Mencari r hasil

Disini r hasil untuk tiap item (variable) bias dilihat pada kolom CORRECTED ITEM- TOTAL CORELATION

4 Mengambil keputusan

- a. Jika r hasil Positif, serta r hasil $>$ r table, maka butir atau variable tersebut Valid
- b. Jika r hasil Tidak Positif, dan r hasil $<$ r table, maka butir atau variable tersebut Tidak Valid

Langkah dalam menguji Reliabilitas. (Santoso, 2000 :277)

1. Menentukan Hipotesis

H_0 = Skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktornya

H_1 = Skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit factornya

2. Menentukan nilai r table

Dari table korelasi pearson produk moment pada tingkat signifikansi 5 % (lihat lampiran).

3. Mencari r hasil

Disini r hasil adalah ALPHA (terletak diakhir output)

4. Mengambil keputusan

- a. Jika r Alpha Positif, serta r hasil $>$ r table, maka butir atau variable tersebut reliabel
- b. Jika r Alpha Positif, dan r hasil $<$ r table, maka butir atau variable tersebut Tidak reliable

Jika r Alpha $>$ r table, tapi bertanda negatif, H_0 tetap akan ditolak

III.9. Metode Analisis Data

III.9.1. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif adalah analisis data dengan menggunakan kata kata, skema atau gambar. Analisis kualitatif digunakan untuk mengetahui karakteristik konsumen pengguna jasa Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan tingkat pendidikan, pekerjaan pendapat sikap nasabah terhadap mutu pelayanan Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta.

III.9.2. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif dilakukan dengan cara melakukan analisis data-data statistik dengan langkah-langkah sebagai berikut:

III.9.2.1. *Fishbein's attitude model.*

Fishbein's attitude model yaitu suatu bentuk keadaan atau kedudukan orang-orang terhadap suatu objek atas dasar kepercayaan (persepsi) dan ilmu pengetahuan tentang barang dan jasa. Kepercayaan diperoleh dengan memproses informasi yang diperoleh dari pengalaman langsung terhadap objek dan komunikasi yang diperoleh dari sumber lain.

Dari model ini, dikemukakan bahwa pengukuran sikap terhadap objek tertentu (pengaruh mutu pelayanan terhadap sikap nasabah pada Bank Danamon) didasarkan pada perangkat kepercayaan yang diringkas mengenai atribut obyek yang bersangkutan yang diberi bobot oleh evaluasi terhadap atribut ini. Kepercayaan merupakan dasar dari pembentukan sikap. Pengolahan informasi membawa pengetahuan atau kepercayaan terhadap

produk dan sebaliknya akan menentukan sikap yang terlibat didalam menilai (mengevaluasi) produk.

Kegunaan *Fishbein's attitude model* adalah untuk mengetahui sikap dari nasabah terhadap pelayanan Bank Danamon. Skor sikap dapat diperoleh dengan mengalikan kepercayaan seseorang (b:belief) nasabah dari Bank Danamon terhadap atribut (i) yang ada pada suatu obyek dengan penilaian seseorang (e:evaluasi) nasabah dari Bank Danamon terhadap atribut (i) yang ada pada suatu obyek. Untuk menilai sikap dari nasabah Bank Danamon digunakan suatu range yang memuat skala interval deri sikap nasabah Bank Danamon. Penentuan skor maksimal dilakukan dengan mengalikan antara keyakinan (bi) terbesar dengan skor kepercayaan terbesar (ei). Sedangkan skor minimal diperoleh dengan mengalikan skor keyakinan (bi) terkecil dengan skor kepercayaan (ei) terkecil. Jadi penentuan skala interval pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$\text{Range} = \frac{\text{Skor maksimal} - \text{Skor minimal}}{\text{Jumlah tingkatan skor}}$$

Langkah-langkah didalam perumusan fishbein's attitude model adalah sebagai berikut:

1. Langkah pertama adalah menentukan atribut yang menonjol dari jasa pelayanan nasabah Bank Danamon, yaitu *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*.

2. Langkah kedua adalah pengembangan pengukuran dari kepercayaan objek terhadap atribut (bi) dari jasa pelayanan. Komponen kepercayaan atau keyakinan menggambarkan seberapa kuat nasabah percaya bahwa atribut jasa pelayanan pada Bank Danamon memiliki jasa pelayanan yang memadai. Pengukuran kepercayaan diukur pada skala dengan 5 (lima) angka dari tingkat kemungkinan yang berjarak dan sangat yakin (SY) sampai sangat tidak yakin (STY)

Untuk lebih jelasnya dapat dilihat dari pengukuran skala dibawah ini:

SY... | | | | STY

3. Langkah ketiga, adalah pengembangan pengukuran dari evaluasi (ei) mengenai atribut dari jasa pelayanan Bank Danamon komponen evaluasi menggambarkan penilaian dari nasabah terhadap atribut jasa pelayanan pada Bank Danamon pada pengukuran ini, digunakan skala sangat baik (SB) sampai sangat tidak baik (STB), dengan anggapan bahwa skala tadi dapat mencakup (mewakili) dari skala yang bermacam-macam tadi.

Untuk lebih jelasnya pengukuran ini dapat dilihat dari skala dibawah ini:

SB... | | | | STB

4. Langkah keempat, adalah menjumlahkan (ei) dan (bi) untuk masing-masing atribut, kemudian dapat dilihat atribut mana yang paling menonjol diantara atribut yang ada, sehingga dari perhitungan ini dapat digunakan sebagai pengambilan keputusan.

5. Dari jumlah total e_i dan b_i , kemudian dilihat dari skala interval yang sudah dibuat, apakah sikap dari nasabah Bank Danamon positif atau negatif.

Rumus *Fishbein's attitude model* sebagai berikut:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Keterangan:

A_o : Sikap nasabah secara keseluruhan

i : kekuatan kepercayaan (b) nasabah terhadap atribut (i) yang ada pada Objek.

e_i : Penilaian atau evaluasi sikap nasabah terhadap atribut (i) yang ada Pada objek.

n : Jumlah atribut yang dimiliki suatu objek.

III.9.2.2. Analisis Chi Square.

Analisis ini digunakan untuk menguji perbedaan sikap nasabah terhadap atribut jasa pelayanan yang meliputi: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* yang ditawarkan oleh Bank Danamon dengan didasarkan pada perbedaan karakteristik demografi dari nasabah berdasarkan pendapatan, pekerjaan dan pendidikan.

Rumus yang digunakan adalah rumus chi square χ^2 sebagai berikut:

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{(n_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

dimana:

r : row (baris)

k : colum (kolom)

n_{ij} : frekuensi pengamatan dari baris I dan kolom J

e_{ij} : frekuensi diharapkan dari baris I dan kolom J

langkah-langkah pengujiannya sebagai berikut:

1. Menentukan formulasi nol dan formulasi alternatifnya:

$$H_0 : P_1 = P_2 = \dots = P_k (=P)$$

H_0 adalah tidak ada perbedaan yang signifikan sikap nasabah terhadap jasa pelayanan pada Bank Danamon berdasarkan perbedaan karakteristik nasabah yang meliputi: pendapatan, pekerjaan, dan pendidikan.

$$H_a : P_1 \neq P_2 \neq \dots \neq P_k (=P)$$

H_a adalah ada perbedaan yang signifikan sikap nasabah terhadap jasa pelayanan pada Bank Danamon dengan didasarkan pada perbedaan karakteristik demografi nasabah yang meliputi: pendapatan, pekerjaan, dan pendidikan

2. Dipilih level signifikan tertentu, taraf signifikansi ditetapkan sebesar 0,05 atau 5%
3. Kriteria pengujian

Berdasarkan perbandingan Chi-Square Uji dan table

- a. Jika Chi-Square Hitung < Chi Square Tabel, maka H_0 diterima
- b. Jika Chi- Square Hitung > Chi-Square Tabel, maka H_0 ditolak

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan rumusan masalah dan hipotesis penelitian yang ada pada sebelumnya maka untuk dapat menjawab rumusan masalah dan menguji kebenaran hipotesis, pada bab ini akan di kemukakan hasil analisis data terhadap variable variable penelitian. Variabel variable dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Variable independen (bebas), variable ini meliputi :
 - a. Karakteristik Nasabah meliputi : pendidikan, pekerjaan, penghasilan
 - b. Atribut atribut pada Bank Danamon Cabang Kaliurang jogjakarta meliputi atribut : *tangibles, reliability, responsiveness, assurance dan empathy.*
2. Variabel dependen (terikat) yaitu variabel sikap nasabah terhadap mutu pelayanan Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data yang terbagi dua bagian analisis, yaitu :

1. Analisis pengukuran sikap dengan formula *Fishbein's Attitude Model*.

Tujuan digunakannya analisis tersebut untuk menguji hipotesis I, yaitu untuk mengetahui sikap nasabah Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta terhadap mutu pelayannannya.

2. Analisis *Chi Square*

Tujuan digunakan analisis tersebut untuk menguji hipotesis II, yaitu menguji ada atau tidaknya perbedaan sikap nasabah terhadap mutu

pelayanan Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan karakteristik nasabahnya..

IV.1. Analisis Kualitatif

Analisis kualitatif menguraikan atau menjelaskan terhadap objek secara deskriptif mengenai karakteristik responden (pendidikan, pekerjaan, pendapatan) serta hasil penilaian nasabah terhadap atribut Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta. (*tangibles, reability, responsiveness, assurance, dan Empathy*).

IV.1.1. Karakteristik Nasabah

Penelitian tentang sikap dan perilaku nasabah dalam menilai mutu pelayanan Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta, akan dijelaskan lebih dahulu tentang gambaran karakteristik dari 100 responden (nasabah). Adapun karakteristik nasabah adalah sebagai berikut :

1. Pendidikan

Tinggi rendahnya tingkat pendidikan seseorang akan mempengaruhi kemampuan orang tersebut untuk menilai dan mempertimbangkan suatu objek. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka orang tersebut akan cenderung lebih cepat menyerap informasi dan memecahkan suatu masalah tertentu. Dalam hal ini cepat lambatnya proses pengambilan keputusan dalam menilai mutu pelayanan Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta dapat dipengaruhi oleh perbedaan tingkat pendidikan responden. Diskripsi

responden menurut tingkat pendidikan disajikan pada table berikut ini..

Tabel IV.1

Karakteritik Responden Menurut Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Persentase (%)
SD	3	3%
SLTP	10	10%
SLTA	44	44%
Perguruan Tinggi	43	43%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer diolah, 2006

Dari table 4.1 diatas terlihat bahwa dari 100 responden sebagian besar responden berpendidikan terakhir SLTA yaitu 44 responden (44%). Sedangkan yang berpendidikan Perguruan Tinggi ada 43 responden (43%), 10 responden (10%) tamatan SLTP, dan sisanya 3 responden (3%) tamatan SD.

Melihat adanya perbedaan pendidikan responden di atas menunjukkan bahwa tingkat pendidikan nasabah dapat mempengaruhi sikapnya terhadap atribut yang di miliki Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta, perbedaan sikap tersebut di pengaruhi oleh tingkat kemampuan berfikir masing masing nasabah, akibatnya penilaian terhadap mutu pelayanan Bank Danamon Cabang Kaliurang cenderung berbeda.

2. Pekerjaan

Pekerjaan memiliki variabel yang menjadi symbol status sosial seseorang di masyarakat. Jenis pekerjaan akan mempengaruhi seseorang dalam menilai suatu produk. Nasabah yang mengadakan transaksi dengan Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta memiliki kelompok pekerjaan yang berbeda sehingga dalam menilai dan menanggapi mutu pelayanannya juga berbeda.

Karakteristik menurut kelompok pekerjaan dapat di lihat pada tabel 4.2 di bawah ini.

Tabel IV.2

Karakteristik Responden Menurut Kelompok Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
TNI/ POLRI	8	8%
Swata	55	55%
Pegawai Negeri	23	23%
Pelajar/ Mahasiwa	14	14%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer diolah,2006

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 100 responden, yang melakukan transaksi dengan Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta sebagian besar adalah wiraswasta yaitu sebanyak 55 responden (55%), sedangkan 23 responden (23%) adalah pegawai

negeri, 14 responden (14%) adalah Pelajar/ Mahasiswa, dan 8 responden (8%) adalah TNI/POLRI.

3. Penghasilan

Penghasilan seseorang dapat memberikan tingkat status sosial ekonominya. Perbedaan status sosial seseorang dapat mengakibatkan perbedaan sikap terhadap objek yang sama. Sehingga pendapatan dapat digunakan sebagai salah satu variabel yang berpengaruh terhadap sikap nasabah dalam mengadakan transaksi dengan Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta

Deskripsi mengenai penghasilan responden dapat dilihat pada tabel berikut

Tabel IV.3

Karakteristik Responden Menurut Penghasilan

Pendapatan	Frekuensi	Persentase(%)
< Rp. 750.000,00	15	15%
Rp. 750.000,00 – Rp.1.500.000,00	43	43%
Rp. 1.500.001,00–Rp.2.250.000,00	34	34%
>Rp. 2.250.000,00	8	8%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer diolah 2006

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari 100 responden prosentase terbesar adalah nasabah berpendapatan Rp. 750.000,00 – Rp.1.500.000,00 sebanyak 43 responden (43%), sedangkan yang

berpendapatan Rp. 1.5000.001,00 – Rp. 2.250.000,00 sebanyak 34 responden (34%), berpendapatan < Rp. 750.000,00 sebanyak 15 responden (15%), dan sisanya 8 responden (8%) berpendapatan >Rp.2.250.000,00

IV.2. Penilaian Nasabah Terhadap Atribut Atribut Yang Dimiliki Bank

Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dapat diketahui penilaian responden terhadap atribut atribut pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Hasil penilaian responden terhadap kelima atribut tersebut di asumsikan dapat mempengaruhi sikap nasabah dalam menilai atribut atribut yang ada pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta. Jika hasil evaluasi nasabah terhadap kelima atribut cenderung positif maka akan mempengaruhi sikap nasabah untuk melakukan transaksi, sebaliknya jika hasil evaluasi mereka cenderung negatif maka akan ,elemahnya sikap responden untuk melakukan transaksi pada bank tersebut.

Untuk mengukur penilaian nasabah terhadap atribut atribut yang dimiliki Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta di susun item pernyataan sejumlah 30 butir pertanyaan masing masing terdiri dari 3 butir pertanyaan believe dan 3 butir pertanyaan evaluasi untuk masing masing atribut *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Dari hasil penyebaran kuesioner yang dilakukan selanjutnya dinilai sesuai dengan skor masing masing atribut yang telah di tetapkan.

Deskripsi mengenai penilaian nasabah terhadap atribut atribut Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta adalah sebagai berikut:

1. Penilaian Nasabah Mengenai Atribut *Tangibel*

Pengukuran atribut *Tangibel* diklasifikasikan ke dalam 5 kategori, dengan kriteria penilaian sebagai berikut :

Kategori	Skor
Sangat Baik	5
Baik	4
Netral	3
Tidak Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

Skor Hasil penilaian nasabah mengenai atribut *Tangible* dapat dilihat pada table berikut :

Table IV.4

Penilaian Responden Mengenai Atribut *Tangibel*

Penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Baik	15	15%
Baik	32	32%
Netral	37	37%
Tidak Baik	14	14%
Sangat Tidak Baik	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer diolah 2006

Pada table 4.4 diatas terlihat bahwa dari keseluruhan responden sebagian besar yaitu 37 responden (37%) menilai netral dengan fasilitas yang di tawarkan oleh Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta, menilai baik sebanyak 32 responden (32%), sedangkan yang menilai sangat baik sebanyak 15 responden (15%), yang menjawab tidak baik sebanyak 14 responden (14%) dan sangat tidak baik sebanyak 2 responden (2%)

Dengan fasilitas yang ditawarkan oleh Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta., penilaian responden atas atribut *tangible* adalah sedang. Hal ini terlihat dari hasil jawaban yang mayoritas menjawab netral dengan fasilitas yang di berikan oleh Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta.

2. Penilaian Nasabah Mengenai *Reliability*

Pengukuran atribut mutu diklasifikasikan ke dalam 5 kategori, dengan kreteria penilaian sebagai berikut :

Kategori	Skor
Sangat Baik	5
Baik	4
Netral	3
Tidak Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

Skor hasil penilaian nasabah mengenai atribut *reliability* disajikan pada table di bawah ini.

Tabel IV.5
Penilaian Responden Mengenai atribut *Reliability*

Penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Baik	20	20%
Baik	36	36%
Netral	30	30%
Tidak Baik	10	10%
Sangat Tidak Baik	4	4%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer diolah 2006

Pada tabel 4.5 diatas terlihat bahwa dari keseluruhan responden sebagian besar yaitu 36 responden (36%) menilai baik dengan kualitas pelayanan yang terdapat pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta, menilai netral sebanyak 30 responden (30%), sedangkan yang menilai sangat baik sebanyak 20 responden (20%), menilai tidak baik sebanyak 10 responden (10%), dan yang menilai sangat tidak baik sebanyak 4 responden (4%)

Penilaian responden yang mayoritas baik menunjukkan bahwa responden telah dapat menerima dan menilai baik terhadap kualitas pelayanan dari Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta. Hal ini berarti kecenderungan sikap positif terhadap atribut *reliability* pada Bank Danamon Cabang Jogjakarta.

3. Penilaian Nasabah mengenai atribut *Responsiveness*

Pengukuran atribut *responsiveness* diklasifikasikan ke dalam 5 kategori, dengan kriteria penilaian sebagai berikut :

Kategori	Skor
Sangat Baik	5
Baik	4
Netral	3
Tidak Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

Skor penilaian nasabah mengenai atribut *responsiveness* disajikan pada table dibawah ini.

Tabel IV.6

Penilaian Responden Mengenai Atribut *Responsiveness*

Penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Baik	18	18%
Baik	38	38%
Netral	34	34%
Tidak Baik	8	8%
Sangat Tidak Baik	2	2%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer diolah 2006

Pada tabel 4.6 diatas terlihat bahwa dari keseluruhan responden sebagian besar yaitu 38 responden (38%) menilai baik dengan kesigapan

pelayanan yang terdapat pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta, menilai netral sebanyak 34 responden (34%), sedangkan yang menilai sangat baik sebanyak 18 responden (18%), menilai tidak baik sebanyak 8 responden (8%), dan yang menilai sangat tidak baik 2 responden atau (2%)

Penilaian responden yang mayoritas baik menunjukkan bahwa responden telah dapat menerima dan menilai baik terhadap kesigapan pelayanan (*responsiveness*) dari Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta. Hal ini berarti kecenderungan sikap positif terhadap atribut *responsiveness* pada Bank Danamon Cabang Jogjakarta

4. Penilaian Nasabah mengenai atribut *Assurance*

Pengukuran atribut mutu diklasifikasikan ke dalam 5 kategori, dengan kriteria penilaian sebagai berikut :

Kategori	Skor
Sangat Baik	5
Baik	4
Netral	3
Tidak Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

Skor hasil penilaian nasabah mengenai atribut *assurance* disajikan pada table di bawah ini.

Tabel IV.7

Penilaian Responden Mengenai atribut *Assurance*

Penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Baik	10	10%
Baik	36	36%
Netral	41	41%
Tidak Baik	8	8%
Sangat Tidak Baik	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer diolah 2006

Pada tabel 4.7 diatas terlihat bahwa dari keseluruhan responden sebagian besar yaitu 41 responden (41%) menilai netral dengan rasa aman dan kepercayaan (*assurance*) yang diberikan oleh Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta, menilai baik sebanyak 36 responden (36%), sedangkan yang menilai sangat baik sebanyak 10 responden (10%), menilai tidak baik sebanyak 8 responden (8%), dan yang menilai sangat tidak baik sebanyak responden (1%)

Penilaian responden yang mayoritas netral menunjukkan bahwa sikap responden adalah sedang terhadap rasa aman dan kepercayaan (*assurance*) dari Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta. Hal ini berarti atribut *assurance* pada Bank Danamon Cabang Jogjakarta harus lebih di tingkatkan lagi

5. Penilaian Nasabah mengenai atribut *Empathy*

Pengukuran atribut mutu diklasifikasikan ke dalam 5 kategori, dengan kriteria penilaian sebagai berikut :

Kategori	Skor
Sangat Baik	5
Baik	4
Netral	3
Tidak Baik	2
Sangat Tidak Baik	1

Skor hasil penilaian nasabah mengenai atribut *Empathy* disajikan pada table di bawah ini.

Tabel IV.8

Penilaian Responden Mengenai atribut *Empathy*

Penilaian	Frekuensi	Persentase(%)
Sangat Baik	15	15%
Baik	40	40%
Netral	39	39%
Tidak Baik	6	6%
Sangat Tidak Baik	1	1%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data primer diolah 2006

Pada tabel 4.8 diatas terlihat bahwa dari keseluruhan responden sebagian besar yaitu 4 responden (40%) menilai baik dengan

kemampuan memahami keinginan nasabah (*empathy*) yang diberikan oleh Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta, menilai netral sebanyak 39 responden (39%), sedangkan yang menilai sangat baik sebanyak 15 responden (15%), menilai tidak baik sebanyak 6 responden (6%), yang menilai sangat tidak baik 1 responden atau (1%)

Penilaian responden yang mayoritas baik menunjukkan bahwa responden telah dapat menerima dan menilai baik terhadap kemampuan memahami keinginan nasabah (*empathy*) dari Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta. Hal ini berarti kecenderungan sikap positif terhadap atribut *empathy* pada Bank Danamon Cabang Jogjakarta.

IV.3. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji Validitas menggunakan program SPSS (versi 11.0) dengan fasilitas uji statistic Reliability Analysis – Scale (Alpha). Dalam pengujian ini koefisien korelasi kritis diperoleh dari tabel distribusi r dengan $n = 100$ dan taraf signifikansi sebesar 5% diperoleh nilai $r\text{-tabel} = 0,1965$

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

Berdasarkan hasil pengujian validitas atribut *tangibel* menunjukkan bahwa ke 6 item dinyatakan valid. Validitas atribut *reliability* dengan 6 item dinyatakan valid, validitas atribut *responsiveness* dengan 6 item pertanyaan

dinyatakan valid, validitas atribut *assurance* dengan 6 item pertanyaan dinyatakan valid, dan validitas atribut *emphaty* dengan 6 item pertanyaan juga dinyatakan valid. Hasil pengujian selengkapnya dapat ditunjukkan pada tabel 4.9 sebagai berikut :

Tabel IV.9

Rangkuman hasil uji validitas instrumen pertanyaan

Atribut	No Butir	Believe			Evaluasi		
		r hitung	r tabel	status	r hitung	r tabel	status
Tangible	1	0,7158	0,1965	valid	0,6399	0,1965	valid
	2	0,5061	0,1965	valid	0,2955	0,1965	valid
	3	0,6578	0,1965	valid	0,6417	0,1966	valid
Reliability	1	0,7472	0,1965	valid	0,7280	0,1965	valid
	2	0,5537	0,1965	valid	0,6225	0,1965	valid
	3	0,7317	0,1965	valid	0,6962	0,1965	valid
Responsiveness	1	0,5281	0,1965	valid	0,5486	0,1965	valid
	2	0,4056	0,1965	valid	0,4004	0,1965	valid
	3	0,5554	0,1965	valid	0,4384	0,1965	valid
Assurance	1	0,4575	0,1965	valid	0,3232	0,1965	valid
	2	0,3583	0,1965	valid	0,3028	0,1965	valid
	3	0,4047	0,1965	valid	0,3467	0,1965	valid
Emphaty	1	0,3424	0,1965	valid	0,4427	0,1965	valid
	2	0,3413	0,1965	valid	0,3631	0,1965	valid
	3	0,4092	0,1965	valid	0,3933	0,1965	valid

Sumber : Data primer 2006

Seperti telah dikemukakan diatas bahwa, bila koefisien korelasi sama dengan koefisien korelasi kritis($r\text{-tabel} = 0,1965$) atau lebih, maka butir instrumen di nyatakan valid. Dari hasil uji validitas tersebut ternyata koefisien korelasi semua butir instrumen pertanyaan baik pada atribut *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* yang tertuang dalam angket penelitian dapat dinyatakan valid dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

2. Uji Keandalan Instrumen Penelitian (Reliability Test)

Dalam pengujian ini dilakukan dengan cara *one shoot* atau pengukuran sekali saja. Program SPSS 11.0 memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Reliability Analysis – Scale (Alpha). Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai ALPHA > r tabel (0,1965)

Hasil uji reliabilitas pertanyaan tentang atribut *tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan emphaty*, dapat diringkas sebagaimana yang tersaji dalam tabel berikut ini.

Tabel IV.10

Ringkasan hasil pengujian reliabilitas

Atribut	ALPHA	r tabel	status
Tangible	0,8188	0,1965	Reliabel
Reliability	0,8739	0,1965	Reliabel
Responsiveness	0,7398	0,1965	Reliabel
Assurance	0,6309	0,1965	Reliabel
Emphaty	0,6511	0,1965	Reliabel

Sumber : Data primer diolah 2006

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat di ketahui bahwa nilai koefisien ALPHA pada masing masing faktor nilainya lebih besar dari r tabel (0,1965), semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan dalam penelitian selanjutnya.

IV.4. Analisis Kuantitatif

Untuk menguji kebenaran hipotesis penelitian maka pada bagian ini akan dikemukakan hasil analisis kuantitatif terhadap variabel variabel

penelitian, di mana melalui perhitungan statistik akan diketahui hipotesis yang telah di rumuskan diterima atau ditolak.

IV.4.1 Pengujian Hipotesis Pertama

Hipotesis pertama dinyatakan “Nasabah mempunyai sikap yang positif terhadap mutu pelayanan Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta”

Untuk menguji kebenaran hipotesis diatas di lakukan analisis pengukuran sikap nasabah dengan menggunakan formula fishbein (indeks sikap). Tujuan digunakannya analisis tersebut mengukur sikap nasabah terhadap atribut atribut Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta. Adapun objek yang menjadi dasar pengukuran sikap nasabah dalam hal ini adalah atribut atribut yang ada pada bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *emphaty*.

Berikut ini diuraikan langkah langkah perhitungan indeks sikap menurut fishbein sebagai berikut:

1. Menentukan Bobot Kepercayaan Believe

Menentukan bobot skor kepercayaan maka langkah yang ditempuh adalah menghitung jumlah jawaban atas pertanyaan yang diberikan berdasarkan tingkat kepercayaan pada masing masing atribut.

Tabel IV.11

Tabel Jumlah Jawaban Berdasarkan Tingkat Kepercayaan

Atribut	STY	TY	N	Y	SY	JUMLAH
Tangible	7	42	110	95	46	300
Reliability	13	30	91	107	59	300
Responsiveness	5	25	103	114	53	300

Assurance	4	37	122	108	29	300
Emphaty	3	18	116	119	44	300

Sumber : Data primer 2006

Dari hasil jawaban responden seperti pada tabel 4.11 kemudian dikalikan dengan bobot atas jawaban tersebut, dengan ketentuan sebagai berikut :

STY (sangat tidak Yakin) dikalikan bobot : 1

TY (tidak Yakin) dikalikan bobot : 2

N (netral) dikalikan bobot : 3

Y (Yakin) dikalikan bobot : 4

SY (sangat Yakin) dikalikan bobot : 5

Sehingga diperoleh hasil perkalian atas jumlah jawaban dengan bobot skor

Seperti pada tabel berikut

Tabel IV.12

Hasil Perkalian Jumlah Jawaban Dengan Bobot Kepercayaan

Atribut	STYx1	TYx2	Nx3	Yx4	SYx5	Total
Tangible	7	84	330	380	230	1031
Reliability	13	60	273	428	295	1069
Responsiveness	5	50	309	456	265	1084
Assurance	4	74	366	432	145	1021
Emphaty	3	36	348	476	220	1083

Sumber : Data primer 2006

Untuk menentukan rata rata skor kepercayaan pada masing masing atribut maka dapat dilakukan dengan membagi total dari hasil perkalian

dengan jumlah responden dan butir pertanyaan pada masing masing atribut.

Hasil ini dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel IV.13

Rata Rata Skor (bi)

Atribut	Skor	Rata rata Skor bi(Skor :300)
Tangible	1031	3,436
Reliability	1069	3,563
Responsiveness	1084	3,613
Assurance	1021	3,403
Emphaty	1083	3,610

Sumber :Data primer diolah 2006

Dari hasil skor kepercayaan didapatkan bahwa urutan pertama rata rata responden lebih memilih pada atribut *responsiveness* selanjutnya diikuti pada urutan berikutnya adalah *emphaty, reliability, tangible, dan assurance*.

2. Menentukan Bobot Evaluasi

Untuk menentukan bobot evaluasi ini langkah pertama adalah menghitung jumlah jawaban pada masing masing atribut berdasarkan jawaban evaluasi. Hasil perhitungan tersebut dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel IV.14

Jumlah Jawaban Berdasarkan Urutan

Atribut	STB	TB	N	B	SB	JUMLAH
Tangible	5	70	85	96	54	300
Reliability	10	20	90	103	77	300
Responsiveness	0	24	49	126	101	300
Assurance	19	18	91	106	67	300
Emphaty	0	11	89	120	80	300

Sumber :Data primer 2006

Dari jumlah hasil jawaban atas masing masing atribut selanjutnya dikalikan dengan skor masing masing dengan ketentuan sebagai berikut :

STB	(sangat tidak Baik) dikalikan bobot	: 1
TB	(tidak Baik) dikalikan bobot	: 2
N	(netral) dikalikan bobot	: 3
B	(Baik) dikalikan bobot	: 4
SB	(Baik) dikalikan bobot	: 5

Hasil perkalian atas skor dengan jumlah jawaban tersebut dapat ditunjukkan dengan tabel berikut

Tabel IV.15

Hasil perkalian skor dengan jawaban evaluasi

Atribut	STBx1	TBx2	Nx3	Bx4	SBx5	JUMLAH
Tangible	5	140	255	384	270	1054
Reliability	10	40	270	412	385	1117
Responsiveness	0	48	147	504	505	1204
Assurance	19	36	273	424	335	1087
Emphaty	0	22	267	480	400	1169

Sumber :Data primer 2006

Untuk menentukan rata rata skor evaluasi (ei) maka dapat dilakukan dengan membagi jumlah skor pada masing masing atribut dengan jumlah responden dan jumlah butir pertanyaan hal ini dapat ditunjukkan dengan tabel berikut

Tabel IV.16

Rata rata skor evaluasi(ei)

Atribut	Skor	Rata rata Skor (ei) (Skor : 300)
Tangible	1054	3,513
Reliability	1117	3,723
Responsiveness	1204	4,013
Assurance	1087	3,623
Emphaty	1169	3,896

Sumber : data primer 2006

Dari hasil perhitungan rata rata skor evaluasi dapat diketahui bahwa atribut responsiveness merupakan atribut yang diunggulkan oleh nasabah berdasarkan evaluasi. Selanjutnya atribut yang menempati urutan berikutnya *emphaty, reliability, assurance, dan tangible.*

3. Menentukan Indek Sikap Nasabah (Ao)

Stetelah dilakukan perhitungan skor rata-rata kepercayaan (bi) dan skor rata-rata evaluasi (ei) maka dapat dihitung besarnya indek sikap nasabah pada masing masing atribut. Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$Ao = \sum_{i=1}^n bi.ei$$

Dengan rumus diatas maka dapat di tampiljan hasil perkalian antara skor kepercayaan (bi) dan skor skor evaluasi (ei)

Table IV.17

Indek Sikap Nasabah

Atribut	Skor Belief (bi)	Skor Evaluasi (ei)	Sikap Nasabah (Ao)
Tangible	3,436	3,513	12,070,668
Reliabilty	3,563	3,723	13,265,049
Responsiveness	3,613	4,013	14,498,969
Assurance	3,403	3,623	12,329,069
Emphaty	3,610	3,896	14,064,560
Total			66,228,315

Sumber : Data primer diolah 2006

Untuk menginterpretasikan hasil sikap nasabah maka dengan ketentuan daerah penerimaan indeks sikap nasabah berdasarkan standar penilaian yang telah ditetapkan adalah sebagai berikut :

Dengan skor keyakinan terkecil ($b_i = 1$) dengan skor kepercayaan terkecil ($e_i = 1$) .(James F Enggel. Dkk, Perilaku Nasabah, 1994 : 349). Jadi penentuan skala sikap pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$\text{Range} = \frac{\text{Skor Maksimal} - \text{Skor Minimal}}{\text{Jumlah Tingkatan Skor}}$$

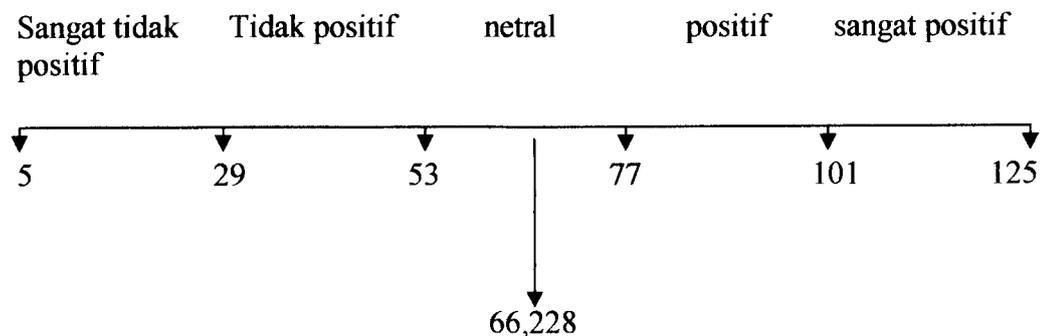
$$\text{Range} = \frac{125 - 5}{5}$$

$$\text{Range} = 24$$

Jadi skala antar range sebesar 15. Untuk penentuan range dalam penelitian ini, dengan dasar nilai atau skor terendah adalah 18, adalah sebagai berikut :

Sangat Tidak Positif (STP)	= 5 – 29
Tidak Positif (TP)	= 29 – 53
Netral (N)	= 53 – 77
Positif (P)	= 77 – 101
Sangat Positif (SP)	= 101 – 125

Dengan menggunakan skala sikap atau rentang pengukuran sikap, maka tingkatan skor sikap akan dapat dengan jelas tercermin dalam skala sikap tersebut.



Gambar IV.1. Skala Penilaian Sikap Nasabah

Hasil pengukuran indeks sikap nasabah terhadap atribut atribut pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta diperoleh nilai sebesar 66,228 yang terletak pada daerah penerimaan $53 \leq A_o \leq 77$ yang berarti bahwa sikap nasabah terhadap kelima atribut (*tangible, reliability, responsiveness, assurance dan emphaty*) pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta rata-rata **netral**. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa rata-rata nasabah memiliki sikap yang netral terhadap atribut atribut Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta.

IV.4.2. Pengujian Hipotesis Kedua

Hipotesis kedua meyakini “ Diduga terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap mutu pelayanan Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta. Berdasarkan karakteristik demografi nasabah berupa tingkat pendapatan, tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan nasabahnya terhadap atribut atribut Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta.”

Untuk menguji kebenaran hipotesis diatas, digunakan uji statistic *Chi Square*. Tujuan digunakan analisis tersebut untuk mengetahui perbedaan sikap nasabah yang meliputi pendidikan , pekerjaan, pdan penghasilan

1. Uji independensi Chi Square

H_0 = tidak ada perbedaan yang signifikan sikap nasabah terhadap jasa pelayanan pada Bank Danamon berdasarkan perbedaan karakteristik nasabah yang meliputi: pendapatan, pekerjaan, dan pendidikan.

Hi = ada perbedaan yang signifikan sikap nasabah terhadap jasa pelayanan pada Bank Danamon dengan didasarkan pada perbedaan karakteristik demografi nasabah yang meliputi: pendapatan, pekerjaan, dan pendidikan

2. Dipilih level signifikan tertentu, taraf signifikansi ditetapkan sebesar 0,05 atau 5%

3. Kriteria pengujian

Berdasarkan perbandingan Chi-Square Uji dan table

- a. Jika Chi-Square Hitung < Chi Square Tabel, maka Ho diterima
- b. Jika Chi- Square Hitung > Chi-Square Tabel, maka Ho ditolak

Berdasarkan langkah langkah perhitungan diatas, berikut ini disajikan hasil analisis *Chi Square* antara variable karakteristik nasabah dengan atribut atribut Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta sebagai berikut. Adapun dari hasil perhitungan computer dapat disusun table silang yang menerangkan perbedaan sikap nasabah terhadap atribut atribut Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* berdasarkan karakteristik nasabah.

1 Perbedaan Sikap Nasabah pada Atribut *Tangible* Berdasarkan Karakteristik Responden

Dari analisis data dengan menggunakan program SPSS 11.0 (lihat lampiran) diperoleh hasil analisis *Chi Square* pada atribut *tangible* berdasarkan karakteristik responden seperti pada table berikut

Tabel IV.18

Hasil Uji Chi Square Pada Atribut *Tangible*

Karakteristik	χ^2 hitung	Df	χ^2 tabel	Keterangan
Pendidikan	108,043	93	116,511	Ho diterima
Pekerjaan	99,015	93	116,511	Ho diterima
Penghasilan	99,598	93	116,511	Ho diterima

Sumber : Data primer diolah 2006

Dari table 4.18 diatas dapat diketahui bahwa sikap nasabah terhadap atribut keadaan fisik dan fasilitas pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan pendidikan responden yaitu yang mempunyai nilai χ^2 hitung lebih kecil dari χ^2 tabel ($108,043 < 116,511$), sehingga H_0 diterima, artinya tidak terdapat perbedaan signifikan sikap nasabah pada keadaan fisik atau fasilitas pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan pendidikan. dan . Dengan demikian pendidikan tidak mempengaruhi sikap nasabah pada atribut *tangible*.

Berdasarkan pekerjaan responden hasil chi square pada atribut tangible mempunyai nilai χ^2 hitung lebih kecil dari χ^2 tabel ($99,015 < 116,511$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut tangible pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan pekerjaan responden. Dengan demikian pekerjaan responden tidak mempengaruhi sikap nasabah pada atribut *tangible* tersebut.

Berdasarkan tingkat penghasilan responden hasil *chi square* pada atribut *tangible* mempunyai nilai x^2 hitung lebih kecil dari x^2 tabel ($99,015 < 116,511$) sehingga H_a diterima yang artinya tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut *tangible* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan tingkat penghasilan responden. Dengan demikian tingkat penghasilan responden tidak mempengaruhi sikap nasabah pada atribut *tangible*.

2. Perbedaan Sikap Nasabah pada Atribut *Reliability* Berdasarkan Karakteristik Responden

Dari analisis data dengan menggunakan program SPSS 11.0 (lihat lampiran) diperoleh hasil analisis *Chi Square* pada atribut *reliability* berdasarkan karakteristik responden seperti pada table berikut

Tabel IV.19

Hasil Uji Chi Square Pada Atribut *Reliability*

Karakteristik	x^2 hitung	Df	x^2 tabel	Keterangan
Pendidikan	112,379	93	116,511	Ho diterima
Pekerjaan	99,513	93	116,511	Ho diterima
Penghasilan	120,309	93	116,511	Ho ditolak

Sumber : Data primer diolah 2006

Dari table 4.19 diatas dapat diketahui bahwa sikap nasabah terhadap atribut *reliability* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan pendidikan responden yaitu yang mempunyai nilai

χ^2 hitung lebih kecil dari χ^2 tabel ($112,379 < 116,511$), sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak terdapat perbedaan signifikan sikap nasabah pada kualitas dan profesionalisme pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan pendidikan. Dengan demikian pendidikan tidak mempengaruhi sikap nasabah pada atribut *reliability*.

Berdasarkan pekerjaan responden hasil *chi square* pada atribut *reliability* mempunyai nilai χ^2 hitung lebih kecil dari χ^2 tabel ($99,513 < 116,511$) sehingga H_0 diterima yang artinya tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut *reliability* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan pekerjaan responden. Dengan demikian jenis pekerjaan tidak mempengaruhi sikap nasabah pada atribut *reliability*.

Berdasarkan tingkat penghasilan responden hasil *chi square* pada atribut *reliability* mempunyai nilai χ^2 hitung lebih besar dari χ^2 tabel ($120,309 > 116,511$) sehingga H_0 ditolak yang artinya terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut *reliability* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan tingkat penghasilan responden. Dengan demikian tingkat penghasilan responden mempengaruhi sikap nasabah pada atribut *reliability*.

3. Perbedaan Sikap Nasabah pada Atribut Responsiveness Berdasarkan Karakteristik Responden

Dari analisis data dengan menggunakan program SPSS 11.0 (lihat lampiran) diperoleh hasil analisis *Chi Square* pada atribut *responsiveness* berdasarkan karakteristik responden seperti pada table berikut

Tabel IV.20

Hasil Uji Chi Square Pada Atribut *Responsiveness*

Karakteristik	χ^2 hitung	Df	χ^2 tabel	Keterangan
Pendidikan	65,441	45	61,656	Ho ditolak
Pekerjaan	47,051	45	61,656	Ho diterima
Penghasilan	72,216	45	61,656	Ho ditolak

Sumber : Data primer diolah 2006

Dari table 4.20 diatas dapat diketahui bahwa sikap nasabah terhadap atribut *responsiveness* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan pendidikan responden yaitu yang mempunyai nilai χ^2 hitung lebih besar dari χ^2 tabel ($65,441 > 61,656$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat perbedaan signifikan sikap nasabah terhadap atribut *responsiveness* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan pendidikan. Dengan demikian pendidikan mempengaruhi sikap nasabah pada atribut *responsiveness*

Berdasarkan pekerjaan responden hasil chi square pada atribut *responsiveness* mempunyai nilai χ^2 hitung lebih kecil dari χ^2 tabel ($47,051 < 61,656$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut *responsiveness* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan pekerjaan responden.

Dengan demikian pekerjaan responden tidak mempengaruhi sikap nasabah pada atribut *responsiveness*

Berdasarkan tingkat penghasilan responden hasil chi square pada atribut *responsiveness* mempunyai nilai x^2 hitung lebih besar dari x^2 tabel ($72,108 > 61,656$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut *responsiveness* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan tingkat penghasilan responden. Dengan demikian tingkat penghasilan responden mempengaruhi sikap nasabah pada atribut *responsiveness*. Semakin tinggi tingkat penghasilan seseorang akan lebih menuntut kesigapan layanan yang ada pada sebuah bank, hal ini sangat berpengaruh dalam kegiatan transaksi pada bank tersebut

4. Perbedaan Sikap Nasabah Pada Atribut *Assurance* Berdasarkan Karakteristik Responden

Dari analisis data dengan menggunakan program SPSS 11.0 (lihat lampiran) diperoleh hasil analisis Chi Square pada atribut *assurance* berdasarkan karakteristik responden seperti pada table berikut

Tabel IV.21

Hasil Uji Chi Square Pada Atribut *Assurance*

Karakteristik	x^2 hitung	Df	x^2 tabel	Keterangan
Pendidikan	94,050	81	103,009	Ho diterima
Pekerjaan	99,538	81	103,009	Ho diterima
Penghasilan	77,216	81	103,009	Ho diterima

Sumber : Data primer diolah 20006

Dari table 4.21 diatas dapat diketahui bahwa sikap nasabah terhadap atribut *assurance* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan pendidikan responden yaitu yang mempunyai nilai χ^2 hitung lebih kecil dari χ^2 tabel ($94,050 < 103,009$), sehingga H_0 diterima artinya tidak terdapat perbedaan signifikan sikap nasabah pada atribut *assurance* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan pendidikan. Dengan demikian pendidikan tidak mempengaruhi sikap nasabah pada atribut *assurance*.

Berdasarkan pekerjaan responden hasil chi square pada atribut *assurance* mempunyai nilai χ^2 hitung lebih kecil dari χ^2 tabel ($99,583 < 103,009$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut *assurance* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan pekerjaan responden. Dengan demikian pekerjaan responden tidak mempengaruhi sikap nasabah pada atribut *assurance*

Berdasarkan tingkat penghasilan responden hasil chi square pada atribut *assurance* mempunyai nilai χ^2 hitung lebih kecil dari χ^2 tabel ($77,216 < 103,009$) sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut *assurance* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan tingkat penghasilan responden. Dengan demikian tingkat penghasilan responden tidak mempengaruhi sikap nasabah pada atribut *assurance*

5. Perbedaan Sikap Nasabah Pada Atribut *Emphaty* Berdasarkan Karakteristik Responden

Dari analisis data dengan menggunakan program SPSS 11.0 (lihat lampiran) diperoleh hasil analisis Chi Square pada atribut *emphaty* berdasarkan karakteristik responden seperti pada table berikut

Tabel IV.22
Hasil Uji Chi Square Pada Atribut *Emphaty*

Karakteristik	χ^2 hitung	Df	χ^2 tabel	Keterangan
Pendidikan	54,195	54	72,153	Ho diterima
Pekerjaan	60,378	54	72,153	Ho diterima
Penghasilan	75,357	54	72,153	Ho ditolak

Sumber : Data primer diolah 2006

Dari table 4.22 diatas dapat diketahui bahwa sikap nasabah terhadap atribut *emphaty* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan pendidikan responden yaitu yang mempunyai nilai χ^2 hitung lebih kecil dari χ^2 tabel ($54,195 < 72,153$), sehingga Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak terdapat perbedaan signifikan sikap nasabah pada atribut *emphaty* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan pendidikan. Dengan demikian pendidikan tidak mempengaruhi sikap nasabah pada atribut *emphaty*

Berdasarkan pekerjaan responden hasil chi square pada atribut *emphaty* mempunyai nilai χ^2 hitung lebih kecil dari χ^2 tabel ($60,378 < 72,153$) sehingga Ho diterima dan Ha ditolak yang artinya tidak

terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut *emphaty* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan pekerjaan responden. Dengan demikian pekerjaan responden tidak mempengaruhi sikap nasabah pada atribut *emphaty*

Berdasarkan tingkat penghasilan responden hasil chi square pada atribut *emphaty* mempunyai nilai χ^2 hitung lebih besar dari χ^2 tabel ($75,357 > 72,153$) sehingga H_0 ditolak yang artinya terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut *emphaty* pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta berdasarkan tingkat penghasilan responden. Dengan demikian tingkat penghasilan responden mempengaruhi sikap nasabah pada atribut *emphaty*.

IV.5. Pembahasan Dan Implikasi

Berdasarkan analisis kualitatif menunjukkan bahwa profil nasabah Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta adalah tamatan SLTA, profesi kebanyakan adalah berberak di bidang swasta dan berpendapatan menengah sedang. Dari profil nasabah tersebut telah memberikan sikap yang positif terhadap atribut atribut yang ada pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta. Penemuan ini tentu sangat berarti bagi perusahaan untuk selalu mempertahankan mutu dan kualitas guna mempertahankan dan menjaga kepercayaan nasabah, serta selalu mengadakan perbaikan secara terus menerus terhadap atribut atribut yang ada pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta sehingga nasabah akan bersikap netral terhadap jasa yang diberikan dan setia menggunakan jasa Bank danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta.

Berdasarkan analisis *chi square* diketahui tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut *tangible* berdasarkan pendidikan.. Dalam Hal ini standar mutu pada atribut *tangible* perlu ditingkatkan untuk memenuhi harapan para nasabah khususnya yang berdasar tingkat pendidikan mengingat sikap yang diberikan pada atribut *tangible* adalah rata rata netral. Hal ini penting karena atribut fasilitas dan keadaan fisik yang baik pada sebuah bank akan memberikan *image* yang baik pada nasabah.

Untuk atribut *reliability* terdapat perbedaan sikap nasabah berdasarkan tingkat penghasilan..Sedangkan berdasarkan pendidikan dan jenis pekerjaan sikap nasabah cenderung sama. Untuk itu Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta harus lebih memperhatikan nasabah dengan karakteristik tingkat penghasilan dan meningkatkan kualitas dan profesionalisme kerjanya yang mencakup kemampuan pelayanan secara cepat dan akurat kepada nasabah. Hal ini penting karena nasabah masih merasa netral terhadap pelayanan yang diberikan selama ini dirasa masih ada beberapa kekurangan.

Pada atribut *responsiveness* terdapat perbedaan sikap nasabah berdasarkan tingkat pendidikan dan penghasilan. Dalam hal ini Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta perlu untuk meningkatkan kesigapan layanan terutama yang mengalami kesulitan/ keluhan ketika sedang bertransaksi.hal ini akan meningkatkan sikap positif nasabah terhadap Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta.

Pada atribut *assurance* berdasarkan analisis *chi square* diketahui tidak terdapat perbedaan sikap nasabah terhadap atribut *assurance* berdasarkan

pendidikan, pekerjaan dan tingkat penghasilan. Hal ini dimungkinkan standar mutu pada atribut *assurance* belum memenuhi harapan para nasabah mengingat sikap yang diberikan pada atribut *assurance* adalah netral. Hal ini penting karena jaminan rasa aman ketika sedang bertransaksi dan kepercayaan yang baik pada sebuah bank akan meningkatkan loyalitas nasabah terhadap Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta.

Atribut *emphaty* tidak terdapat perbedaan sikap nasabah berdasarkan tingkat pendidikan, pekerjaan dan terdapat perbedaan sikap yang signifikan pada karakteristik nasabah dengan tingkat penghasilan. Dalam hal ini Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta perlu untuk meningkatkan kemampuan untuk lebih memahami nasabah. Hal ini bisa dilakukan dengan melakukan komunikasi yang baik dan pemahaman atas kebutuhan para nasabah. Hal ini akan lebih meningkatkan sikap positif nasabah terhadap Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

V.I Kesimpulan

Berdasarkan dari analisis data secara kualitatif dan kuantitatif dapat disimpulkan bahwa:

1. Sikap nasabah terhadap Bank danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta adalah netral dan nasabah menilai biasa atas mutu pelayanan yang diberikan oleh Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta. Hali ini dibuktikan dari hasil analisis Fishbein dengan sikap nasabah sebesar 66,288. Sedangkan atribut yang paling tinggi disikapi nasabah adalah atribut *responsiveness*
2. Tidak terdapat perbedaan sikap nasabah pada atribut *tangible* berdasarkan tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan penghasilan Untuk atribut *reliability* tidak terdapat perbedaan sikap nasabah berdasarkan tingkat pendidikan, jenis pekerjaan sedangkan pada tingkat penghasilan terdapat perbedaan sikap nasabah. Pada atribut *responsiveness* terdapat perbedaan sikap yang signifikan pada nasabah berdasarkan tingkat pendidikan dan penghasilan, sedangkan berdasarkan pekerjaan tidak terdapat perbedaan sikap yang signifikan. Atribut *assurance* tidak terdapat perbedaan sikap yang signifikan berdasar tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan penghasilan. Untuk atribut *emphaty* tidak terdapat perbedaan sikap berdasar tingkat pendidikan dan jenis pekerjaan sedangkan pada tingkat penghasilan terdapat perbedaan sikap nasabah.

V.2 Saran

Melihat analisis dan kesimpulan yang didapat, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan oleh pihak Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta sebagai bahan pertimbangan kebijakan sebagai berikut :

1. Mengingat sikap nasabah masih netral, perlu diadakan perbaikan fasilitas dan training karyawan yang lebih intensif untuk meningkatkan mutu pelayanan pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta karena persaingan yang semakin ketat dengan bank lain . Sedangkan atribut responsiveness merupakan atribut yang banyak di perhatikan oleh nasabah berdasarkan evaluasi, sebaiknya pihak manajemen terus meningkatkan respon karyawan dalam membantu nasabah baik dalam memberikan informasi yang jelas tentang produk yang ditawarkan Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta, dan secara sigap memberikan pelayanan kepada nasabah yang mengalami kesulitan ketika sedang bertransaksi.
2. Mengingat banyak ditemui perbedaan sikap pada nasabah dengan karakter penghasilan, agar nasabah dengan karakter ini perlu lebih di perhatikan.. Secara keseluruhan manajemen Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta perlu untuk menjaga dan meningkatkan mutu atribut atribut kualitas pelayanan secara keseluruhan

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifudin, *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*, Edisi Kedua, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 1995.
- Basu Swasta DH, *Asas Marketing*, Edisi Kedua, Penerbit Akademi Keuangan dan Bank, Yogyakarta, 1979.
- Basu Swasta DH, dan Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, Edisi Kedua, Penerbit Liberty, Yogyakarta, 1987.
- Engel, James F, Rogger D, Blackwell, and Paul W. Miniard, *Perilaku Konsumen*, Edisi Keenam (Alih Bahasa: FX. Budiyanto), Bina Rupa Aksara, Jakarta, 1994.
- Gerungan DIPL. PSYCH, *Psikologi Sosial*, PT. Eresco, Bandung, 1991.
- Hadi, Sutrisno, *Statistik 2*, Andi Offset, Yogyakarta, 1991.
- Kotler, Philip, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Ketiga (Alih Bahasa: Wilhelmus W. Bakowatun, SE), Intermedia, Jakarta, 1987.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi Kedelapan (Alih Bahasa: Wilhelmus W. Bakowatun, SE), Salemba Empat, Jakarta, 1995.
- Loudon David and Albert J. Della Betta, *Consument Concept and Application*, Mc. Graw Hill, New York, 1993.
- Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*, Edisi Pertama, Bumi Aksara, Jakarta, 1998.
- Peter, Paul and Oslon, Jerry, *Consumer Behavior*, Edisi Keempat (Alih Bahasa: Damos Sihombing), Penerbit Erlangga, Jakarta, 2000.
- Siegel, Sydney, *Statistik Non Parametik*, (Alih Bahasa: Zanzawi Sujuti), Gramedia, Jakarta, 1992.
- Sigit, Suhardi, *Pengantar Metode Penelitian Sosial Bisnis Manajemen*, Edisi Pertama, Lukman Offset, Yogyakarta, 1999.
- Singarimbun, Masri, dan Sofyan Effendi, *Metode Penelitian Survai*, LP3ES, Jakarta, 1989.

Stanton J. William, *Prinsip Pemasaran*, Edisi Ketujuh (Alih Bahasa: Y. Lamarto), Penerbit Erlangga, Jakarta, 1996.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2000.

Suprpto, *Usahawan*, No. 5, th. XXVI, Mei 1997.

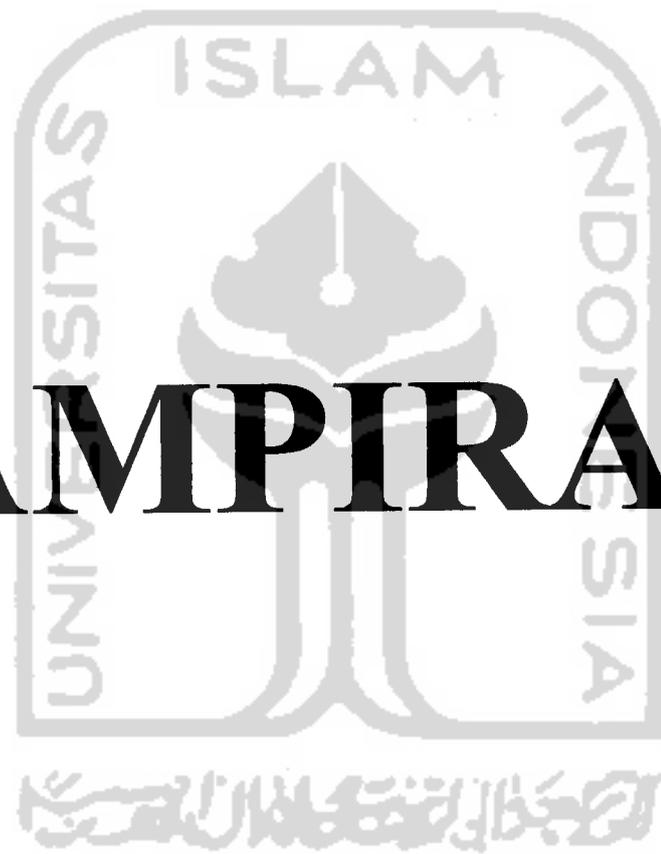
Supranto, *Statistik: Teori dan Aplikasi*, Erlangga, Jakarta, 1986.

Santoso, Singgih, *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*, PT Elex Media Komputindo, 2000

Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa*, Cetakan Kedua, Penerbit Andi Yogyakarta, Yogyakarta, 1998.



LAMPIRAN





Kami hadir untuk Anda

SURAT KETERANGAN

No. 0096/dsp-ku/1205

Menindaklanjuti surat saudara yang anda kirimkan pada kami, maka kami memberikan izin kepada :

Nama : BIMO AJI SW

No. Mhs : 99311492

Untuk melakukan penelitian skripsi yang bertitle ANALISIS SIKAP NASABAH TERHADAP MUTU PELAYANAN BANK DANAMON CABANG KALIURANG – JOGJAKARTA.

Adapun hasil dari penelitian tersebut, maka bank danamon dibebaskan dari tanggung jawab.

Demikian Surat keterangan ini kami buat. Semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih

Yogyakarta, 23 Desember 2005



AHMAD NAFI', SE

CONSUMER ACCOUNT OFFICER

Jogjakarta, Desember 2005

Hal: Permohonan Mengisi Kuesioner

Kepada Yth,

Bapak/ Ibu/ Saudara

Dengan hormat,

Bersama ini perkenankanlah saya memperkenalkan diri :

Nama : Bimoaji SW

Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Jogjakarta

(No. Mahasiswa: 99311492)

Memohon kesediaan bantuan Bapak/ Ibu/ Saudara untuk mengisi kuesioner yang kami sediakan. Adapun tujuan dari pengisian kuesioner ini adalah sebagai upaya untuk mendapatkan informasi tentang sikap/ tanggapan nasabah terhadap mutu pelayanan pada Bank Danamon Cabang Kaliurang Jogjakarta. Data yang kami dapatkan melalui kuesioner ini semata mata hanya ditujukan untuk keperluan skripsi saja, bukan maksud yang lain. Jawaban yang bapak/ Ibu/ Saudara berikan **dengan** menjawab secara sesungguhnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya atas pertanyaan yang ada, merupakan bantuan yang sangat besar bagi tercapainya tujuan penulisan skripsi ini, dan kami sangat menghargai setiap jawaban Bapak/ Ibu/ Saudara berikan.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara dalam mengisi kuesioner ini kami mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat saya,

Bimoaji SW

DAFTAR PERTANYAAN RESPONDEN

I. Keterangan Data Responden

Berilah tanda silang (x) huruf jawaban anda

1. Pendidikan Terakhir Nasabah

- a. SD
- b. SLTP
- c. SLTA
- d. Perguruan Tinggi

2. Pekerjaan Nasabah

- a. TNI / POLRI
- b. Swasta
- c. Pegawai Negeri
- d. Pelajar / Mahasiswa

3. Besar Penghasilan / Bulan

- a. Kurang dari Rp. 750.000,00
- b. Antara Rp. 750.000,00 – Rp. 1.500.000,00
- c. Antara Rp. 1.000.001,00 – Rp. 2.250.000,00
- d. Lebih dari Rp. 2.250.000,00

- II. Keyakinan dan Penilaian Responden terhadap tampilan fisik dan fasilitas, kualitas dan profesionalisme layanan, respon karyawan terhadap nasabah, jaminan kepada nasabah, perhatian khusus pada nasabah.

Keterangan :

Sangat Yakin (SY) ; Sangat Baik (SB)
 Yakin (Y) ; Baik (B)
 Netral (N) ; Netral (N)
 Tidak Yakin (TY) ; Tidak Baik (TB)
 Sangat Tidak Yakin (STY) ; Sangat Tidak Baik (STB)

Berilah tanda silang (x) untuk jawaban yang anda pilih.

Sebagai nasabah bagaimana **Keyakinan** Bapak / Ibu / Saudara terhadap beberapa layanan yang diperoleh di bawah ini :

Tangibles: Tampilan Fisik Dan Fasilitas	SY	Y	N	TY	STY
1. Fasilitas gedung, missal : AC yang sejuk, tempat duduk yang nyaman , tempat parkir dan sebagainya yang secara langsung dapat dilihat nasabah					
2. Fasilitas transaksi yang memberikan kecepatan dan tidak mempersulit dalam melakukan transaksi					

3. Fasilitas kebersihan (baik produk berupa jasa maupun lingkungan) dan kerapihan (baik seragam karyawan maupun tata ruang)					
---	--	--	--	--	--

Reliability : Tingkat Keandalan Terhadap Kinerja Bank	SY	Y	N	TY	STY
1. Waktu pelayanan yang disediakan pihak bank sesuai dengan jadwal yang diberikan pada nasabah (msal : buka dan tutup bank sesuai dengan waktunya) 2. Karyawan Bank memiliki sikap yang simpatik kepada nasabah maupun pada calon nasabah 3. Karyawan Bank memiliki keandalan dalam membantu nasabah yang memiliki kesulitan					

Responsiveness : Respon Terhadap Nasabah	SY	Y	N	TY	STY
1. Kemampuan karyawan Bank dalam membantu nasabah (misalnya : <i>customer service</i> memberikan informasi tentang jasa tabungan dan menerima keluhan nasabah)					
2. Kemampuan dan respon karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yang mengalami kesulitan ketika sedang bertransaksi					
3. Kemampuan dan respon pelayanan Bank kepada nasabah yang membutuhkan pelayanan secara cepat dan mendadak					

Assurance : Jaminan Pelayanan Danamon Kepada Nasabah	SY	Y	N	TY	STY
1. Jaminan terhadap keamanan kerahasiaan nasabah					
2. Jaminan terhadap keamanan dalam bank dan keamanan tempat parkir kendaraan					
3. Karyawan bank bersikap ramah dan sopan pada saat melayani nasabah					

Empathy : Perhatian Khusus Kepada Nasabah	SY	Y	N	TY	STY
1. Kejelasan dan ketepatan serta cara berkomunikasi karyawan bank yang baik dan cakap kepada nasabah 2. Bank menyediakan tempat layanan yang mudah, nyaman dan, aman (misalnya : Bank-Bank unit dan ATM di tempat-tempat strategis) 3. Bank menerima kritikan maupun saran yang disampaikan nasabahnya					

Beri tanda silang (x) untuk jawaban yang anda pilih

Sebagai nasabah bagaimana **Penilaian** Bapak / Ibu / Saudara terhadap beberapa pelayanan yang diperoleh dibawah ini :

Tangibles: Tampilan Fisik Dan Fasilitas	SB	B	N	TB	STB
1. Fasilitas gedung, missal : AC yang sejuk, tempat duduk yang nyaman , tempat parkir dan sebagainya yang secara langsung dapat dilihat nasabah 2. Fasilitas transaksi yang memberikan kecepatan dan tidak mempersulit dalam melakukan transaksi					

3. Fasilitas kebersihan (baik produk berupa jasa maupun lingkungan) dan kerapihan (baik seragam karyawan maupun tata ruang)					
---	--	--	--	--	--

Reliability : Tingkat Keandalan Terhadap Kinerja Bank	SB	B	N	TB	STB
1. Waktu pelayanan yang disediakan pihak bank sesuai dengan jadwal yang diberikan pada nasabah (msal : buka dan tutup bank sesuai dengan waktunya) 2. Karyawan Bank memiliki sikap yang simpatik kepada nasabah maupun pada calon nasabah 3. Karyawan Bank memiliki keandalan dalam membantu nasabah yang memiliki kesulitan					

Responsiveness : Respon Terhadap Nasabah	SB	B	N	TB	STB
1. Kemampuan karyawan Bank dalam membantu nasabah (misalnya : <i>customer service</i> memberikan informasi tentang jasa tabungan dan menerima keluhan nasabah)					
2. Kemampuan dan respon karyawan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah yang mengalami kesulitan ketika sedang bertransaksi					
3. Kemampuan dan respon pelayanan Bank kepada nasabah yang membutuhkan pelayanan secara cepat dan mendadak					

Assurance : Jaminan Pelayanan Danamon Kepada Nasabah	SB	B	N	TB	STB
1. Jaminan terhadap keamanan kerahasiaan nasabah					
2. Jaminan terhadap keamanan dalam bank dan keamanan tempat parkir kendaraan					
3. Karyawan bank bersikap ramah dan sopan pada saat melayani nasabah					

Empathy : Perhatian Khusus Kepada Nasabah	SB	B	N	TB	STB
1. Kejelasan dan ketepatan serta cara berkomunikasi karyawan bank yang baik dan cakap kepada nasabah					
2. Bank menyediakan tempat layanan yang mudah, nyaman dan, aman (misalnya : Bank-Bank unit dan ATM di tempat-tempat strategis)					
3. Bank menerima kritikan maupun saran yang disampaikan nasabahnya					



TABEL INDEKS SIKAP

NO	KARAKTERISTIK NASABAH			Tangibles	Reliability	Responsiveness	assurance	Emphaty
	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan					
1	SD	Swasta	<Rp750.000,00	21.78	21.78	20.22	16	21.78
2	SD	Swasta	<Rp 750.000,00	20.22	13.44	21.78	9	18.78
3	SD	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	15.89	16	21.78	9	14.67
4	SMP	Swasta	< Rp 750.000,00	12.22	5.333	18.78	9	13.44
5	SMP	Swasta	< Rp 750.000,00	14.44	8.556	20.22	11.11	18.78
6	SMP	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	20.22	20.22	18.78	5.444	18.78
7	SMP	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	17.11	9.778	18.78	10	21.78
8	SMP	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	10.11	15.89	18.78	6.222	18.78
9	SMP	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	15.56	20.22	14.44	11.11	11.11
10	SMP	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	10.67	4.444	20.22	16	16
11	SMP	Pegawai Negeri	<Rp 750.000,00	18.78	18.78	20.22	9	18.78
12	SMP	Pegawai Negeri	<Rp 750.000,00	15.89	9.778	20.22	16	18.78
13	SMP	TNI/POLRI	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	14.44	9.778	16	16	20.22
14	SLTA	Pelajar /Mhs	<Rp 750.000,00	15.89	20.22	18.78	13.44	13.44
15	SLTA	Pelajar /Mhs	<Rp 750.000,00	11.56	15.89	17.33	5.444	7.111
16	SLTA	Pelajar /Mhs	<Rp 750.000,00	14.67	17.11	13.33	18.78	13.44
17	SLTA	Pelajar /Mhs	<Rp 750.000,00	7.222	8.889	21.78	7.111	17.33
18	SLTA	Pelajar /Mhs	<Rp 750.000,00	14.67	16	21.78	17.33	12.22
19	SLTA	Pelajar /Mhs	<Rp 750.000,00	14.67	20.22	16	7.111	16
20	SLTA	Pelajar /Mhs	<Rp 750.000,00	14	5.333	14.67	8.556	20.22
21	SLTA	Pelajar /Mhs	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	8.889	17.11	17.33	10.67	12.22
22	SLTA	Pelajar /Mhs	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	17.33	13.33	21.78	9.778	16
23	SLTA	Pelajar /Mhs	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	8	4.667	16	11	16
24	SLTA	Pelajar /Mhs	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	14.67	21.78	13.44	6.222	13.44
25	SLTA	Pelajar /Mhs	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	9.778	12.22	20.22	10	13.44
26	SLTA	Pelajar /Mhs	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	18.67	18.67	16	8	16
27	SLTA	Pelajar /Mhs	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	10.11	8.889	16	10	18.78
28	SLTA	Swasta	<Rp 750.000,00	13.33	14.67	13.44	16	11.11
29	SLTA	Swasta	<Rp 750.000,00	16	21.78	20.22	7.111	16
30	SLTA	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	13.44	18.67	16	13.44	13.44

31	SLTA	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	12.44	10	16	11.11	20.22
32	SLTA	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	14.67	20.22	21.78	9	13.44
33	SLTA	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	16	12.22	16	16	16
34	SLTA	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	18.78	21.78	16	11.11	18.78
35	SLTA	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	16	20.22	21.78	7.111	16
36	SLTA	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	8	4.667	18.78	16	16
37	SLTA	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	17.33	20.22	21.78	7.111	17.33
38	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	17.11	20.22	18.78	9	14.67
39	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	11.56	11.11	14.67	13.44	18.78
40	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	14.44	18.78	15.89	11.11	11.11
41	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	15.89	12.22	20.22	5.444	13.44
42	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	16	14.67	18.78	13.44	16
43	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	14.67	20.22	18.78	16	13.44
44	SLTA	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	18.67	20.22	20.22	18.67	16
45	SLTA	Swasta	>Rp 2.250.000,00	11.56	3.889	14.67	11.11	14.44
46	SLTA	Pegawai Negeri	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	13	18.78	18.78	9	11
47	SLTA	Pegawai Negeri	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	9.778	7	17.33	15.89	12.22
48	SLTA	Pegawai Negeri	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	15.89	20.22	17.33	13.44	15.89
49	SLTA	Pegawai Negeri	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	18.67	21.67	18.78	14.44	16
50	SLTA	Pegawai Negeri	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	10.89	4.667	20.22	9.778	20.22
51	SLTA	Pegawai Negeri	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	17.11	18.67	14.67	8.889	14.67
52	SLTA	Pegawai Negeri	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	17.33	12.22	20.22	13.33	14.67
53	SLTA	Pegawai Negeri	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	15.56	3.889	18.78	11	23.33
54	SLTA	TNI/P OLRI	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	17.33	16	18.78	10.67	14.67
55	SLTA	TNI/P OLRI	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	14.44	18.78	20.22	11	10
56	SLTA	TNI/P OLRI	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	9.333	5.444	20.22	13.44	17.33
57	SLTA	TNI/P OLRI	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	17.33	20.22	17.33	11.11	17.33
58	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	18.78	13.33	14.67	15.89	17.33
59	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	17.11	20.22	15.89	13.33	23.33

60	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	16	13.33	15.89	17.33	12
61	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	17.11	14.67	18.67	13.44	14.67
62	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	12.44	10	15.89	9	21.78
63	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	18.78	21.78	18.78	14.67	15.89
64	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	11.11	13.44	20.22	12.22	12.22
65	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	18.67	14.67	18.78	14.67	23.33
66	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	17.33	17.11	17.33	16	16
67	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	16	18.67	18.78	12.22	14.67
68	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	12	17.33	14.67	16	9
69	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	10	10	12.22	7.778	13.33
70	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	18.78	17.33	12.22	9.778	17.33
71	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	14.44	14.67	17.33	16	18.78
72	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	17.33	21.78	20.22	13.44	16
73	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	12	6.222	13.33	16	16
74	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	20.22	20.22	15.89	20.22	18.78
75	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	9.333	13.44	16	17.33	16
76	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	14.44	10	10	11	17.33
77	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	13.33	18.67	15.89	15.56	13.33
78	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	14.67	11.56	16	20.22	15.89
79	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	9.333	8.556	16	14.67	17.33
80	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	18.78	15.56	18.78	20.22	18.78
81	Perguruan Tinggi	Swasta	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	13	11.11	17.33	20.22	18.78
82	Perguruan Tinggi	Swasta	>Rp 2.250.000,00	14.67	15.89	21.78	15.89	16

	Tinggi							
83	Perguruan Tinggi	Swasta	>Rp 2.250.000,00	5.778	5.556	14.67	16	18.78
84	Perguruan Tinggi	Swasta	>Rp 2.250.000,00	9.333	6.667	11.11	17.33	18.67
85	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	15.89	18.67	20.22	14.67	14.67
86	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	12.22	14.44	17.33	17.33	14.67
87	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	14.67	20.22	18.78	20.22	12.22
88	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	11.11	15.56	14.67	20.22	13.33
89	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	6.667	12.22	12.22	17.33	16
90	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	18.78	16	12.22	15.89	20.22
91	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	11.11	10	17.33	20	11.11
92	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	11.56	13.33	11	20.22	17.33
93	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	11.56	18.67	14.67	15.89	7.111
94	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	13	16	11.11	17.11	18.78
95	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	10.67	12	12.22	20	16
96	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri	>Rp 2.250.000,00	10.11	15.89	14.67	16	18.78
97	Perguruan Tinggi	Pegawai Negeri	>Rp 2.250.000,00	8.556	13.33	9	18.67	11
98	Perguruan Tinggi	TNI/POLRI	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	8.556	3.333	9	23.33	15.89
99	Perguruan Tinggi	TNI/POLRI	>Rp 2.250.000,00	8	15.89	14.67	14.67	16
100	Perguruan Tinggi	TNI/POLRI	>Rp 2.250.000,00	12	13.44	14.67	17.33	14.67

Reliability Reliability

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	P4	3.5300	1.0392	100.0
2.	P5	3.6100	1.1361	100.0
3.	P6	3.5500	.9783	100.0
4.	PE4	3.6400	1.0301	100.0
5.	PE5	3.7900	.9775	100.0
6.	PE6	3.5600	.9355	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	21.6800	22.8663	4.7819	6

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
P4	18.1500	15.6439	.7472	.8393
P5	18.0700	16.4698	.5537	.8759
P6	18.1300	16.1546	.7317	.8428
PE4	18.0400	15.8368	.7280	.8428
PE5	17.8900	16.9070	.6225	.8608
PE6	18.1200	16.6723	.6962	.8493

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 6

Alpha = .8736

Reliability Emphaty

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
1. P13	3.6100	.7900	100.0
2. P14	3.6400	.9377	100.0
3. P15	3.5800	.8063	100.0
4. PE13	3.8000	.8528	100.0
5. PE14	3.7800	.8596	100.0
6. PE15	3.7300	.7766	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	22.1400	9.2327	3.0385	6

Item-total Statistics	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
P13	18.5300	7.1607	.3424	.6218
P14	18.5000	6.6970	.3413	.6259
P15	18.5600	6.8549	.4092	.5985
PE13	18.3400	6.5701	.4427	.5850
PE14	18.3600	6.8590	.3631	.6151
PE15	18.4100	7.0120	.3933	.6047

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 6

Alpha = .6511

Reliability Tangible

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

-

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
1. P1	3.5000	.9898	100.0
2. P2	3.4500	.9574	100.0
3. P3	3.3600	1.0202	100.0
4. PE1	3.6900	.9608	100.0
5. PE2	3.6000	.9640	100.0
6. PE3	3.5300	.9894	100.0

Statistics for SCALE	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	21.1300	17.8314	4.2227	6

Item-total Statistics	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
P1	17.6300	11.9526	.7158	.7492
P2	17.6800	13.3713	.5061	.7964
P3	17.7700	12.1183	.6578	.7623
PE1	17.4400	12.5519	.6399	.7675
PE2	17.5300	14.7163	.2955	.8390
PE3	17.6000	12.3838	.6417	.7665

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 6

Alpha = .8118

Reliability Assurance

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	P10	3.2500	.7703	100.0
2.	P11	3.4500	.8333	100.0
3.	P12	3.5100	.9898	100.0
4.	PE10	3.5500	.8805	100.0
5.	PE11	3.6300	.8246	100.0
6.	PE12	3.6000	1.0541	100.0

Statistics for SCALE	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	20.9900	10.1918	3.1925	6

Item-total Statistics	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
P10	17.7400	7.6489	.4575	.5570
P11	17.5400	7.8267	.3583	.5889
P12	17.4800	7.0804	.4047	.5696
PE10	17.4400	7.8246	.3232	.6016
PE11	17.3600	8.0913	.3028	.6083
PE12	17.3900	7.1292	.3467	.5973

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 6

Alpha = .6309

Reliability Responsiveness

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	P7	3.7400	.8718	100.0
2.	p8	3.5100	.9265	100.0
3.	P9	3.6000	.9744	100.0
4.	PE7	3.9700	.8221	100.0
5.	PE8	4.0300	.8463	100.0
6.	PE9	3.8100	.8492	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	22.6600	12.2469	3.4996	6

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
P7	18.9200	8.7612	.5281	.6905
P8	19.1500	9.1187	.4056	.7260
P9	19.0600	8.1984	.5554	.6810
PE7	18.6900	8.8827	.5486	.6864
PE8	18.6300	9.4476	.4004	.7254
PE9	18.8500	9.2601	.4384	.7154

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 6

Alpha = .7413

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
tangibles * Pendidikan	100	96.2%	4	3.8%	104	100.0%
tangibles * Pekerjaan	100	96.2%	4	3.8%	104	100.0%
tangibles * Penghasilan	100	96.2%	4	3.8%	104	100.0%

tangibles * Pendidikan

Crosstab Count

		Pendidikan				Total
		SD	SLTP	SLTA	Perguruan Tinggi	
tangibles	5.78				1	1
	6.67				1	1
	7.22			1		1
	8.00			2	1	3
	8.56				2	2
	8.89			1		1
	9.33			1	3	4
	9.78			2		2
	10.00				1	1
	10.11		1	1	1	3
	10.67		1		1	2
	10.89			1		1
	11.11				3	3
	11.56			3	2	5
	12.00				3	3
	12.22		1		1	2
	12.44			1	1	2
	13.00			1	2	3
	13.33			1	1	2
	13.44			1		1
	14.00			1		1
	14.44		2	2	2	6
	14.67			6	3	9
	15.56		1	1		2
	15.89	1	1	3	1	6
	16.00			4	2	6
	17.11		1	2	2	5
	17.33			5	2	7
	18.67			3	1	4
	18.78		1	1	5	7
	20.22	1	1		1	3

	21.78	1				1
Total		3	10	44	43	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	108.043 ^a	93	.136
Likelihood Ratio	84.245	93	.730
Linear-by-Linear Association	6.539	1	.011
N of Valid Cases	100		

a. 128 cells (100.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

tangibles * Pekerjaan

Crosstab Count

tangibles	Pekerjaan Pelajar/Mhs	Pekerjaan			Total	
		Swata	Pegawai Negeri	TNI/POLRI		
5.78		1			1	
6.67			1		1	
7.22	1				1	
8.00	1	1		1	3	
8.56			1	1	2	
8.89	1				1	
9.33		3		1	4	
9.78	1		1		2	
10.00		1			1	
10.11	1	1	1		3	
10.67		1	1		2	
10.89			1		1	
11.11		1	2		3	
11.56	1	2	2		5	
12.00		2		1	3	
12.22		1	1		2	
12.44		2			2	
13.00		1	2		3	
13.33		2			2	
13.44		1			1	
14.00	1				1	
14.44		4		2	6	
14.67	4	4	1		9	
15.56		1	1		2	
15.89	1	2	3		6	
16.00		6			6	
17.11		4	1		5	
17.33	1	3	1	2	7	
18.67	1	2	1		4	
18.78		5	2		7	
20.22		3			3	
21.78		1			1	
Total		14	55	23	8	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	99.015	93	.315
Likelihood Ratio	98.558	93	.327
Linear-by-Linear Association	.487	1	.485
N of Valid Cases	100		

a. 128 cells (100.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

tangibles * Penghasilan

Crosstab Count

	Penghasilan				Total
	<Rp 750.000,00	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	> Rp 2.250.000,00	
tangibles 5.78				1	1
6.67			1		1
7.22	1				1
8.00		2		1	3
8.56		1		1	2
8.89		1			1
9.33			3	1	4
9.78		2			2
10.00			1		1
10.11		1	1	1	3
10.67			2		2
10.89		1			1
11.11		1	2		3
11.56	1		3	1	5
12.00			2		3
12.22	1	1			2
12.44		2			2
13.00		1	2		3
13.33	1		1		2
13.44		1			1
14.00	1				1
14.44	2	1	3		6
14.67	3	3	2	1	9
15.56		2			2
15.89	2	3	1		6
16.00	1	4	1		6
17.11		4	1		5
17.33	1	4	2		7
18.67		3	1		4
18.78	1	3	3		7
20.22	1	1	1		3
21.78	1				1
Total	17	42	33	8	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	99.598	93	.301
Likelihood Ratio	100.701	93	.275
Linear-by-Linear Association	10.675	1	.001
N of Valid Cases	100		

a. 128 cells (100.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.



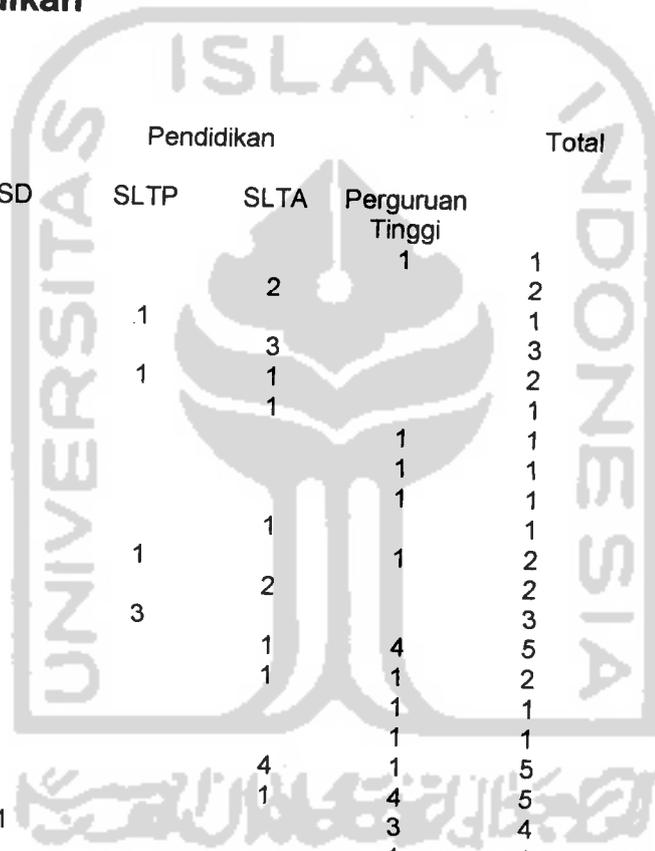
Crosstabs

Case Processing Summary

	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
reliability * Pendidikan	100	96.2%	4	3.8%	104	100.0%
reliability * Pekerjaan	100	96.2%	4	3.8%	104	100.0%
reliability * Penghasilan	100	96.2%	4	3.8%	104	100.0%

reliability * Pendidikan

Crosstab
Count



	Pendidikan				Total
	SD	SLTP	SLTA	Perguruan Tinggi	
reliability 3.33				1	1
3.89			2		2
4.44		1			1
4.67			3		3
5.33		1	1		2
5.44			1		1
5.56				1	1
6.22				1	1
6.67				1	1
7.00			1		1
8.56		1		1	2
8.89			2		2
9.78		3			3
10.00			1	4	5
11.11			1	1	2
11.56				1	1
12.00				1	1
12.22			4	1	5
13.33			1	4	5
13.44	1			3	4
14.44				1	1
14.67			2	3	5
15.56				2	2
15.89		1	1	3	5
16.00	1		2	2	5
17.11			2	1	3
17.33				2	2
18.67			3	4	7
18.78		1	3		4
20.22		2	10	3	15
21.67			1		1
21.78	1		3	2	6
Total	3	10	44	43	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	112.379	93	.084
Likelihood Ratio	101.467	93	.257
Linear-by-Linear Association	.005	1	.944
N of Valid Cases	100		

a. 126 cells (98.4%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

reliability * Pekerjaan

Crosstab Count

		Pekerjaan				Total
		Pelajar/Mhs	Swata	Pegawai Negeri	TNI/POLRI	
reliability	3.33					
	3.89					
	4.44					
	4.67	1				1
	5.33	1				2
	5.44					1
	5.56		1			1
	6.22		1			1
	6.67		1			1
	7.00			1		1
	8.56		2			2
	8.89	2				2
	9.78		1	1		3
	10.00		4	1	1	5
	11.11		2			2
	11.56		1			1
	12.00			1		1
	12.22	1	2	2		5
	13.33	1	2	2		5
	13.44		3		1	4
	14.44			1		1
	14.67		5			5
	15.56		1	1		2
	15.89	1	2	1	1	5
	16.00	1	1	2	1	5
	17.11	2	1			3
	17.33		2			2
	18.67	1	3	3		7
	18.78		1	2	1	4
	20.22	2	10	2	1	15
	21.67			1		1
	21.78	1	5			6
Total		14	55	23	8	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	99.513	93	.303
Likelihood Ratio	88.837	93	.603
Linear-by-Linear Association	.282	1	.595
N of Valid Cases	100		

a. 127 cells (99.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

reliability * Penghasilan

Crosstab Count

	Penghasilan				Total
	<Rp 750.000,00	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	> Rp 2.250.000,00	
	<Rp 750.000,00	Rp 750.000,00 - Rp 1.500.000,00	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	> Rp 2.250.000,00	
reliability 3.33		1			1
3.89		1		1	2
4.44			1		1
4.67		3			3
5.33	2				2
5.44			1		1
5.56				1	1
6.22			1		1
6.67				1	1
7.00		1			1
8.56	1		1		2
8.89	1		1		2
9.78	1	2			3
10.00		2	3		5
11.11			2		2
11.56			1		1
12.00			1		1
12.22		3	2		5
13.33		3	1	1	5
13.44	1	1	1	1	4
14.44		1			1
14.67	1	2	2		5
15.56			2		2
15.89	1	1		3	5
16.00	2	1	2		5
17.11	1	2			3
17.33			2		2
18.67		5	2		7
18.78	2	1	1		4
20.22	2	8	5		15
21.67		1			1
21.78	2	3	1		6
Total	17	42	33	8	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	120.309	93	.030
Likelihood Ratio	108.156	93	.135
Linear-by-Linear Association	2.127	1	.145
N of Valid Cases	100		

a. 127 cells (99.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.



Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
responsiveness * Pendidikan	100	96.2%	4	3.8%	104	100.0%
responsiveness * Pekerjaan	100	96.2%	4	3.8%	104	100.0%
responsiveness * Penghasilan	100	96.2%	4	3.8%	104	100.0%

responsiveness * Pendidikan

Crosstab Count

	SD	Pendidikan			Total
		SLTP	SLTA	Perguruan Tinggi	
responsiveness 9.00				2	2
10.00				1	1
11.00				1	1
11.11				2	2
12.22				5	5
13.33			1	1	2
13.44			2		2
14.44		1			1
14.67			4	8	12
15.89			1	5	6
16.00		1	8	3	12
17.33			5	5	10
18.67				1	1
18.78		4	9	5	18
20.22	1	4	8	3	16
21.78	2		6	1	9
Total	3	10	44	43	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	65.441	45	.025
Likelihood Ratio	64.460	45	.030
Linear-by-Linear Association	22.039	1	.000

N of Valid Cases 100

a 56 cells (87.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

responsiveness * Pekerjaan

Crosstab
Count

		Pekerjaan				Total
		Pelajar/Mh s	Swata	Pegawai Negeri	TNI/POLRI	
responsiveness	9.00			1	1	2
	10.00		1			1
	11.00			1		1
	11.11		1	1		2
	12.22		2	3		5
	13.33	1	1			2
	13.44	1	1			2
	14.44		1			1
	14.67	1	5	4	2	12
	15.89		6			6
	16.00	4	7		1	12
	17.33	2	3	4	1	10
	18.67		1			1
	18.78	1	12	4	1	18
	20.22	1	8	5	2	16
	21.78	3	6			9
Total		14	55	23	8	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	47.051	45	.389
Likelihood Ratio	53.060	45	.191
Linear-by-Linear Association	2.159	1	.142
N of Valid Cases	100		

a. 59 cells (92.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

responsiveness * Penghasilan

Crosstab
Count

		Penghasilan				Total
		<Rp 750.000,0 0	Rp 750.000,0 0 - Rp 1.500.000, 00	Rp 1.500.001, 00 - Rp 2.250.000, 00	> Rp 2.250.000, 00	
responsiveness	9.00		1		1	2
	10.00			1		1
	11.00			1		1
	11.11			1	1	2
	12.22			5		5
	13.33	1		1		2
	13.44	1	1			2
	14.44		1			1
	14.67	1	2	4	5	12
	15.89		3	3		6

16.00	1	7	4		12
17.33	1	5	4		10
18.67		1			1
18.78	3	11	4		18
20.22	6	5	5		16
21.78	3	5		1	9
Total	17	42	33	8	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	72.108	45	.006
Likelihood Ratio	71.925	45	.007
Linear-by-Linear Association	17.146	1	.000
N of Valid Cases		100	

a. 58 cells (90.6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.



Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
assurance * Pendidikan	100	96.2%	4	3.8%	104	100.0%
assurance * Pekerjaan	100	96.2%	4	3.8%	104	100.0%
assurance * Penghasilan	100	96.2%	4	3.8%	104	100.0%

assurance * Pendidikan

Crosstab
Count

	SD	Pendidikan			Total
		SLTP	SLTA	Perguruan Tinggi	
assurance	5.44	1	2		3
	6.22	1	1		2
	7.11		5		5
	7.78			1	1
	8.00		1		1
	8.56		1		1
	8.89		1		1
	9.00	2	3	1	8
	9.78		2	1	3
	10.00	1	2		3
	10.67		2		2
	11.00		3	1	4
	11.11	2	5		7
	12.22			2	2
	13.33		1	1	2
	13.44		6	2	8
	14.44		1		1
	14.67			5	5
	15.56			1	1
	15.89		1	4	5
	16.00	1	3	4	14
	17.11			1	1
	17.33		1	6	7
	18.67		1	1	2
	18.78		1		1
	20.00			2	2
	20.22			7	7
	23.33			1	1
Total		3	10	44	43
					100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	94.050	81	.152
Likelihood Ratio	103.682	81	.046
Linear-by-Linear Association	23.882	1	.000
N of Valid Cases	100		

a. 110 cells (98.2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

assurance * PekerjaanCrosstab
Count

		Pekerjaan				Total
		Pelajar/Mhs	Swata	Pegawai Negeri	TNI/POLRI	
assurance	5.44	1	2			3
	6.22	1	1			2
	7.11	2	3			5
	7.78		1			1
	8.00	1				1
	8.56	1				1
	8.89			1		1
	9.00		6	2		8
	9.78	1	1	1		3
	10.00	2	1			3
	10.67	1			1	2
	11.00	1	1	1	1	4
	11.11		6		1	7
	12.22		2			2
	13.33		1	1		2
	13.44	1	5	1	1	8
	14.44			1		1
	14.67		3	1	1	5
	15.56		1			1
	15.89		2	3		5
	16.00		11	2	1	14
	17.11			1		1
	17.33	1	3	2	1	7
	18.67		1	1		2
	18.78	1				1
	20.00			2		2
	20.22		4	3		7
	23.33				1	1
Total		14	55	23	8	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	99.538	81	.079
Likelihood Ratio	91.734	81	.195
Linear-by-Linear Association	11.207	1	.001
N of Valid Cases	100		

a. 111 cells (99.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

assurance * Penghasilan

Crosstab Count

		Penghasilan				Total
		<Rp 750.000,0	Rp 750.000,0 - Rp 1.500.000,0	Rp 1.500.001,00 - Rp 2.250.000,00	> Rp 2.250.000,00	
assurance	5.44	1	1	1		3
	6.22		2			2
	7.11	3	2			5
	7.78			1		1
	8.00		1			1
	8.56	1				1
	8.89		1			1
	9.00	3	4	1		8
	9.78		2	1		3
	10.00		2	1		3
	10.67	1	1			2
	11.00	1	2	1		4
	11.11	1	3	2	1	7
	12.22		2			2
	13.33		2			2
	13.44	1	3	4		8
	14.44		1			1
	14.67		3	1	1	5
	15.56			1		1
	15.89		2	2	1	5
	16.00	3	4	5	2	14
	17.11			1		1
	17.33	1	2	2	2	7
	18.67			1	1	2
	18.78	1				1
	20.00			2		2
	20.22		1	6		7
	23.33		1			1
Total		17	42	33	8	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	77.216	81	.598
Likelihood Ratio	80.757	81	.487
Linear-by-Linear Association	14.572	1	.000
N of Valid Cases	100		

a. 111 cells (99.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.



Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
emphaty * Pendidikan	100	96.2%	4	3.8%	104	100.0%
emphaty * Pekerjaan	100	96.2%	4	3.8%	104	100.0%
emphaty * Penghasilan	100	96.2%	4	3.8%	104	100.0%

emphaty * Pendidikan

Crosstab Count

		Pendidikan			Total	
		SD	SLTP	SLTA		Perguruan Tinggi
		emphaty	7.11			
	9.00				1	
	10.00				1	
	11.00				2	
	11.11		1		4	
	12.00				1	
	12.22				5	
	13.33				3	
	13.44		1		9	
	14.44				1	
	14.67	1			10	
	15.89				4	
	16.00		1		20	
	17.33				9	
	18.67				1	
	18.78	1	5	3	7	
	20.22		1	3	1	
	21.78	1	1		1	
	23.33				2	
Total		3	10	44	43	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	54.195	54	.467
Likelihood Ratio	56.804	54	.371
Linear-by-Linear Association	1.173	1	.279
N of Valid Cases	100		

a. 72 cells (94.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .03.

emphaty * Pekerjaan

Crosstab
Count

		Pekerjaan				Total
		Pelajar/Mhs	Swata	Pegawai Negeri	TNI/POLRI	
emphaty	7.11	1		1		2
	9.00		1			1
	10.00				1	1
	11.00			2		2
	11.11		3	1		4
	12.00		1			1
	12.22	2	1	2		5
	13.33		2	1		3
	13.44	4	5			9
	14.44		1			1
	14.67		4	4	2	10
	15.89		2	1	1	4
	16.00	4	12	3	1	20
	17.33	1	5	1	2	9
	18.67		1			1
	18.78	1	11	4		16
	20.22	1	1	2	1	5
	21.78		3			3
	23.33		2	1		3
Total		14	55	23	8	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	60.378	54	.256
Likelihood Ratio	60.197	54	.262
Linear-by-Linear Association	.050	1	.823
N of Valid Cases	100		

a. 73 cells (96.1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

emphaty * Penghasilan

Crosstab
Count

		Penghasilan				Total
		<Rp 750.000,0 0	Rp 750.000,0 0 - Rp 1.500.000, 00	Rp 1.500.001, 00 - Rp 2.250.000, 00	> Rp 2.250.000, 00	
emphaty	7.11	1		1		2
	9.00			1		1
	10.00	1				1
	11.00		1		1	2
	11.11	1	1	2		4
	12.00		1			1
	12.22	1	4			5
	13.33			3		3
	13.44	3	4	2		9
	14.44				1	1
	14.67	1	7	1	1	10
	15.89		3	1		4
	16.00	2	8	8	2	20
	17.33	1	2	6		9
	18.67				1	1
	18.78	4	3	7	2	16
	20.22	1	3	1		5
	21.78	1	2			3
	23.33		3			3
Total		17	42	33	8	100

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2- sided)
Pearson Chi-Square	75.357	54	.029
Likelihood Ratio	68.064	54	.094
Linear-by-Linear Association	.038	1	.846
N of Valid Cases	100		

a 72 cells (94.7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .08.

TABEL KORELASI PEARSON PRODUCT MOMENT
PADA α 5 %

N	2-tailed	1-tailed	N	2-tailed	1-tailed	N	2-tailed	1-tailed
3	0.99692	0.98769	53	0.27040	0.22824	103	0.19365	0.16298
4	0.95000	0.90000	54	0.26787	0.22607	104	0.19271	0.16218
5	0.87834	0.80538	55	0.26540	0.22397	105	0.19179	0.16140
6	0.81140	0.72930	56	0.26301	0.22193	106	0.19088	0.16063
7	0.75449	0.66944	57	0.26068	0.21994	107	0.18998	0.15987
8	0.70673	0.62149	58	0.25841	0.21800	108	0.18909	0.15912
9	0.66638	0.58221	59	0.25619	0.21611	109	0.18822	0.15838
10	0.63190	0.54936	60	0.25404	0.21427	110	0.18736	0.15765
11	0.60207	0.52140	61	0.25193	0.21248	111	0.18651	0.15693
12	0.57598	0.49726	62	0.24988	0.21073	112	0.18567	0.15622
13	0.55294	0.47616	63	0.24788	0.20902	113	0.18484	0.15552
14	0.53241	0.45750	64	0.24592	0.20736	114	0.18402	0.15483
15	0.51398	0.44086	65	0.24401	0.20573	115	0.18322	0.15415
16	0.49731	0.42590	66	0.24214	0.20414	116	0.18242	0.15348
17	0.48215	0.41236	67	0.24032	0.20259	117	0.18164	0.15281
18	0.46828	0.40003	68	0.23853	0.20107	118	0.18086	0.15216
19	0.45553	0.38873	69	0.23679	0.19959	119	0.18010	0.15151
20	0.44376	0.37834	70	0.23508	0.19814	120	0.17934	0.15087
21	0.43286	0.36874	71	0.23341	0.19671	121	0.17860	0.15024
22	0.42271	0.35983	72	0.23178	0.19532	122	0.17786	0.14962
23	0.41325	0.35153	73	0.23017	0.19396	123	0.17713	0.14900
24	0.40439	0.34378	74	0.22861	0.19263	124	0.17641	0.14840
25	0.39607	0.33652	75	0.22707	0.19132	125	0.17570	0.14780
26	0.38824	0.32970	76	0.22556	0.19004	126	0.17500	0.14720
27	0.38086	0.32328	77	0.22408	0.18879	127	0.17431	0.14662
28	0.37389	0.31722	78	0.22263	0.18756	128	0.17362	0.14604
29	0.36728	0.31149	79	0.22121	0.18635	129	0.17295	0.14547
30	0.36101	0.30606	80	0.21982	0.18517	130	0.17228	0.14490
31	0.35505	0.30090	81	0.21845	0.18401	131	0.17161	0.14434
32	0.34937	0.29599	82	0.21711	0.18287	132	0.17096	0.14379
33	0.34396	0.29132	83	0.21579	0.18175	133	0.17031	0.14324
34	0.33879	0.28686	84	0.21449	0.18065	134	0.16967	0.14270
35	0.33384	0.28259	85	0.21322	0.17957	135	0.16904	0.14217
36	0.32911	0.27852	86	0.21197	0.17851	136	0.16842	0.14164
37	0.32457	0.27461	87	0.21074	0.17747	137	0.16780	0.14112
38	0.32022	0.27086	88	0.20954	0.17644	138	0.16719	0.14060
39	0.31603	0.26727	89	0.20835	0.17544	139	0.16658	0.14009
40	0.31201	0.26381	90	0.20718	0.17445	140	0.16598	0.13959
41	0.30813	0.26048	91	0.20604	0.17348	141	0.16539	0.13909
42	0.30440	0.25728	92	0.20491	0.17252	142	0.16481	0.13859
43	0.30079	0.25419	93	0.20380	0.17158	143	0.16423	0.13810
44	0.29732	0.25121	94	0.20271	0.17065	144	0.16365	0.13762
45	0.29396	0.24833	95	0.20163	0.16974	145	0.16309	0.13714
46	0.29071	0.24555	96	0.20058	0.16885	146	0.16252	0.13666
47	0.28756	0.24286	97	0.19953	0.16797	147	0.16197	0.13620
48	0.28452	0.24026	98	0.19851	0.16710	148	0.16142	0.13573
49	0.28157	0.23773	99	0.19750	0.16624	149	0.16087	0.13527
50	0.27871	0.23529	100	0.19650	0.16540	150	0.16033	0.13482
51	0.27594	0.23292	101	0.19552	0.16457	151	0.15980	0.13437
52	0.27324	0.23062	102	0.19456	0.16375	152	0.15927	0.13392

TABEL DISTRIBUSI NILAI CHI SQUARE

DF	α					DF	α				
	0.005	0.01	0.025	0.05	0.1		0.005	0.01	0.025	0.05	0.1
1	7.87940	6.63489	5.02390	3.84146	2.70554	76	111.49537	107.58244	101.89920	97.35097	91.16615
2	10.59653	9.21035	7.37778	5.99148	4.60518	77	112.70374	108.77089	103.15808	98.48438	93.27017
3	12.83807	11.34488	9.34840	7.81472	6.25139	78	113.91069	109.95022	104.31587	99.61696	94.37351
4	14.86017	13.27670	11.14326	9.48773	7.77943	79	115.11631	111.14403	105.47269	100.74861	95.47617
5	16.74965	15.08632	12.83249	11.07048	9.23935	80	116.32093	112.32879	106.62854	101.87947	96.57820
6	18.54751	16.81187	14.44935	12.59158	10.64464	81	117.52396	113.51235	107.78340	103.00954	97.67956
7	20.27774	18.47532	16.01277	14.06713	12.01703	82	118.72615	114.69476	108.93728	104.13872	98.78034
8	21.95406	20.09016	17.53454	15.50731	13.36156	83	119.92696	115.87616	110.09018	105.26716	99.88045
9	23.58927	21.66605	19.02278	16.91896	14.68366	84	121.12618	117.05662	111.24222	106.39486	100.97497
10	25.18805	23.20929	20.48320	18.30703	15.98717	85	122.32441	118.23557	112.39332	107.52173	102.07894
11	26.75686	24.72502	21.92002	19.67515	17.27050	86	123.52182	119.41374	113.54358	108.64787	103.17727
12	28.29966	26.21696	23.33666	21.02606	18.54934	87	124.71757	120.59088	114.69288	109.77332	104.27302
13	29.81932	27.68818	24.73558	22.36203	19.81193	88	125.91228	121.76716	115.84147	110.89796	105.37226
14	31.31943	29.14116	26.11893	23.68478	21.06414	89	127.10598	122.94217	116.98902	112.02196	106.46890
15	32.80149	30.57795	27.48836	24.99580	22.30712	90	128.29868	124.11620	118.13591	113.14523	107.56501
16	34.26705	31.99986	28.84532	26.29622	23.54182	91	129.49018	125.28932	119.28197	114.26790	108.66059
17	35.71838	33.40872	30.19098	27.58710	24.76903	92	130.68118	126.46160	120.42703	115.38975	109.75561
18	37.15639	34.80524	31.52641	28.8932	25.98942	93	131.87050	127.63298	121.57141	116.51105	110.85013
19	38.58212	36.19077	32.85234	30.14351	27.20356	94	133.05892	128.80321	122.71516	117.63169	111.94419
20	39.99686	37.56627	34.16958	31.41042	28.41197	95	134.24656	129.97253	123.85798	118.75157	113.03767
21	41.40094	38.93223	35.47886	32.67056	29.61509	96	135.43274	131.14110	125.00014	119.87090	114.13068
22	42.79566	40.28945	36.78068	33.92446	30.81329	97	136.61885	132.30887	126.14142	120.93966	115.22322
23	44.18139	41.63833	38.07561	35.17246	32.00689	98	137.80297	133.47562	127.28209	122.01774	116.31532
24	45.55836	42.97978	39.36406	36.41503	33.19624	99	138.98692	134.64149	128.42193	123.22523	117.40668
25	46.92797	44.31401	40.64650	37.65249	34.38158	100	140.16971	135.80689	129.56125	124.34210	118.49800
26	48.28978	45.64104	41.92314	38.88513	35.56316	101	141.35093	136.97109	130.69963	125.45839	119.58867
27	49.64504	46.96284	43.19452	40.11327	36.74123	102	142.53186	138.13432	131.83753	126.57412	120.67687
28	50.99356	48.27817	44.46079	41.33715	37.91591	103	143.71207	139.29728	132.97462	127.68825	121.76883
29	52.33550	49.58783	45.72228	42.55695	39.08748	104	144.89139	140.45905	134.11115	128.80387	122.85796
30	53.67187	50.89218	46.97922	43.77295	40.25602	105	146.06932	141.62029	135.24698	129.91793	123.94686
31	55.00248	52.19135	48.23192	44.98534	41.42175	106	147.24684	142.78025	136.38208	131.03140	125.03534
32	56.32799	53.48566	49.48044	46.19424	42.58473	107	148.42374	143.93992	137.51671	132.14440	126.12343
33	57.64831	54.77545	50.72510	47.39990	43.74518	108	149.59948	145.09886	138.65057	133.25688	127.21104
34	58.96371	56.06085	51.96602	48.60236	44.90316	109	150.77413	146.25678	139.78389	134.36873	128.29832
35	60.27459	57.34199	53.20331	49.80183	46.05877	110	151.94816	147.41432	140.91649	135.48016	129.38315
36	61.58107	58.61915	54.43726	50.99848	47.21217	111	153.12150	148.57103	142.04860	136.59108	130.47155
37	62.88317	59.89256	55.66798	52.19229	48.36339	112	154.29478	149.72693	143.18007	137.70145	131.55780
38	64.18123	61.16202	56.89549	53.38351	49.51258	113	155.46661	150.88213	144.31097	138.81135	132.64330
39	65.47532	62.42809	58.12005	54.57224	50.65978	114	156.63721	152.03852	145.44131	139.92074	133.72856
40	66.76605	63.69077	59.34168	55.75849	51.80504	115	157.80760	153.19043	146.57104	141.02969	134.81348
41	68.05263	64.94998	60.56055	56.94240	52.94850	116	158.97716	154.34400	147.70020	142.13818	135.89900
42	69.33604	66.20629	61.77672	58.12403	54.09019	117	160.14593	155.49655	148.82884	143.24619	136.98217
43	70.61573	67.45929	62.99031	59.30352	55.23018	118	161.31422	156.64830	149.95690	144.35303	138.06599
44	71.89234	68.70964	64.20141	60.48090	56.36852	119	162.48140	157.79934	151.08438	145.46071	139.14945
45	73.16604	69.95990	65.41013	61.65622	57.50529	120	163.64848	158.95003	152.21133	146.56731	140.23256
46	74.43671	71.20150	66.61617	62.82961	58.64053	121	164.81390	160.10004	153.33736	147.67354	141.31533
47	75.70385	72.44317	67.82064	64.00113	59.77429	122	165.97970	161.24942	154.46373	148.77922	142.39771
48	76.96892	73.68256	69.02257	65.17076	60.90661	123	167.14392	162.39816	155.58927	149.88453	143.47981
49	78.23055	74.91939	70.22236	66.33865	62.03753	124	168.30830	163.54636	156.71412	150.98945	144.56158
50	79.48984	76.15380	71.42019	67.50481	63.16711	125	169.47120	164.69391	157.83843	152.09385	145.64294
51	80.74645	77.38601	72.61603	68.66932	64.29539	126	170.63374	165.84095	158.95236	153.19796	146.72400
52	82.00062	78.61563	73.80992	69.83216	65.42242	127	171.79614	166.98736	160.08581	154.30147	147.80484
53	83.25251	79.84336	75.00130	70.99343	66.54818	128	172.95717	168.13302	161.20875	155.40474	148.88525
54	84.50176	81.06878	76.19206	72.15321	67.67277	129	174.11844	169.27843	162.33111	156.50750	149.96538
55	85.74906	82.29198	77.38044	73.31148	68.79621	130	175.27909	170.42301	163.45307	157.60994	151.04519
56	86.99398	83.51355	78.56713	74.46829	69.91852	131	176.43766	171.56713	164.57458	158.71189	152.12471
57	88.23656	84.73265	79.75218	75.62372	71.03970	132	177.59634	172.71089	165.69567	159.81356	153.20389
58	89.47699	85.95015	80.93560	76.77778	72.15983	133	178.75508	173.85372	166.81623	160.91475	154.28281
59	90.71533	87.16583	82.11737	77.93049	73.27891	134	179.91252	174.99635	167.93628	162.01562	155.36145
60	91.95181	88.37943	83.29771	79.08195	74.39700	135	181.06947	176.13825	169.05602	163.11605	156.43974
61	93.18622	89.59122	84.47640	80.23209	75.51409	136	182.22667	177.27987	170.17517	164.21615	157.51773
62	94.41853	90.80150	85.65370	81.38098	76.63010	137	183.38246	178.42084	171.29399	165.31594	158.59548
63	95.64919	92.00989	86.82963	82.52872	77.74539	138	184.53771	179.56085	172.41237	166.41534	159.67295
64	96.87794	93.21670	88.00398	83.67524	78.85965	139	185.69235	180.70077	173.53031	167.51420	160.75008
65	98.10492	94.42200	89.17716	84.82064	79.97299	140	186.84651	181.84053	174.64778	168.61296	161.82599
66	99.33027	95.62559	90.34883	85.96494	81.08547	141	188.00044	182.97912	175.76487	169.71125	162.90357
67	100.55377	96.82768	91.51933	87.10804	82.19711	142	189.15334	184.11748	176.88149	170.80915	163.97995
68	101.77574	98.02832	92.68849	88.25017	83.30788	143	190.30600	185.25544	177.99785	171.90675	165.05602
69	102.99614	99.22741	93.85648	89.39119	84.41787	144	191.45850	186.39288	179.11372	173.00404	166.13179
70	104.21477	100.42505	95.02315	90.53126	85.52704	145	192.61018	187.52986	180.22907	174.10097	167.20736
71	105.43228	101.62144	96.18873	91.67026	86.63543	146	193.76097	188.66619	181.34410	175.19761	168.28263
72	106.64737	102.81634	97.35298	92.80827	87.74306	147	194.91123	189.80239	182.45884	176.29386	169.35768
73	107.86186	104.00977	98.51621	93.94533	88.84994	148	196.06172	190.93777	183.57307	177.38972	170.43241
74	109.07417	105.20193	99.67838	95.08146	89.95605	149	197.21136	192.07294	184.68688	178.48533	171.50694
75	110.28543	106.39285	100.83929	96.21668	91.06145	150	198.35987	193.20750	185.80037	179.59061	172.58118