

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH PT. BANK MANDIRI
CABANG GEJAYAN YOGYAKARTA**

SKRIPSI



ditulis oleh

Nama : Courageux de Adilien
Nomor Mahasiswa : 02311424
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2007**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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



Yogyakarta, 30 April 2007

Penulis



Courageux de Adilien

Analisis Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri
Cabang Gejayan Yogyakarta

Nama : Courageux de Adilien

Nomor Mahasiswa : 02311424

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran



Yogyakarta, 30 April 2007

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Albari', is written over a horizontal line. The signature is fluid and cursive.

Drs. Albari, M.Si

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Analisis Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan
Yogyakarta**

Disusun Oleh: COURAGEUX DE ADILIEN
Nomor mahasiswa: 02311424

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 13 Juni 2007

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

Penguji : Dra. Budi Astuti, M.Si

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



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

HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- Papi dan Mami yang selalu mencurahkan Do'a dan dukungan untuk keberhasilanku.
- Mas Andhree Vogta yang selalu membantu dan memberi semangat.
- Adik Dorothy Belleza yang kusayang.
- Kekasih-kekasihku yang juga selalu siap membantu dalam hal apapun.
- Sobat-sobatku yang telah memberikan semangat dan dorongannya.

MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak akan merubah keadaan suatu kaum,
sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri

(Ar-Ra'd, 13:11)

Para pemalas menggunakan *mood* sebagai alasan untuk tidak bertindak. Para
idealis bertindak mengendalikan *mood* untuk menghalau kemalasan

Seandainya semua orang memiliki kecerdasan yang sama dalam menulis, maka
kesabaranlah yang akan membuat engkau berbeda

Failure is a misfortune, but regret is a catastrophe

Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan. Maka apabila kamu telah
selesai (dari satu urusan), kerjakanlah sungguh-sungguh (urusan yang lain).

Hanya kepada Tuhanmu kamu berhadap

(Q.S Alam Nasyrah : 6-8)

ABSTRAK

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

Populasi yang diteliti adalah nasabah Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta yang sedang menabung di Bank Mandiri. Sampel yang digunakan 96 orang. Metode statistik yang digunakan adalah uji peringkat bertanda Wilcoxon dan uji beda jenjang Kruskal Wallis. Berdasarkan hasil uji Wilcoxon dari 20 atribut yang ditawarkan Bank Mandiri terdapat lima atribut yang terbukti secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya nilai kinerja pada kelima atribut tersebut tidak berbeda secara signifikan dengan harapan konsumen. Kepuasan tertinggi ada pada atribut tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah dengan gap sebesar 0,54 sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut transparansi dalam hasil pembukuan dengan gap sebesar 0,04. Pada pengujian Kruskal Wallis terdapat satu atribut menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

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

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

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

1. Allah SWT, yang selalu memberikan Rahmat, Hidayat dan Rizqi yang tak terhingga, jika bukan karena Ridho, Cinta dan Karunia-Nya apalah arti hidup ini.
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi, Drs. Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D.
3. Bpk. Drs. Albari, M.Si. selaku pembimbing skripsi.
4. Bapak dan ibu dosen, beserta seluruh staf akademik, staf tata usaha dan seluruh staf karyawan dilingkungan fakultas ekonomi Universitas Islam Indonesia.
5. Ucapan spesial kepada Papi dan Mami yang selalu memberi dorongan semangat, kasih sayang dan segenap perasaan cintanya untuk senantiasa membimbing penulis kearah yang diridhoi Allah SWT.
6. Spesial untuk kakakku Andhree Vogta Adilien dan Adikku Dorothy Belleza Adilien, *dunke* untuk semua nasehat dan bantuan juga doanya selama ini..... *Let's we achieve our dreams.*

7. Semua saudara-saudaraku (Mbah, PakDe&BuDe, PakLek&BuLek, Mas2 dan Adik2 Sepupu, yang telah banyak membantu baik secara *materi, education, spiritual, dan experience.....*) pastinya ucapan terimakasih ini tidak akan pernah cukup untuk membalas kebaikan saudara2ku semua....hanya doa yang bisa kujanjatkan untuk saudara2ku....semoga Allah SWT selalu memberikan berkah, rahmat, dan hidayah-Nya.
8. Seluruh anak-anak manajemen'02 yang setia bersama-sama berjuang untuk meraih cita-citanya masing-masing.
9. Teman-teman Organisasi LEM FE UII (kalian adalah ilmu yang kudapat diluar bangku kuliah, *keep idealism man.....*)
10. Sahabat-sahabat Jogja (Wan's, Katex&Nisa, Djayeng&Novi, Chungbuk, Bayu, Rival&Yusi, Ibnu, Jalu, Arif, Erwin, Randy, Bowo, Mondol, Zaky Onta&Wisnu, Yogas&Icha, Sarif, Tulus, Yoga, Jamal&Hana, Fajar&Eloq, Ira&Melda, Indoet&Sawitri, Rina&Eno, Arie&Ira kembar, Wind3y&QQ, Nia&Evi, Mantho, Adhit, Isa, Dani, Hagi, Samid, Nizar, dan masih banyak lagi..dan lagi...) *you are all my best friend*, akan sangat berarti bila kita kembali bertemu, berkumpul, bersatu, berbincang dan berseteru.
11. Sahabat-sahabat Jakarta (Muchlis, Jarot, Novri, Angela, Melinda, Dwie, Nurul, Agung, Tio, Opick, and more.....) Kecanggihan teknologi membuat kita tak berjarak lagi.....*salute* atas dukungan dan semangatnya.
12. Rekan-rekan Barista Kedai Kopi (Pepi, Ghani, Mantho, Ciandry, Yugo'1, Yugo'2, Hafidz, Desy, Arief, Jepe, Nicky, Okta, Ekill, Sawit, Willya, Rino, Widya, Cumi, Tiwi, Ester, dan barista semua angkatan) kalian adalah bagian dari cerita perjalanan hidupku.....
13. Teman-teman KKN SL-14 (Gori, Fina, Ety, Pandu, Hendi, Dema, Ajie, Acay, Ika, Dwi, Nana, Ari.....beserta keluarga PakDukuh dan seluruh warga Jetis Caturharjo Sleman yang telah banyak membantu dalam mensukseskan program2 KKN).

14. Nisa, Shala, Dee, Ira, Nia, Dian, Eno, Dwie, Windy, Wiet, Fina, Arie, Arum.....*you'r my inspiration...(i'll always miss u..)*
-
15. Rekan-rekan seperjuangan yang tergabung dalam Marketing View, Kejora Book Education, Teammates Coffee Indonesia, Recall Magz, Quick Band, and CashFlow Band..... (kalian semua adalah guru terbaikku, karena pepatah mengatakan *experience is the best teacher...*)
16. Dan semua temen-temen yang lain yang tidak bisa disebutkan satu-satu, karena begitu banyak kenangan terindah dari kalian, seandainya kertas persembahan pengantar ini cukup, akan kutulis dan kukomentari satu persatu, hanya untuk kalian yang telah memberi warna dalam hidupku di Jogja yang penuh damai dan cinta.

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

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 30 April 2007



Courageux de Adilien

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Sampul Depan Skripsi.....	i
Halaman Judul.....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi.....	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....	v
Halaman Persembahan.....	vi
Motto.....	vii
Abstrak.....	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	xii
Daftar Tabel.....	xvi
Daftar Gambar.....	xvii
Daftar Lampiran.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Pengertian Pemasaran.....	8
2.2.1 Manajemen Pemasaran.....	10
2.2.2 Konsep Pemasaran.....	11
2.3 Pemasaran Jasa.....	14
2.3.1 Pengertian Jasa.....	13
2.3.2 Karakteristik Jasa.....	15
2.3.3 Dimensi Pokok Jasa.....	15
2.3.4 GAP Kualitas Jasa.....	16
2.4 Pengertian Kepuasan Konsumen.....	18
2.4.1 Karakteristik Konsumen.....	21
2.4.2 Konsep Kepuasan Konsumen.....	22
2.4.3 Pengertian Harapan dan Kinerja.....	23
2.4.4 Komplain Ketidakpuasan Konsumen.....	25
2.4.5 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	26
2.5 Kerangka Pemikiran.....	28
2.6 Hipotesis Penelitian.....	29

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian.....	30
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	30
3.3 Sumber Data.....	33

3.3.1 Data Primer.....	34
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	35
3.4.1 Uji Validitas.....	36
3.4.2 Uji Reliabilitas.....	37
3.5 Populasi dan Sampel.....	38
3.5.1 Populasi.....	38
3.5.2 Sampel.....	38
3.6 Metode Analisis Data.....	40
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	40
3.6.2 Analisis Statistik.....	40
a. Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon.....	40
b. Uji Beda Jenjang Kruskal Wallis.....	41
 BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Uji Instrumen Penelitian.....	43
4.1.1 Uji Validitas.....	43
4.1.2 Uji Reliabilitas.....	45
4.2 Analisis Deskriptif.....	46
4.3 Analisis Kuantitatif.....	52
4.3.1 Analisis Gap dan Uji Bertanda Wilcoxon	52
4.3.2 Uji Beda Jenjang Kruskal-Wallis.....	57
4.4 Pembahasan dan Implikasi.....	67

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....71

5.2 Saran.....73

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Hasil uji validitas.....	44
4.2 Hasil uji reliabilitas.....	45
4.3 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	46
4.4 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	47
4.5 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan.....	48
4.6 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	49
4.7 Karakteristik responden berdasarkan penghasilan.....	50
4.8 Karakteristik responden berdasarkan status nasabah.....	51
4.9 Hasil pengujian Wilcoxon Rank Test.....	53
4.10 Hasil pengujian Kruskal-Wallis Test.....	59

DAFTAR GAMBAR

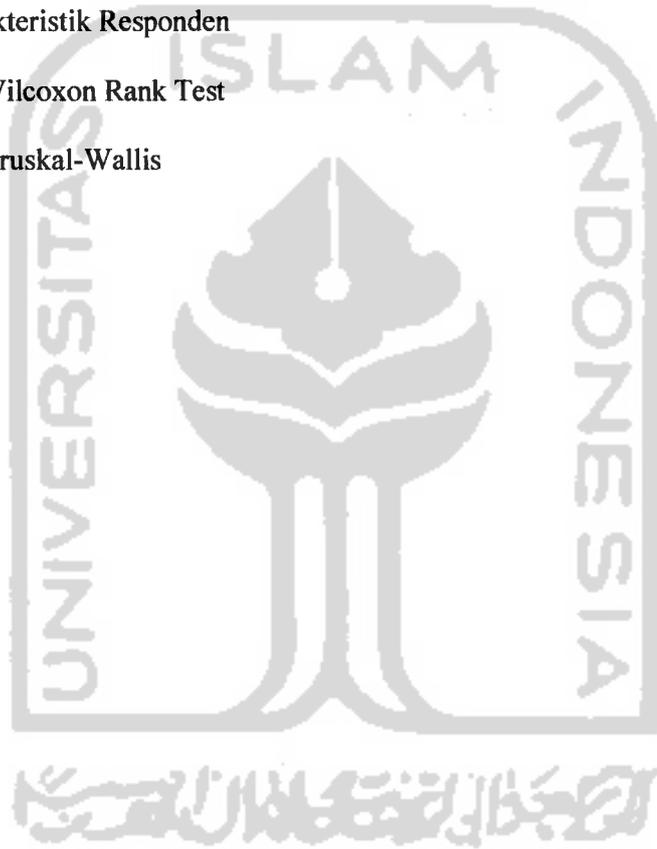
Gambar	Halaman
2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	22
2.2 Kerangka Pemikiran.....	28



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- I Kuesioner
- II Rekapitulasi data penelitian
- III Uji Validitas dan Reliabilitas
- IV Karakteristik Responden
- V Uji Wilcoxon Rank Test
- VI Uji Kruskal-Wallis



BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Analisis Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan
Yogyakarta**

Disusun Oleh: COURAGEUX DE ADILIEN
Nomor mahasiswa: 02311424

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
Pada tanggal : 13 Juni 2007

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

Penguji : Dra. Budi Astuti, M.Si

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



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

ABSTRAK

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

Populasi yang diteliti adalah nasabah Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta yang sedang menabung di Bank Mandiri. Sampel yang digunakan 96 orang. Metode statistik yang digunakan adalah uji peringkat bertanda Wilcoxon dan uji beda jenjang Kruskal Wallis. Berdasarkan hasil uji Wilcoxon dari 20 atribut yang ditawarkan Bank Mandiri terdapat lima atribut yang terbukti secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya nilai kinerja pada kelima atribut tersebut tidak berbeda secara signifikan dengan harapan konsumen. Kepuasan tertinggi ada pada atribut tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah dengan gap sebesar 0,54 sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut transparansi dalam hasil pembukuan dengan gap sebesar 0,04. Pada pengujian Kruskal Wallis terdapat satu atribut menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan kepuasan konsumen berdasarkan karakteristik konsumen.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Didalam kehidupan ekonomi perbankan dunia usaha khususnya industri keuangan dan perbankan semakin menampakkan perubahan yang sangat pesat. Hal ini disebabkan karena adanya persaingan yang sangat ketat dalam dunia perbankan sehingga mendorong para pengembang usaha perbankan untuk mengembangkan ide dan strategi kreatif dalam menciptakan inovasi baru dalam mencapai kepuasan nasabah. Di sinilah perlunya sebuah bank untuk meningkatkan mutu kualitas pelayanannya agar konsumen bisa dipertahankan sehingga tetap setia untuk tidak berpindah ke bank lain.

Sejalan dengan perkembangan dunia perbankan di Indonesia yang semakin pesat, di sisi lain pertumbuhan penduduk yang cukup tinggi merupakan pasar yang baik bagi dunia perbankan dalam memasarkan produknya. Jumlah penduduk yang terus bertambah membuka pasar permintaan akan barang dan jasa. Dalam bidang jasa perbankan, Bank Mandiri merupakan salah satu bank pemerintah yang berdiri pada tanggal 2 Oktober 1998. Bank Mandiri adalah hasil merger dari 4 (empat) Bank Pemerintah yaitu: Bank Bumi Daya (BBD), Bank Dagang Negara (BDN), Bank Ekspor Impor Indonesia (BEII) dan Bank Pembangunan Indonesia (BAPINDO).

Penggabungan ke-empat bank tersebut, menjadikan Bank Mandiri sebagai bank yang terbesar di Indonesia, baik dari segi aset, pinjaman dan deposito,

maupun jumlah kantor cabang, dan sejalan dengan tuntutan jaman, Bank Mandiri terus berupaya untuk menciptakan tim manajemen yang tangguh dan profesional yang beroperasi dengan prinsip standar internasional: Governance, Control dan Compliance. Bank Mandiri diawasi oleh Komisaris yang diangkat oleh Departemen Keuangan Republik Indonesia. Adapun jajaran tertinggi dari manajemen eksekutif adalah Dewan Direksi, yang dipimpin oleh seorang Presiden Direktur.

Harapan pelanggan diyakini memiliki peranan yang besar dalam menentukan kepuasan pelanggan. Menurut Zeithml (1993), harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standart atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Semakin diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing, dimana kepuasan konsumen akan tercipta bila persepsi yang diberikan sama atau lebih dari harapan yang dimiliki konsumen. Dalam penelitian, konsumen memiliki perilaku yang berbeda antara satu nasabah dengan nasabah lain. Perbedaan itu muncul karena adanya perbedaan latar belakang yang didasarkan pada karakteristik nasabah mulai dari Gender, Penghasilan, Tingkat Pendidikan dan Pekerjaan.

Dengan mengetahui karakteristik nasabah, diharapkan pemilik bisnis perbankan dapat menjadikan hal ini sebagai acuan dalam menetapkan strategi dan kebijakan sesuai dengan segmen pasar yang ditujunya. Dengan demikian pemilik

bisnis perbankan akan berhasil dalam upaya memenuhi kebutuhan nasabahnya, sesuai dengan harapan dan dapat mencapai kepuasan konsumen. Dalam rangka mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan untuk memperluas pasar, evaluasi mengenai kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas jasa yang diberikan sangat penting dilakukan, sehingga perusahaan harus benar-benar memahami kualitas jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Adapun definisi kepuasan menurut Kotler (1994) adalah tingkat persaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk jasa atau perusahaan tertentu, konsumen pada umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Para pengusaha perbankan harus bisa mengetahui faktor – faktor apa saja yang menjadi tolok ukur konsumen dalam menilai kepuasannya. Ada beberapa faktor yang dapat digunakan dalam penilaian konsumen dalam jasa perbankan, seperti produk (*simpanan, pinjaman*), harga, kualitas pelayanan (*tangible/bukti fisik, reliability/kehandalan, responsivness/daya tanggap, assurance/jaminan, dan empathy/empati*), faktor emosional (*rasa aman dan kebanggan*), serta kemudahan. Definisi jasa menurut Kotler (1994) adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun, produknya bisa dan tidak bisa terkait pada suatu produk fisik.

Dipilihnya Bank Mandiri sebagai obyek penelitian ini karena bank ini merupakan satu-satunya bank di Jalan Gejayan yang tumbuh dengan baik, dengan

jumlah nasabah dan kreditur yang mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan karena Bank Mandiri Cabang Gejayan merupakan bank yang mengedepankan *customer service*, yang memiliki kemudahan untuk menjadi nasabah di Bank Mandiri Cabang Gejayan. Selain itu pinjaman yang ditawarkan kepada nasabah juga cukup menarik dan prosedurnya tidak berbelit-belit. Begitu juga dengan karyawan yang melayani nasabah selalu menjaga kerapihan dan kesopanan, bersedia mendengarkan keluhan nasabah, sehingga permasalahan-permasalahan nasabah terhadap bank ini cukup direspon oleh pihak bank, dan hal inilah yang menjadikan nasabah merasa bangga ketika memilih Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta.

Oleh karena itu berdasarkan deskripsi di atas tingkat kepuasan Bank Mandiri perlu dikaji ulang untuk menjamin peningkatan kualitas pelayanan yang berkelanjutan, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul "*Analisis Kepuasan Nasabah PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta*".

1.2. Rumusan Masalah

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

- a. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah menurut kinerja dan harapan yang di berikan oleh PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta.
- b. Adakah perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta berdasarkan karakteristik nasabah.

1.3. Tujuan Penelitian

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

- a. Menetapkan tingkat kepuasan nasabah menurut kinerja dan harapan yang di berikan oleh PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta.
- b. Menetapkan perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta berdasarkan karakteristik nasabah.

1.4. Manfaat Penelitian

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

a. Bagi Penulis

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

b. Bagi Bank Mandiri

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

c. Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai acuan bagi pihak lain.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Hasil Penelitian Terdahulu

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

Peneliti menggunakan uji Friedman untuk mengetahui ada atau tidak ada kepuasan nasabah berdasarkan harapan terhadap kinerja pelayanan yang diberikan. Hasilnya menunjukkan bahwa dari 100 orang responden yang mewakili populasi menyatakan bahwa atribut yang diujikan belum memberikan kepuasan, atau dengan kata lain responden tidak puas.

Peneliti juga menggunakan uji Kruskal-Wallis untuk mengetahui adanya perbedaan tingkat kepuasan berdasarkan karakteristik konsumen. Didapat kesimpulan bahwa responden cenderung merasakan ketidakpuasan pada atribut yang diuji.

Dari penelitian terdahulu yang telah dikemukakan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa tiap-tiap variabel independen yang mempengaruhi kepuasan konsumen memiliki keterkaitan yang signifikan dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen atas suatu produk barang atau jasa.

Semakin tinggi tingkat kepentingan dan kedudukan suatu variabel independen maka akan semakin menentukan faktor utama yang harus dipenuhi dalam pemuasan kebutuhan konsumen dan jika konsumen telah menilai bahwa variabel independen tersebut telah sesuai dengan harapan dan keinginan mereka maka secara otomatis konsumen akan merasa puas terhadap produk atau jasa yang telah mereka konsumsi.

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

Sedangkan perbedaan terletak pada objek penelitian dan indikator penelitian. Objek yang diteliti oleh Nur Isnawati adalah RSUD Ambarawa. Indikator yang diteliti adalah pelayanan bagian penerimaan pasien, dokter umum atau spesialis, bagian perawat, bagian keuangan, rasa makanan, variasi menu makanan, kelengkapan mebel minimal yang harus ada di ruang rawat inap, kondisi penerangan, persediaan air di toilet, tempat ibadah, kelengkapan pertokoan, dan tempat parkir.

Pada penelitian ini penulis mengambil objek PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta dengan menggunakan indikator-indikator yang meliputi; pelayanan yang digunakan, fasilitas fisik yang dimiliki, kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan cepat, akurat, bebas dari kesalahan dan memuaskan, kesediaan para karyawan untuk menanggapi

dengan segera apa yang dibutuhkan dan diinginkan nasabah, jaminan keahlian yang dimiliki oleh para karyawannya, dan kemudahan untuk melakukan hubungan secara pribadi, kekeluargaan dalam batas menjunjung etika profesi, serta komunikasi yang baik, perhatian pribadi, mengenal nama dengan baik, memahami kebutuhan nasabah, mau mengerti dan mendengarkan masalah-masalah yang sedang dihadapi nasabah.

2.2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan mendapatkan laba. Pada umumnya, dalam pemasaran perusahaan berusaha menghasilkan laba dari penjualan barang dan jasa yang diciptakan untuk memenuhi kebutuhan pembeli. Dalam kegiatan ini perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usaha tersebut terus berjalan atau adanya pandangan yang baik dari konsumen terhadap perusahaan untuk dapat memahami bagaimana pemasaran jasa itu perlu diketahui terlebih dahulu pengertian pemasaran itu sendiri. Seperti yang dikemukakan Kotler dan Armstrong (2001) dalam bukunya bahwa definisi pemasaran sebagai :

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

Atau dalam bukunya manajemen pemasaran (Kotler, 1993) pemasaran didefinisikan sebagai:

“Suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, penawaran dan mempertukarkan produk-produk yang bernilai”.

Definisi pemasaran Menurut Stanton (dalam Umar, 2002) adalah

“Suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan pembeli, baik aktual maupun yang potensial”.

Nitisemito (2002) dalam buku marketing:

“Pemasaran adalah semua kegiatan yang bertujuan untuk memperlancar arus barang dan jasa dari produsen ke konsumen dengan cara yang paling efisien dengan maksud untuk menciptakan permintaan yang efektif”.

Dari pengertian-pengertian diatas dapat diambil kesimpulan bahwa pemasaran merupakan interaksi dari berbagai kegiatan usaha, seperti menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan memuaskan konsumen.

2.2.1 Manajemen pemasaran

Manajemen pemasaran menurut Kotler (1992) adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penentuan harga, promosi, dan distribusi ide-ide, barang-barang, jasa-jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan tujuan-tujuan organisasi.

Dijelaskan oleh William J. Starton (1989) bahwa manajemen pemasaran telah berevolusi melalui empat tahap perkembangan. Keempat tahap perkembangan tersebut adalah :

1. Tahap orientasi produksi

Pada tahap pertama ini, perusahaan berorientasi pada produksi, penjualan dilakukan oleh bagian penjualan dengan harga ditentukan oleh eksekutif dan keuangan. Konsep yang dianut adalah *product concept*. *Product concept* menyatakan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menawarkan mutu, performansi, dan ciri - ciri yang terbaik. Usaha dipusatkan pada produk agar selalu baik dan terus - menerus disempurnakan.

2. Tahap orientasi penjualan

Pada tahap ini, perusahaan berorientasi pada penjualan. Hasil kerja dalam penjualan diukur dari volume penjualan, bukan dari laba pemasaran. Konsep yang dianut adalah *sales concept*, yang berpendapat bahwa organisasi harus melaksanakan upaya penjualan dan promosi agresif kepada konsumen.

3. Tahap orientasi pemasaran

Fokus perhatian pada konsep ini adalah pemasaran yang terintegrasi terhadap masing – masing operasi. Konsep yang dianut adalah *marketing concept*, yang menyebutkan bahwa kunci mencapai tujuan organisasi adalah penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan secara efektif dengan tanggung jawab sosial.

4. Tahap orientasi manusia dan tanggung jawab sosial

Pada tahap ini perusahaan berorientasi pada masyarakat. Perusahaan harus menanggapi cara - cara dan kebiasaan - kebiasaan *societal marketing concept*, yaitu pemasaran yang dikaitkan dengan masalah penciptaan dan penyampaian kualitas hidup yang lebih baik.

2.2.2 Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Konsep pemasaran mengajarkan bahwa kegiatan pemasaran suatu pemasaran harus dimulai dengan usaha mengenal dan memuaskan keinginan dan kebutuhan dari konsumen. Kemudian perusahaan merumuskan dan menyusun suatu kombinasi dari kebijaksanaan produk, harga, promosi dan distribusi setepat - tepatnya agar kebutuhan para konsumennya dapat dipenuhi secara memuaskan.

“Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuas kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan.” (Basu Swasta, T. Hani Handoko, 1997)

Tiga unsur pokok konsep pemasaran adalah :

1. Orientasi pada konsumen

Perusahaan yang benar - benar ingin memperhatikan konsumen harus :

- a. Menentukan kebutuhan pokok pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi.
- b. Menentukan kelompok pembeli yang akan dijadikan sasaran penjualan.
- c. Menentukan produk dan produk pemasarannya.
- d. Mengadakan penelitian pada konsumen untuk mengukur, menilai dan menaksir keinginan, sikap, serta perilaku mereka.
- e. Menentukan dan melaksanakan strategi pemasaran yang paling baik.

2. Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral

Mengandung arti bahwa setiap orang dan setiap bagian dalam perubahan turut serta dalam suatu usaha yang terkoordinir untuk memberi kepuasan konsumen sehingga tujuan perusahaan dapat direalisasikan. Selain itu harus terdapat juga penyesuaian dan koordinasi antara produk, harga, saluran distribusi dan promosi untuk menciptakan hubungan atau pertukaran yang kuat dengan konsumen.

3. Kepuasan konsumen

Faktor yang akan menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mendapatkan laba, ialah banyak sedikitnya kepuasan konsumen yang dapat dipenuhi. Ini tidaklah berarti bahwa perusahaan harus

berusaha memaksimalkan kepuasan konsumen, tetapi perusahaan harus mendapatkan laba dengan cara memberikan kepuasan kepada konsumen.

Dewasa ini dengan semakin berkembangnya masyarakat dan teknologi telah menyebabkan konsep pemasaran juga mengalami perkembangan, perusahaan dituntut untuk tidak hanya berorientasi pada konsumen saja tetapi juga harus berorientasi pada masyarakat. Konsep ini disebut pemasaran sosial (*social marketing concept*). (Basu wasta, T. Hani Handoko 1997), yang berpendapat bahwa tugas organisasi adalah menentukan kebutuhan, keinginan dan kepentingan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang dihadapkan dengan cara yang lebih efektif dan efisien dengan tetap melestarikan dan meningkatkan kesejahteraan konsumen dan masyarakat.

Konsep pemasaran sosial mengajak para pemasar untuk membuat keseimbangan antara tiga pertimbangan, yaitu laba perusahaan, pemuasan keinginan konsumen dan kepentingan masyarakat. Pada awalnya perusahaan mendasarkan keputusan pemasaran hanya pada perhitungan laba yang akan diperoleh, tetapi saat ini lambat laun mereka mulai menyadari arti pentingnya memberikan kepuasan konsumen dalam jangka panjang dan akhirnya mulai memasukkan faktor kepentingan masyarakat dalam pengambilan keputusan.

2.3. Pemasaran Jasa

2.3.1. Pengertian Jasa

Manusia membutuhkan jasa yang mengurus hal - hal tertentu sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran.

Adapun definisi jasa menurut Philip Kotler (1997) adalah sebagai berikut :

“Setiap tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun, produksinya bisa dan bisa juga tidak terikat pada suatu periode fisik.”

Sedangkan Zeithaml dan Bitner (1996) mendefinisikan jasa sebagai berikut :

“Mencakup semua aktifitas ekonomi yang outputnya bukanlah produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, liburan, kecepatan dan kesehatan) yang secara prinsip intangible bagi pembeli pertamanya.”

Jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut.

Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat bergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja yang ditawarkan oleh pihak produsen.

2.3.2. Karakteristik Jasa

Menurut Philip Kotler karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut :

1. *Intangible* (tidak berwujud)

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

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Pada umumnya jasa yang diproduksi dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

3. *Variability* (bervariasi)

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

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

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

2.3.3 Dimensi Pokok Jasa

Zeithaml dan Bitner mengidentifikasi lima dimensi pokok yang berkaitan dengan kualitas jasa, yaitu: (Yazid, 1999)

1. Bukti langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.

2. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
4. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu - raguan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2.3.4 GAP Kualitas Jasa

Masalah utama dari keberhasilan perusahaan jasa adalah bagaimana perusahaan jasa dapat mengelola jasa yang sesuai dengan prinsip manajemen yang melibatkan unsur-unsur pemasaran, operasi dan juga sumber daya

manusia. Sehingga perusahaan jasa harus dapat memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya. Hal ini dapat dilakukan dengan memenuhi harapan dari pelanggan yang dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, kabar dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa. Apabila jasa yang dirasakan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan maka pelanggan cenderung akan menggunakan kembali penyedia jasa tersebut.

Oleh karena itu Berry dan Zeithaml mengemukakan sebuah model kualitas jasa yang menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan. Dalam hal ini ada lima *gap* yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan yaitu :

1. Gap 1 (Gap persepsi manajemen) yaitu adanya perbedaan antara harapan-harapan konsumen dengan persepsi manajemen terhadap harapan-harapan konsumen. Kesenjangan ini terjadi karena kurang efektifnya komunikasi ke atas di dalam organisasi penyelenggara pelayanan, kurangnya riset pemasaran serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.
2. Gap 2 (Gap persepsi kualitas), yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan ini terjadi karena tidak memudahinya komitmen manajemen terhadap standarisasi tugas dan tidak adanya penyusunan tujuan.

3. Gap 3 (Gap penyampaian pelayanan), yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyerahan jasa. Kesenjangan ini disebabkan oleh faktor-faktor (1) *Abiquitas* peran (2) Konflik peran, (3) Kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakan, (4) Kesesuaian teknologi yang digunakan, (5) Sistem pengendalian dari atasan, (6) *Perceive control*, yaitu sejauh mana pegawai merasakan kebebasan untuk menentukan cara pelayanan, (7) Team word, yaitu sejauh mana pegawai manajemen merumuskan tujuan bersama di dalam merumuskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu.
4. Gap 4 (Gap komunikasi pasar), yaitu perbedaan persepsi antara jasa dan komunikasi eksternal. Kesenjangan ini sering terjadi karena : (1) Tidak memudahinya komunikasi horizontal dan (2) Adanya kecenderungan untuk memberikan janji yang berlebihan.
5. Gap 5 (Gap kualitas pelayanan), yaitu perbedaan antara jasa yang dirasakan dengan jasa yang diharapkan oleh pelanggan. Kesenjangan ini dapat dirasakan oleh pelanggan dari orang lain, pengalaman masa lalu dan ketidaksesuaian dengan keutuhannya.

2.4 Pengertian Kepuasan Konsumen

Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah pencapaian laba dan kepuasan konsumen. Tidak ada gunanya menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas kalau tidak dapat menciptakan dan mempertahankan konsumen. Mempertahankan konsumen artinya mengharapkan konsumen melakukan

pembelian ulang atas produk dan jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul dikemudian hari. Untuk menciptakan pembelian ulang tentunya perusahaan harus memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Kepuasan adalah “persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya” (Irawan,D, 2002).

Menurut William J. Stanton (dalam Nugroho J, Setiadi, 2003) definisi persepsi adalah: “Makna yang kita pertalikan berdasarkan pengalaman masa lalu, stimuli (rangsangan – rangsangan) yang kita terima melalui lima indera”. Webster (1993) mendefinisikan persepsi sebagai “proses bagaimana stimuli – stimuli itu diseleksi, diorganisasi, dan diinterpretasikan”.

Pelanggan adalah setiap individu/organisasi yang berinteraksi secara langsung atau tidak langsung dengan kita untuk mendapatkan barang atau jasa. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli atau hasil evaluasi membandingkan apa yang dirasakan dengan apa yang diharapkan” (Zulian Yamit, 2001).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan

harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggan. Ada lima elemen penting dalam konsep kepuasan pelanggan, yaitu:

1. *Expectation*: hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen sebenarnya diawali selama tahap sebelum pembelian, yaitu ketika konsumen menyusun harapan terhadap apa yang akan diterima konsumen dari produk/ jasa. Harapan ini akan terus muncul sampai tahap purna beli, terutama ketika konsumen mengkonsumsi produk/ jasa.
2. *Performance*: selama kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kinerja dan manfaat dari produk dan jasa secara aktual dilihat dari kepentingan konsumen.
3. *Comparison*: setelah mengkonsumsi, harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja aktual diperbandingkan konsumen.
4. *Confirmation/ Disconfirmation*, perbandingan ini menghasilkan penegasan dari harapan konsumen (ketika harapan sama dengan kinerja) atau tidak adanya penegasan harapan (ketika kinerja lebih besar/ lebih kecil dari harapannya).
5. *Discrepancy*, jika tingkat kinerja tidak sama, pengukuran ketidaksamaan menunjukkan kinerja aktual ada di bawah tingkat harapan. Semakin besar ketidaksesuaian terjadi, maka semakin besar ketidakpuasan konsumen.

2.4.1 Karakteristik Konsumen

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

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

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

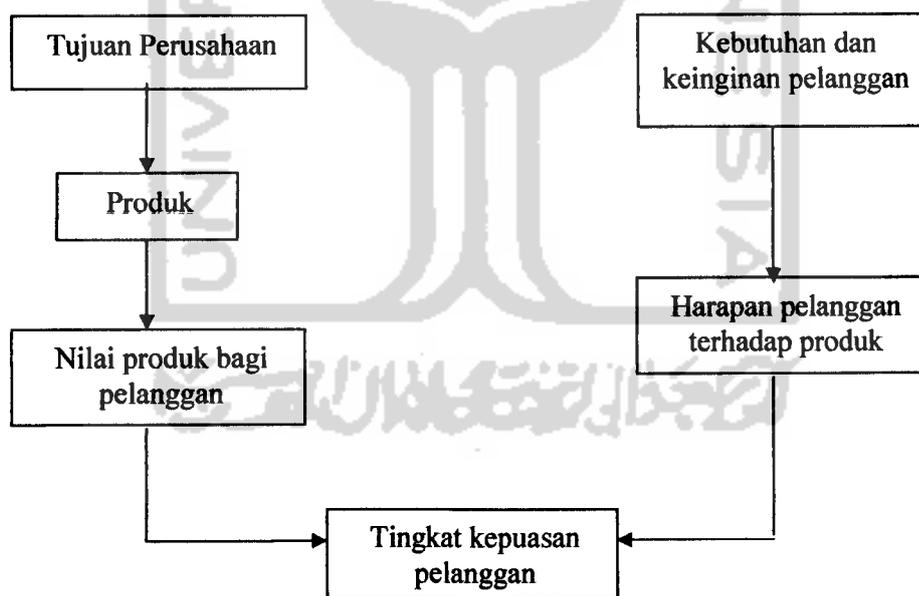
Mata pencaharian seseorang mempunyai ukuran penghasilan dan pembelanjaan mereka. Suatu pemahaman atas tipe-tipe pekerjaan memberikan pandangan pada kebutuhan konsumen. Pergantian pekerjaan menyebabkan perubahan-perubahan pada perilaku pembelajaran dan ada saat pekerja tersebut berganti pekerjaan, maka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

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

2.4.2 Konsep Kepuasan Konsumen

Konsep kepuasan konsumen dapat dilihat pada gambar berikut ini :

(Fandy Tjiptono , 1995)



Gb 2.1 : Konsep Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan pada gambar diatas, kepuasan ditentukan oleh harapan seseorang terhadap suatu kinerja atau kualitas. Kualitas memberikan suatu dorongan yang erat kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan, sedangkan kinerja memberi definisi pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan.

2.4.3 Pengertian Harapan dan Kinerja

Harapan pelanggan diyakini mempunyai peran yang besar dalam menentukan kepuasan pelanggan. Menurut Zeithaml (1993), harapan pelanggan merupakan keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Dalam mengevaluasi, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai acuan. Dengan demikian harapanlah yang melatar belakangi dua arah pada industri yang sama dapat di nilai berbeda oleh pelanggannya. Pengertian ini didasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standar prediksi, namun ada pula yang menjadikan standar ideal.

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

Dalam rangka mengukur kepuasan konsumen, maka harapan terhadap jasa kinerja dan kinerja jasa dapat dievaluasi dari lima dimensi pokok yang

berkaitan dengan kinerja jasa, meliputi; *responsiveness* (daya tanggap), *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (perhatian) dan *tangibles* (kemampuan fisik). (Tjiptono, 1995)

Kinerja merupakan evaluasi konsumen setelah menggunakan produk barang atau jasa. Definisi kinerja jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Oleh karena itu, bila pelanggan menganggap jasa yang diterimanya mempunyai kinerja yang baik, maka pelanggan tersebut akan merasakan kepuasan seiring dengan kualitas jasa yang diterimanya.

Definisi kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang di beli. Kinerja perusahaan yang tinggi dan pelayanan yang di berikan oleh suatu perusahaan jasa merupakan faktor terpenting bagi kepuasan nasabah. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang di anggap penting oleh nasabah agar mereka puas sesuai dengan harapannya.

Kinerja mempunyai hubungan erat dengan kepuasan pelanggan. Kinerja yang baik memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan serta kebutuhan pelanggan. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara memaksimalkan

kepuasan pelanggan yang menyenangkan atau meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

2.4.4 Komplain Ketidakpuasan Konsumen

Konsumen yang merasa tidak puas akan jasa yang diterima ada yang mendiamkan tetapi ada pula yang *complain*. Berkaitan dengan hal ini ada tiga tanggapan atau *complain* terhadap ketidakpuasan : (Fandy Tjiptono, 1997)

1. *Voice Response*

Meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung atau meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan maupun distributornya. Bila konsumen melakukan hal ini, perusahaan masih mungkin memperoleh beberapa manfaat. Pertama, konsumen memberikan kesempatan sekali lagi kepada perusahaan tersebut untuk memuaskan mereka. Kedua, resiko publisitas dapat ditekan, dan memberikan masukan mengenai kekurangan pelayanan yang perlu diperbaiki. Melalui perbaikan itu perusahaan dapat memelihara hubungan baik dan loyalitas pelanggan.

2. *Private response*

Tindakan yang dilakukan antara lain memperingatkan atau memberi tahu teman, keluarga atau sahabat mengenai pengalamannya tentang jasa bersangkutan. Umumnya tindakan ini sering dilakukan dan dampaknya sangat besar bagi eksternal perusahaan:

3. *Third party response*

Tindakan yang dilakukan meliputi usaha meminta ganti rugi secara hukum, mengadu lewat media massa (misal menulis surat pembaca atau secara langsung mendatangi lembaga konsumen, instansi hukum, dsb). Hal ini terjadi jika perusahaan tidak memberi pelayanan yang baik terhadap konsumennya atau perusahaan tidak memiliki prosedur penanganan keluhan yang baik. Kadang konsumen menyebarkan keluhan mereka kepada masyarakat luas, karena secara psikologis akan lebih memuaskan. Lagi pula mereka merasa yakin akan mendapatkan tanggapan yang lebih cepat dari perusahaan yang bersangkutan.

Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik pada pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan.

2.4.5 Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Kotler mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan:

1. Sistem keluhan atau saran

Setiap organisasi yang berorientasi pelanggan (*Customer Oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan bisa berupa kotak saran yang biasa ditempatkan di tempat -

tempat strategis, menyediakan kartu komentar yang bisa langsung diisi atau dikirim lewat pos, dan layanan konsumen dengan fasilitas telepon bebas pulsa. Informasi - informasi tersebut dapat memberikan ide - ide baru dan masukan berharga sehingga memungkinkan perusahaan untuk bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah - masalah yang timbul.

2. Survei kepuasan pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan dengan metode ini dapat dilakukan dengan cara :

a. *Directly reported satisfaction*

Pengukurannya dengan menanyakan secara langsung melalui pertanyaan seperti seberapa puas pelanggannya dengan menggunakan skala sangat puas, puas, netral, tidak puas, sangat tidak puas.

b. *Derived satisfaction*

Pertanyaan yang diajukan meliputi 2 hal utama yaitu besarnya harapan terhadap atribut dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c. *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan kedua, saran - saran untuk melakukan perbaikan.

d. *Importence performance analisys*

Responden diminta untuk merangking berbagai elemen dari kinerja perusahaan berdasarkan derajat kepentingannya elemen tersebut.

Responden juga diminta untuk merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing - masing elemen tersebut.

3. *Ghost Shopping*

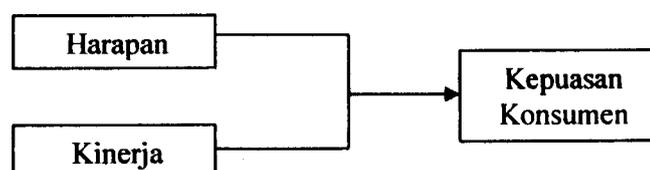
Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang sebagai ghost shopper untuk berperan sebagai konsumen potensial terhadap perusahaan tersebut atau pesaing.

4. *Lost customer analisys*

Perusahaan mencari tahu penyebab para pelanggan berpindah ke pesaing. Informasi ini sangat berguna bagi perusahaan dalam membuat kebijakan dalam rangka meningkatkan kepuasan konsumen.

2.5 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan landasan teori yang telah disebutkan, maka dapat dirumuskan kerangka pemikiran yang menunjukkan adanya pengaruh harapan dengan kinerja terhadap kepuasan konsumen dalam penelitian sebagaimana terlihat pada gambar dibawah ini.



Gb 2.2 : Kerangka Pemikiran

Kepuasan konsumen merupakan suatu ikatan yang kuat antara harapan dengan kinerja. Apabila kinerja (atau hasil) yang dirasakan sesuai dengan harapan yang diinginkan, maka saat itulah kepuasan konsumen dapat dicapai. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan konsumen dengan memaksimalkan kinerja perusahaan melalui pengalaman konsumen yang kurang menyenangkan. Pada gilirannya nanti kepuasan konsumen diharapkan dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas kepada perusahaan yang memberikan kepuasan.

2.6 Hipotesis Penelitian

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

1. Tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta.
2. Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta berdasarkan karakteristik konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi untuk melakukan penelitian ini mengambil tempat di PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Cabang Gejayan Yogyakarta. Alasan pemilihan obyek adalah dikarenakan bank Mandiri berada di dekat pusat bisnis.

3.2 Definisi Operasional Variabel

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

1. Karakteristik Konsumen

Menggambarkan pengelompokan responden kedalam kategori-kategori berdasarkan :

a. Gender

Gender sering berpengaruh pada sikap seseorang terhadap objek.

- Laki-laki
- Perempuan

b. Usia

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

- Kurang dari 25 tahun

- 25 tahun – 40 tahun
- Lebih dari 40 tahun

c. Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan adalah jenjang pendidikan terakhir yang diselesaikan oleh responden.

- SMU kebawah
- SMU keatas

d. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan aktivitas utama yang dilakukan setiap hari oleh responden.

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

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

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

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

f. Status nasabah

Status disini merupakan kegiatan yang sedang dilakukan nasabah dalam penggunaan jasa perusahaan.

- Penabung
- Peminjam
- Pengguna jasa lain (transfer antar rekening bank, print out tabungan, pengaduan masalah, dll)

2. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen menurut Kotler (1994) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Besarnya nilai kepuasan tersebut diukur dengan kuesioner tentang kesan subyektif para responden terhadap atribut jasa pelayanan untuk pertanyaan mengenai kepuasan konsumen berdasarkan tingkat harapan konsumen dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan tentang jasa pelayanan yang diberikan perusahaan.

3. Harapan

Harapan konsumen sangat penting berkenaan dengan indikator yang telah diterima ketika pelanggan memperoleh jasa pelayanan PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta. Harapan pelanggan adalah merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk atau jasa yang dijadikan dasar atau acuan dalam menilai kinerja produk atau jasa tersebut.

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

a. Bukti langsung (*tangible*)

- Bank mandiri memiliki fasilitas fisik menarik
- Bank mandiri memiliki peralatan modern
- Lokasi bank mandiri sangat strategis dan mudah dijangkau
- Bank mandiri memiliki SDM trampil, ramah, dan senang melayani

b. Keandalan (*reliability*)

- Bank mandiri memberikan layanan cepat dan tepat
- Bank mandiri dapat memenuhi janji sesuai yang dijanjikan
- Bank mandiri transparan dalam menyampaikan hasil pembukuan
- Ketersediaan karyawan bank mandiri dalam memberikan informasi

c. Daya Tanggap (*responsiveness*)

- Karyawan bank mandiri cepat menanggapi keluhan nasabah
- Karyawan bank mandiri tidak merasa sibuk untuk melayani
- Karyawan bank mandiri selalu siap sedia memberi bantuan
- Karyawan bank mandiri cepat merespon keinginan nasabah

d. Jaminan (*assurance*)

- Karyawan bank mandiri sopan dalam melayani nasabah
- Karyawan bank mandiri selalu menjaga kerahasiaan nasabah
- Nasabah merasa aman dan nyaman dalam bertransaksi
- Karyawan bank mandiri santun dalam bertutur kata, penuh dedikasi dan selalu menjaga kehormatan

e. Empati (*emphaty*)

- Bank mandiri memiliki jam operasi sesuai kebutuhan nasabah

- Bank mandiri memberi perhatian secara individual kepada nasabah
- Karyawan bank mandiri memahami keinginan nasabah
- Karyawan bank mandiri menjalin komunikasi dengan nasabah tanpa pandang bulu (pilih kasih)

Pengukuran masing-masing dimensi variabel harapan menggunakan empat skala sebagai alternatif jawaban dengan bobot 4-1. Nilai masing-masing yang diberikan yaitu :

4 = Sangat Setuju (SS).

3 = Setuju (S).

2 = Tidak Setuju (TS).

1 = Sangat Tidak Setuju (STS).

4. Kinerja

Kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang diterimanya setelah mengkonsumsi produk yang dibeli. Adapun indikator dari dimensi variabel kinerja adalah seperti pada variabel harapan diatas, dengan nilai masing-masing yang diberikan juga sama seperti variable harapan diatas.

3.3. Sumber Data

3.3.1. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari obyek yang diteliti dengan cara riset atau penelitian yang dilakukan dilapangan dengan

menyebarkan kuesioner kepada nasabah untuk memperoleh informasi yang diharapkan.

3.4. Metode Pengumpulan Data

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

Bentuk kuesioner untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut:

Bagian I

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

Bagian II

Angket ini diedarkan dengan menggunakan angket tertutup, artinya pada setiap pertanyaan yang diajukan diberikan skor 1 untuk skor terendah dan skor 4 untuk nilai tertinggi sebagai alternatif jawaban dengan kriteria penilaian seperti pada definisi operasional variabel harapan diatas. Responden cukup memilih salah satu jawaban tersebut. Pada angket ini

berisi tentang indikator harapan dengan pertanyaan yang meliputi indikator seperti pada definisi oprasional variabel diatas.

Bagian III

Angket ini diedarkan dengan menggunakan angket tertutup, artinya pada setiap pertanyaan yang diajukan diberikan skor 1 untuk skor terendah dan skor 4 untuk nilai tertinggi sebagai alternatif jawaban dengan kriteria penilaian seperti pada definisi operasional variabel kinerja diatas. Responden cukup memilih salah satu jawaban tersebut. Pada angket ini berisi tentang indikator kinerja dengan pertanyaan yang meliputi indikator seperti pada bagian II.

Untuk menguji kesahihan butir pertanyaan dan keandalan digunakan Uji Validitas dan Reliabilitas.

3.4.1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengungkapkan kemampuan suatu instrument dalam mengukur kebenaran hasil penelitian secara cermat dan tepat serta sekaligus membuktikan bahwa suatu instrument dalam hal ini adalah kuesioner valid yang digunakan dalam penelitian. Suatu instrument atau tes pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut mampu menjalankan fungsi ukurnya, atau dapat memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut (Azwar, 2001).

Suatu instrument yang diuji dapat dikatakan valid yaitu jika koefisien korelasi (r) yang diperoleh \geq koefisien ditabel nilai-nilai

kritis r yaitu pada taraf signifikansi 5% atau 1% (Nurgiyantoro, Gunawan, Marzuki, 2000). Pengujian validitas ini dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer program SPSS.

3.4.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan suatu alat ukur kestabilan hasil akhir. Sehingga bilamana alat ukur yang sama digunakan untuk menguji instrument yang sama akan menghasilkan data yang dapat dipercaya (*reliable*). Uji ini dilakukan untuk mengetahui adanya penyimpangan atau deviasi yang disebabkan adanya berbagai faktor acak (*random factor*) dalam proses pengukuran (Supranto, 2001). Uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan perkiraan *Cronbach's Alpha* yang menunjukkan bagailama tingginya butir-butir dalam kuesioner berkorelasi atau berinteraksi. Bila suatu alat ukur diuji berulang kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relative konsisten, maka alat tersebut dikatakan *reliable*.

Hasil dinyatakan *reliable* jika nilai koefisien korelasi (r) yang diperoleh lebih besar dari r tabel ($\alpha = 5\%$ atau 1%), namun jika ternyata nilai koefisien korelasi (r) lebih kecil dari r table maka dapat disimpulkan bahwa instrument yang digunakan tidak *reliable*. Dengan demikian instrument yang akan diujicobakan dapat dikatakan *reliable*, artinya sebagai sebuah alat pengukuran, instrument tersebut dapat mengukur secara konsisten (Nurgiyantoro, Gunawan, Marzuki, 2000).

Untuk memberi kemudahan dalam melakukan uji reliabilitas, maka dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS.

3.5. Populasi dan Sampel

3.5.1. Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek (satuan-satuan atau individu) yang karakteristiknya hendak diduga (Djarwanto dan Subagyo, 1993). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menabung di PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta.

3.5.2. Sampel

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

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

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

Dimana:

n : Jumlah sampel

$Z_{1/2}$: Batas luar daerah

α : Taraf kesalahan dalam pengujian yang biasa digunakan

E : Kesalahan maksimum

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

Peneliti juga menetapkan tingkat kesalahan maksimum yang mungkin terjadi adalah tidak lebih dari 10% atau $E = 0,1$; jika taraf kesalahan lebih dari 10% maka penyebaran angket tidak dapat diteruskan karena data yang akan diperoleh menjadi tidak valid. Dengan penetapan $E = 10\%$ maka akan menjadikan tingkat kebenarannya adalah 0,9 atau 90% sehingga akan menghasilkan data yang relatif benar.

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

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

$$n = 96,04$$

$$n = 96,04$$

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

3.6. Metode Analisis Data

Metode analisis digunakan untuk menguji variabel-variabel secara eksak sehingga menghasilkan suatu pembuktian yang absolute terhadap dugaan. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.6.1. Analisis Deskriptif

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

3.6.2. Analisis Statistik

Adalah analisis yang digunakan dengan tehnik statistik sehingga keputusan dapat diambil dengan lebih pasti. Analisis yang digunakan adalah :

a. Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon

Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon adalah salah satu perhitungan uji non parametrik yang digunakan untuk membuktikan perbedaan dua sampel berhubungan, dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui kepuasan yang dirasakan pengguna jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta. Prosedur pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut:

1. Menentukan hipotesis operasional

H_0 = Tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta.

H_a = Terdapat perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta.

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis.

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

H_0 diterima atau H_a ditolak, jika $P \geq 0,05$

H_0 ditolak atau H_a diterima, jika $P < 0,05$

3. Perhitungan

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

4. Pengambilan kesimpulan

Pengambilan kesimpulan merujuk pada prosedur kedua dan ketiga.

b. Uji Beda Jenjang dari Kruskal-Wallis

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

1. Menentukan hipotesis operasional

Ho = Tidak ada perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta berdasar karakteristik konsumen.

Ha = Terdapat perbedaan tingkat kepuasan pengguna jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta berdasar karakteristik konsumen.

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis.

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

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

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

3. Perhitungan

Tahap perhitungan ini dilakukan berdasar pada alat analisis yang digunakan, yaitu Uji Beda Jenjang dari Kruskal-Wallis Sedangkan untuk lebih mempermudah memperoleh hasil, maka kegiatan perhitungannya menggunakan fasilitas komputerisasi dengan program SPSS.

4. Pengambilan kesimpulan

Pengambilan kesimpulan merujuk pada prosedur kedua dan ketiga.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan di Bank Mandiri Cabang Gejayan. Penelitian bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank Mandiri Cabang Gejayan. Dari penelitian dapat diketahui score/nilai dimensi serta atribut-atribut pelayanan pada Bank Mandiri Cabang Gejayan.

Subyek penelitian ini adalah pelanggan pada Bank Mandiri Cabang Gejayan yaitu nasabah yang menabung di bank. Sedang obyek penelitiannya adalah kinerja, dan harapan nasabah pada Bank Mandiri Cabang Gejayan. Dengan cara ini pihak pada Bank Mandiri Cabang Gejayan dapat melihat komponen mana saja yang harus ditingkatkan pelayanannya sehingga sesuai dengan harapan nasabah. Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut untuk menjawab seluruh permasalahan penelitian ini, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas, untuk membuktikan bahwa kuesioner sebagai instrumen penelitian ini telah dinyatakan valid dan reliabel.

4.1. Uji Instrumen

4.1.1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi Pearson Product Moment. Instrumen pengukuran dikatakan memiliki validitas yang tinggi, apabila alat tersebut menjalankan

fungsi ukur yang sesuai dengan maksud dilakukan pengukuran tersebut. Secara statistik, angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r . Untuk taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah responden sebanyak 96 orang sebagai data penelitian maka angka kritiknya adalah 0,2006

Hasil Uji Validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Dimensi	Item	r xy		r Tabel	Keterangan
		Kinerja	Harapan		
Bukti Langsung	P1	0.3327	0.4343	0.2006	Valid
	P2	0.3921	0.2614	0.2006	Valid
	P3	0.3085	0.4019	0.2006	Valid
	P4	0.5388	0.3510	0.2006	Valid
Keandalan	P5	0.4948	0.4199	0.2006	Valid
	P6	0.3451	0.3559	0.2006	Valid
	P7	0.5088	0.4627	0.2006	Valid
	P8	0.3616	0.3697	0.2006	Valid
Daya Tanggap	P9	0.5642	0.3130	0.2006	Valid
	P10	0.4899	0.3950	0.2006	Valid
	P11	0.3557	0.3512	0.2006	Valid
	P12	0.2843	0.4286	0.2006	Valid
Jaminan	P13	0.4183	0.4490	0.2006	Valid
	P14	0.3651	0.4616	0.2006	Valid
	P15	0.2725	0.3496	0.2006	Valid
	P16	0.2972	0.3543	0.2006	Valid
Empati	P17	0.5292	0.2871	0.2006	Valid
	P18	0.5556	0.4311	0.2006	Valid
	P19	0.4282	0.3021	0.2006	Valid
	P20	0.4708	0.3230	0.2006	Valid

Keterangan : Valid r hitung $>$ r Tabel

Sumber : Data primer diolah, 2007 (Lampiran 3)

Berdasarkan Tabel 4.1 menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang terdiri dari masing-masing 20 butir kinerja dan harapan pada Bank Manciri Cabang Gejayan dapat dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar

dari r Tabel. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat.

4.1.2. Uji Reliabilitas

Dalam pengujian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Program SPSS 11.5 *for windows* memberikan fasilitas untuk reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) > r Tabel (Nurgiyantoro, Gunawan, Marzuki, 2000)

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

Tabel 4.2

Hasil Pengujian Reliabilitas

Penilaian	Koefisien Alpha Cronbach	Nilai r Tabel	Keterangan
Kinerja	0,8260	0,2006	Handal
Harapan	0,8001	0,2006	Handal

Sumber : Data primer diolah, 2007 (Lampiran 3)

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha baik pertanyaan kinerja maupun harapan lebih besar dari r tabel (0,2006). Dengan mengacu pada pendapat di atas, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan karakteristik nasabah Bank Mandiri Cabang Gejayan berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan terakhir, penghasilan dan status nasabah. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin

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

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	58	60.4%
Perempuan	38	39.6%
Jumlah	96	100.0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2007 (Lampiran 4)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 60,4 persen responden berjenis kelamin Laki-laki dan 39,6 persen responden berjenis kelamin Perempuan. Ditinjau dari besarnya persentase menunjukkan bahwa responden mayoritas adalah nasabah dengan jenis kelamin laki-laki. Hal ini disebabkan karena responden laki-laki cenderung dominan dalam mengambil keputusan di dalam rumah tangga dan responden laki-laki yang lebih banyak melakukan

aktivitas di luar rumah. Sehingga penilaian kinerja dan kepentingan oleh mayoritas responden ini akan lebih *representatif* karena kelompok responden ini lebih mengerti tentang atribut-atribut produk Bank Mandiri Cabang Gejayan.

2. Usia

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

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah	Persentase
< 25 th	20	20.8%
25 - 40 th	47	49.0%
>40 th	29	30.2%
Jumlah	96	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2007 (Lampiran 4)

Dari data di atas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa di Bank Mandiri Cabang Gejayan mayoritas berusia antara 25 - 40 tahun, yaitu sebesar 49 persen (47 orang). Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu usia lebih dari 40 tahun sebesar 30,2 persen (29 orang), dan terakhir berusia kurang dari 25 tahun sebesar 20,8 persen atau 20 orang.

Kenyataan menunjukkan bahwa mayoritas nasabah Bank Mandiri Cabang Gejayan adalah berusia dewasa yaitu antara 25 hingga 45 tahun. Hal ini disebabkan karena kelompok nasabah ini termasuk

dalam kelompok produktif dan memiliki tingkat aktivitas dan produktivitas yang tinggi, sehingga dalam melakukan bisnis ataupun pekerjaan responden ini sangat membutuhkan jasa perbankan yang aman, handal dan pelayanan yang berkualitas.

3. Pendidikan

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

Tabel 4.5
Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
≤ SMU	34	35.4%
> SLTA	62	64.6%
Total	96	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2007 (Lampiran 4)

Dari Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden mayoritas berpendidikan terakhir diatas SMU yaitu sebesar 64,6 persen (62 orang). Distribusi tingkat pendidikan yang lain adalah berpendidikan terakhir kurang dari atau sama dengan SMU yaitu sebesar 35,4 persen atau 34 orang.

Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang menggunakan jasa di Bank Mandiri Cabang Gejayan merupakan responden yang telah memiliki tingkat pendidikan tinggi. Hal ini berarti penilaian yang diberikan oleh nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank Mandiri

Cabang Gejayan lebih representatif karena responden telah memiliki tingkat pendidikan yang tinggi.

4. Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan nasabah dalam memilih Bank MANDIRI Cabang Gejayan. Hal ini disebabkan karena jenis pekerjaan berhubungan langsung dengan tingkat kepentingan pada jenis pekerjaan yang ditekuninya. Tabel 4.6 menunjukkan pekerjaan responden.

Tabel 4.6
Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Negeri /TNI / POLRI	11	11.5%
Karyawan Swasta / Wiraswasta	54	56.3%
Pelajar / Mahasiswa	25	26.0%
Ibu Rumah Tangga / Pensiunan	6	6.3%
Jumlah	96	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2007 (Lampiran 4)

Dari Tabel 4.6 menunjukkan bahwa jenis pekerjaan responden mayoritas adalah Pegawai swasta, yaitu sebesar 56,3 persen (54 orang). Sedangkan distribusi tingkat pekerjaan yang lain yaitu pelajar / mahasiswa sebesar 26 persen (25 orang), Pegawai Negeri/TNI/POLRI sebanyak 11 orang atau 11,5 persen dan responden yang memiliki pekerjaan Ibu rumah tangga / Pensiunan sebanyak 6 orang atau 6,3%.

Kenyataan ini berarti jenis pekerjaan nasabah yang menggunakan jasa di Bank Mandiri Cabang Gejayan adalah

pegawai swasta. Hal ini disebabkan karena responden yang memiliki pekerjaan pegawai swasta tentu memiliki aktivitas yang tinggi dalam kegiatan bisnisnya sehingga mereka perlu sekali membutuhkan jasa perbankan yang mampu menunjang dalam aktivitasnya, seperti kemudahan untuk transaksi perbankan maupun transaksi lainnya yang difasilitasi oleh bank Mandiri seperti pembayaran rekening listrik, pembayaran pajak, tranfer dan lain sebagainya.

5. Penghasilan Responden

Hasil analisis data ini diperoleh nilai sebaran frekuensi data penghasilan responden seperti ditunjukkan pada Tabel 4.7 :

Tabel 4.7
Tingkat penghasilan Responden

Penghasilan Responden	Jumlah	Persentase
< Rp.1.000.000	24	25.0%
<Rp.1.000.000 - 5.000.000	44	45.8%
> Rp.5.000.000	28	29.2%
Total	96	100%

Sumber : Data primer yang diolah, 2007 (Lampiran 4)

Dari Tabel 4.7 dapat diketahui bahwa tingkat penghasilan responden mayoritas adalah antara Rp.1.000.000 – 5.000.000, yaitu sebesar 45,8% (44 orang). Distribusi tingkat penghasilan responden yang lain yaitu responden yang berpenghasilan lebih dari Rp.5.000.000 adalah sebesar 29,2% atau 28 orang, dan berpenghasilan kurang Rp.1.000.000 yaitu sebesar 25% atau 24 orang.

Hal ini menunjukkan bahwa nasabah bank Mandiri cabang Gejayan mayoritas penghasilan tinggi. Hal ini telah sesuai dengan target

segmen pasar Bank Mandiri adalah kalangan yang berpendidikan menengah keatas.

6. Status Nasabah

Status nasabah terbagi dalam tiga kelompok yaitu penabung, peminjam dan pengguna jasa lain. Namun demikian peneliti hanya memilih nasabah yang menggunakan jasa penabung saja. Berikut hasil distribusi responden berdasarkan status nasabah

Tabel 4.8
Status Nasabah

Status Nasabah	Jumlah	Persentase
Penabung	100	100%
Peminjam	0	0%
Pengguna jasa lainnya	0	0%
Total	96	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2007

Dari Tabel 4.8 menunjukkan bahwa mayoritas nasabah yang dijadikan sampel adalah sebanyak 100 orang atau 100% adalah penabung. Sedangkan nasabah yang lain berstatus sebagai pengguna jasa lainnya seperti transfer antar rekening bank, print out tabungan dan pengaduan masalah tidak dijadikan sampel atau sebesar 0% dan begitu juga dengan nasabah yang berstatus sebagai peminjam. Dengan hasil mayoritas sebagai penabung, karena sebagian besar nasabah yang menggunakan kualitas pelayanan di Bank Mandiri Cabang Gejayan adalah penabung. Responden ini juga paling sering memanfaatkan jasa

tersebut, dibandingkan dengan yang lainnya, sehingga akan mengenal betul kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak bank.

4.3. Analisis Kuantitatif

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

4.3.1. Analisis Gap dan Uji Bertanda Wilcoxon

Analisis Wilcoxon digunakan untuk mengetahui perbedaan antara kinerja dan harapan yang diterima nasabah setelah menggunakan jasa Bank Mandiri Cabang Gejayan.

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

$$\text{Nilai Gap tertinggi} : 4 - 1 = 3$$

$$\text{Nilai Gap terendah} : 1 - 4 = -3$$

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

Sehingga dapat ditentukan kriteria :

Jika Gap bernilai -3 s/d -1,51 : Sangat tidak puas

Jika Gap bernilai -1,5 s/d -0,01 : Tidak puas

Jika Gap bernilai 0 s/d 1,49 : Puas

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

Hasil perhitungan tingkat kepuasan dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.9
Hasil Pengujian Wicoxon Rank Test

No	Atribut yang Dipertimbangkan	Kinerja	Harapan	Gap	Kriteria	Urutan	P. value	Ket
1	Fasilitas fisik	3.56	3.50	0.06	P	7	0.735	T.Sig
2	Peralatan modern	3.41	3.45	-0.04	TP	12	0.649	T.Sig
3	Lokasi terjangkau	3.41	3.54	-0.14	TP	15	0.123	T.Sig
4	SDM yang terampil, ramah	3.31	3.40	-0.08	TP	13	0.290	T.Sig
5	Pelayanan cepat dan tepat	3.50	3.52	-0.02	TP	10	0.789	T.Sig
6	Memenuhi janji	3.29	3.56	-0.27	TP	20	0.006	Sig
7	Transparan dalam hasil pembukuan	3.59	3.55	0.04	P	9	0.589	T.Sig
8	Selalu bersedia memberikan informasi	3.25	3.44	-0.19	TP	18	0.016	Sig
9	Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan	3.32	3.13	0.20	P	3	0.016	Sig
10	Tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah	3.50	2.96	0.54	P	1	0.000	Sig
11	Melayani nasabah yang kesulitan	3.34	3.49	-0.15	TP	16	0.143	T.Sig
12	Merespon cepat nasabah	3.20	3.36	-0.17	TP	17	0.710	T.Sig
13	Jaminan kesopanan karyawan	3.33	3.53	-0.20	TP	19	0.139	T.Sig
14	Menjaga kerahasiaan nasabah	3.75	3.54	0.21	P	2	0.002	Sig
15	Meningkatkan keamanan dan kenyamanan	3.52	3.40	0.13	P	5	0.230	T.Sig
16	Menjaga kehormatan bank	3.22	3.14	0.08	P	6	0.359	T.Sig
17	Jam operasi bank sesuai kebutuhan nasabah	3.34	3.45	-0.10	TP	14	0.211	T.Sig
18	Memberikan perhatian secara individual	3.44	3.39	0.05	P	8	0.508	T.Sig
19	Memahami keinginan nasabah	3.32	3.19	0.14	P	4	0.144	T.Sig
20	Menjalin komunikasi dengan nasabah Keseluruhan Kualitas Pelayanan	3.27	3.30	-0.03	TP	11	0.690	T.Sig
		3.27	3.26	0.01	P		0.112	T.Sig

Keterangan : TP : Tidak puas ; P: Puas

Sumber : Data primer diolah, 2006 (Lampiran 5)

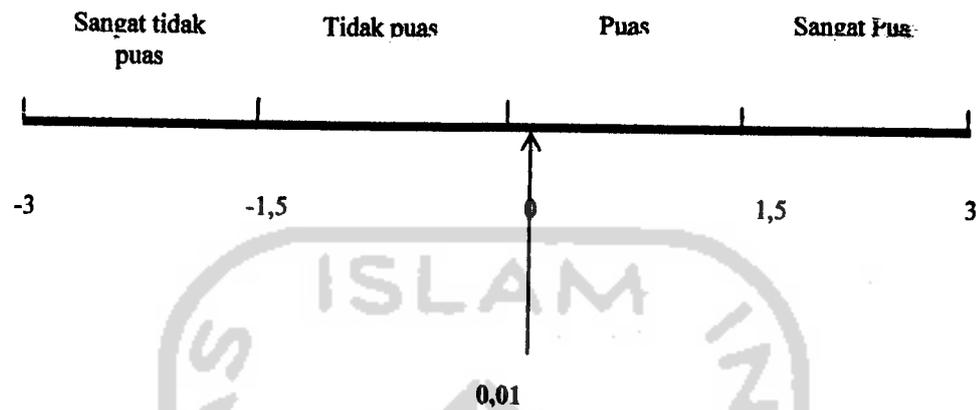
Pada Tabel 4.9 nilai gap diperoleh dengan mengurangi kinerja dengan harapan, sedangkan p-value menunjukkan probabilitas kesalahan yang dijadikan sebagai acuan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan secara signifikan gap antara kinerja dan harapan. Jika nilai p-value $< 0,05$, maka terjadi perbedaan (gap) secara signifikan dan sebaliknya jika p-value $\geq 0,05$ maka tidak terjadi perbedaan (gap) yang signifikan.

Dari Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa penilaian responden dari kinerja, atribut transparansi dalam hasil pembukuan merupakan atribut yang dinilai paling tinggi oleh responden dengan skor 3,59 artinya bahwa nasabah merasa sistem pembukuan antara saldo, penarikan tunai, penarikan ATM, bunga tabungan, pajak, dan biaya lain-lain. Dalam pembukuan ini setiap angka keluar maupun masuk sangat jelas tertera dalam pembukuan dengan kode transaksi masing-masing, sehingga nasabah merasa sangat jelas dalam pembukuan ini. Sedangkan dari harapan responden atribut memenuhi janji sesuai dengan yang dijanjikan sebelumnya yaitu sebesar 3,56 artinya bahwa kepentingan nasabah tertinggi adalah ketika pihak bank bersedia memenuhi janji-janji seperti yang dijanjikan sebelumnya. Hal ini terlihat dari rata-rata skor atas atribut tersebut yang kepentingannya paling tinggi diantara atribut yang lain.

Hasil analisis kepuasan seperti pada Tabel 4.9 dapat diketahui bahwa rata-rata gap sebesar 0,01. Nilai ini termasuk dalam kategori puas.

Hal ini karena nilai gap ini berada pada rentang 0 sampai dengan 1.5.

Untuk memperjelas kesimpulan ini dapat dilihat pada Gambar 4.1:



Gambar 4.1. Tingkat Kepuasan Konsumen.

Secara keseluruhan kualitas pelayanan pada atribut-atribut yang menyangkut bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliabilty*), daya tanggap (*responsivenees*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) sudah dapat dirasakan oleh nasabah dengan tingkat kinerja perusahaan yang sesuai dengan harapan para nasabahnya.

Secara parsial jika ditinjau dari besarnya gap, atribut tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah mempunyai nilai gap terbesar yaitu sebesar 0,54, artinya kepuasan yang diperoleh nasabah tertinggi dirasakan pada atribut tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah. Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh atribut menjaga kerahasiaan nasabah, karyawan cepat tanggap terhadap keluhan, memahami keinginan nasabah, meningkatkan keamanan dan kenyamanan, menjaga kehormatan bank, fasilitas fisik, memberikan perhatian secara individual, transparan dalam

hasil pembukuan, (gap positif), pelayanan cepat dan tepat, menjalin komunikasi dengan nasabah, peralatan modern, SDM yang terampil, ramah, jam operasi bank sesuai kebutuhan nasabah, lokasi terjangkau, melayani nasabah yang kesulitan, merespon cepat nasabah, selalu bersedia memberikan informasi, jaminan kesopanan karyawan memenuhi janji.

Berdasarkan Tabel 4.9 maka dapat dijelaskan bahwa atribut yang terjadi perbedaan signifikan antara harapan dengan kinerja yang diberikan oleh Bank Mandiri Cabang Gejayan yaitu memenuhi janji, selalu bersedia memberikan informasi, karyawan cepat tanggap terhadap keluhan, tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah, dan menjaga kerahasiaan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan probabilitas pada kelima atribut tersebut dibawah taraf signifikansi 0,05.

Adanya perbedaan yang signifikan dengan gap negatif menunjukkan bahwa nasabah tidak merasa puas karena masih adanya perbedaan yang signifikan antara kinerja dengan harapan nasabah, yang secara signifikan belum terpenuhi. Namun untuk nilai gap positif signifikan, menunjukkan bahwa harapan nasabah jauh diatas nilai kinerja sehingga nasabah telah merasa puas.

Sementara dari hasil yang lain untuk atribut fasilitas fisik, peralatan modern, lokasi terjangkau, SDM yang terampil, ramah, pelayanan cepat dan tepat, transparan dalam hasil pembukuan, melayani nasabah yang kesulitan, merespon cepat nasabah, jaminan kesopanan karyawan, meningkatkan keamanan dan kenyamanan, menjaga kehormatan bank, menjaga

kehormatan bank, jam operasi bank sesuai kebutuhan nasabah, memberikan perhatian secara individual, memahami keinginan nasabah, dan menjalin komunikasi dengan nasabah tidak terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan yang diterima oleh nasabah setelah menggunakan jasa Bank Mandiri Cabang Gejayan. Hasil ini dibuktikan dengan nilai probabilitas pada kelimabelas atribut tersebut di atas taraf signifikansi yang ditolerir 0,05. Artinya kesembilan atribut tersebut telah mampu memberikan kepuasan bagi nasabah, karena harapan nasabah telah terpenuhi, dengan ditunjukkan tidak adanya perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan.

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

4.3.2. Analisis Kruskal Wallis

Hipotesis kedua menyatakan tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan berdasar karakteristik konsumen. Untuk menjawab hipotesis kedua digunakan alat analisis yaitu

uji Kruskal Wallis Test. Keputusan dalam menerima atau menolak H_0 dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan batas tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Jika probabilitas kesalahan lebih besar dari 0,05 maka H_0 diterima dan jika probabilitas kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak yang artinya terdapat perbedaan kepuasan nasabah berdasarkan karakteristik responden.



Tabel 4.10

Hasil Uji Kruskal Wallis Pada Kepuasan Nasabah Bank MANDIRI Cabang Gejayan Berdasarkan Karakteristik Responden

ATRIBUT	Jenis Kelamin		Signifikansi	Usia			Pendidikan			Pekerjaan				Pendapatan					
	Pria	Wanita		< 25 tahun	25 - 40 tahun	> 40 th	Signifikansi	< = SMU	> SMU keatas	Signifikansi	PNS/ABRI	Peg. Swasta	Pelajar / Mhs	Ibu RT/Pensiunan	Signifikansi	< Rp.1 juta	Rp.1 - 5 juta	> Rp.5 juta	Signifikansi
Memenuhi janji	-0.24	-0.32	NS	-0.40	-0.34	-0.07	NS	-0.32	-0.24	NS	-0.36	-0.11	-0.52	-0.50	NS	-0.46	-0.30	-0.07	NS
Selalu bersedia memberikan informasi	-0.26	-0.08	NS	0.05	-0.26	-0.24	NS	-0.15	-0.21	NS	-0.18	-0.19	-0.04	-0.83	NS	-0.08	-0.14	-0.36	NS
Karyawan cepat tanggap	0.14	0.29	NS	0.25	0.19	0.17	NS	0.29	0.15	NS	0.18	0.24	0.32	-0.67	NS	0.21	0.25	0.11	NS
Tidak sibuk melayani nasabah	0.53	0.55	NS	0.40	0.53	0.66	NS	0.56	0.53	NS	0.18	0.20	0.28	0.00	NS	0.54	0.55	0.54	NS
Mengaja kerahasaan nasabah	0.16	0.29	NS	0.30	0.26	0.07	NS	0.32	0.15	NS	0.18	0.20	0.28	0.00	NS	0.21	0.16	0.29	NS

Sumber : Data primer diolah, 2007

a. Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test dapat ditunjukkan pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa kelompok nasabah Bank Mandiri Cabang Gejayan, menunjukkan bahwa kelompok pria memperoleh kepuasan tertinggi pada atribut tidak sibuk melayani nasabah dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,53 dan kepuasan terendah dicapai oleh nasabah pria pada atribut memenuhi janji dengan rata-rata kepuasan sebesar $-0,24$. Sehingga kecenderungan pada pria lebih menitikberatkan pada atribut tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah.

Begitu juga dengan responden wanita, kepuasan tertinggi terjadi pada atribut tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah dengan besarnya kepuasan sebesar 0,55. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut memenuhi janji ($-0,32$). Dengan demikian kecenderungan wanita memperoleh kepuasan pada atribut tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah.

Berdasarkan hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa tidak terjadi perbedaan yang signifikan kepuasan nasabah terhadap seluruh atribut Bank Mandiri Cabang Gejayan secara signifikan antara nasabah pria dengan wanita. Dengan demikian hasil ini penelitian ini sebagian besar mendukung hipotesis kedua yang menyatakan "Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan berdasar karakteristik konsumen".

b. Perbedaan Kepuasan Konsumen Berdasarkan Usia

Dari Tabel 4.10 menunjukkan bahwa kelompok responden dibawah 25 tahun telah memperoleh kepuasan tertinggi pada atribut tidak sibuk

melayani nasabah dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,40 dan kepuasan terendah terjadi pada atribut memenuhi janji dengan rata-rata kepuasan sebesar $-0,40$. Sehingga kecenderungan kelompok responden dibawah 25 tahun dalam memperoleh kepuasan terhadap atribut tidak sibuk dalam melayani nasabah.

Sedangkan responden yang berusia antara 25 - 40 tahun dengan kepuasan tertinggi terjadi pada atribut tidak merasa sibuk melayani nasabah (0,53) dan kepuasan terendah terjadi pada atribut memenuhi janji ($-0,34$). Dengan demikian kelompok responden yang berusia antara 25 - 40 tahun memiliki kecenderungan dalam memperoleh kepuasan terhadap atribut tidak merasa sibuk melayani nasabah.

Begitu juga pada usia lebih dari 40 tahun kepuasan konsumen tertinggi terjadi pada atribut tidak sibuk melayani nasabah dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,66, sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut bersedia memberikan informasi ($-0,24$) Hal ini berarti kecenderungan kelompok konsumen yang berusia lebih dari 40 tahun memperoleh kepuasan terhadap atribut tidak sibuk melayani nasabah.

Dari hasil Uji signifikansi menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan kepuasan yang signifikan terhadap atribut seluruh atribut Bank Mandiri Cabang Gejayan. Dengan demikian hasil uji signifikansi ini telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan "Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan berdasar karakteristik konsumen".

c. Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa kelompok nasabah Bank Mandiri Cabang Gejayan berdasarkan tingkat pendidikan, dibagi menjadi 2 kategori yaitu tingkat pendidikan SMU kebawah, dan kelompok di atas SMU. Dari Tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa responden yang berpendidikan SMU kebawah telah mendapatkan kepuasan tertinggi pada atribut tidak sibuk melayani nasabah dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,56. Sedangkan kepuasan terendahnya terjadi pada atribut memenuhi janji dengan rata-rata kepuasan sebesar -0,32. Dengan demikian kecenderungan kelompok nasabah yang berpendidikan dibawah SMU dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut tidak sibuk melayani nasabah.

Untuk kelompok responden yang berpendidikan di atas SMU menunjukkan bahwa kepuasan nasabah tertinggi terjadi pada atribut tidak sibuk melayani nasabah dengan rata-rata sebesar 0,53, sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut memenuhi janji. Dengan demikian kecenderungan responden yang berpendidikan di atas SMU dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut tidak sibuk melayani nasabah.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa kepuasan nasabah Bank Mandiri Cabang Gejayan berdasarkan tingkat pendidikan tidak terjadi perbedaan yang signifikan pada keseluruhan atribut yang dimiliki oleh Bank Mandiri Cabang Gejayan. Dengan demikian hasil uji signifikansi telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan "Tidak ada perbedaan terhadap

kepuasan pengguna jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan berdasar karakteristik konsumen”.

d. Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa kelompok nasabah Bank Mandiri Cabang Gejayan berdasarkan jenis pekerjaan, yang terdiri dari PNS/ABRI, Pegawai swasta, pelajar / mahasiswa dan pensiunan/ibu rumah tangga/petani. Dari Tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa kelompok PNS/ABRI telah mendapatkan kepuasan tertinggi pada atribut tidak sibuk melayani nasabah dengan rata-rata tertinggi terjadi yaitu sebesar 0,45, sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut yaitu SDM yang terampil, ramah dan memenuhi janji dengan rata-rata masing-masing sebesar -0,36. Dengan demikian kecenderungan kelompok PNS/ABRI dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut tidak sibuk melayani nasabah.

Pada kelompok pegawai swasta menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan tertinggi pada atribut tidak sibuk melayani nasabah dengan rata-rata kepuasan tertinggi yaitu 0,76. Sedangkan atribut selalu bersedia memberikan informasi memberikan kepuasan terendah dengan gap terkecil -0,19. Dengan demikian kecenderungan kelompok nasabah yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai swasta memperoleh kepuasan pada atribut tidak sibuk melayani nasabah.

Untuk kelompok pelajar/mahasiswa menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan tertinggi pada atribut karyawan cepat tanggap dan

tidak sibuk melayani nasabah dengan rata-rata masing-masing kepuasan sebesar 0,32. Sedangkan atribut memenuhi janji memberikan kepuasan terendah dengan gap terkecil $-0,52$. Dengan demikian kecenderungan kelompok nasabah yang memiliki pekerjaan sebagai pelajar/mahasiswa memperoleh kepuasan pada atribut karyawan cepat tanggap dan tidak sibuk melayani nasabah.

Pada kelompok pensiunan, ibu rumah tangga dan petani, kepuasan tertinggi diperoleh pada atribut menjaga kerahasiaan nasabah karyawan dengan rata-rata kepuasan tertinggi yaitu sebesar 0,00. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut selalu bersedia memberikan informasi dengan rata-rata kepuasan terendah yaitu sebesar $-0,83$. Dengan demikian kecenderungan kelompok nasabah yang memiliki pekerjaan sebagai pensiunan, ibu rumah tangga dan petani dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut menjaga kerahasiaan nasabah.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa kepuasan nasabah Bank Mandiri Cabang Gejayan berdasarkan jenis pekerjaan terdapat perbedaan yang signifikan pada atribut tidak sibuk melayani nasabah dan jaminan kesopanan karyawan. Artinya antara kelompok jenis pekerjaan yang satu dengan yang lain kepuasan yang dirasakan pada atribut tidak sibuk melayani nasabah dan jaminan kesopanan karyawan berbeda secara signifikan. Pada kelompok pegawai swasta memiliki kepuasan tertinggi dan kepuasan terendah terjadi pada kelompok Ibu rumah tangga/pensiunan/petani, sedangkan pada atribut yang lain tidak terdapat perbedaan yang signifikan.

Kepuasan tertinggi terjadi pada kelompok Pegawai Swasta (0,76), hal ini disebabkan karena pegawai swasta merupakan kelompok nasabah yang memiliki aktivitas paling besar, sehingga sangat membutuhkan jenis bank yang mampu memenuhi aktivitasnya. Nasabah ini biasanya membutuhkan pelayanan yang lebih banyak, sehingga pegawai bank yang tidak sungkan dalam melayani nasabah sangat dipertimbangkan oleh kelompok nasabah ini. Selanjutnya kepuasan juga dicapai pada kelompok PNS dan Pelajar/mahasiswa, dengan rata-rata kepuasan yang positif (0,45 dan 0,32) hal ini disebabkan karena kelompok PNS dan mahasiswa memiliki frekuensi transaksi yang lebih besar dibandingkan kelompok lainnya, sehingga sangat membutuhkan pelayanan yang baik dari petugas bank. Sementara untuk Ibu rumah tangga memiliki kepuasan yang paling rendah dengan rata-rata kepuasan negatif (-0,33). Hal ini disebabkan karena ibu rumah tangga biasanya kebutuhan akan transaksi di bank cukup rendah, sehingga mereka merasa kurang diperhatikan oleh petugas bank.

Dengan demikian hasil uji signifikansi sebagian besar telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan “Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan berdasar karakteristik konsumen”.

e. Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Tingkat Pendapatan

Dari hasil perhitungan Kruskal Wallis Test pada Tabel 4.10 menunjukkan bahwa kelompok nasabah Bank Mandiri Cabang Gejayan berdasarkan tingkat pendapatan, yang dibagi menjadi 3 kategori yaitu tingkat

pendapatan kurang Rp.1.000.000, pendapatan antara Rp.1.000.000-Rp.5.000.000, dan pendapatan lebih dari Rp.5.000.000. Dari Tabel 4.10 dapat dijelaskan bahwa responden yang berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000 telah mendapatkan kepuasan tertinggi pada atribut tidak sibuk melayani nasabah dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,54. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut memenuhi janji dengan rata-rata kepuasan sebesar -0,46. Hal ini berarti kecenderungan kelompok responden yang berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000 dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut tidak sibuk melayani nasabah.

Sedangkan kelompok responden yang berpendapatan antara Rp.1.000.000 - 5.000.000 menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan yang paling tinggi pada atribut tidak sibuk melayanai nasabah dengan rata-rata kepuasan terbesar 0,55, yang nilainya paling tinggi diantara atribut yang lain. Sedangkan atribut memenuhi janji memberikan kepuasan terendah dengan hasil kepuasan yang negatif terbesar (-0,30). Dengan demikian kecenderungan kelompok nasabah yang memiliki tingkat pendapatan antara Rp.1.000.000 s/d 5.000.000 terjadi pada atribut tidak sibuk melayani nasabah.

Bagi kelompok responden yang berpendapatan lebih dari Rp.5.000.000, kelompok ini tidak memperoleh kepuasan tertinggi terjadi pada atribut tidak sibuk melayani nasabah dengan rata-rata kepuasan sebesar 0,54. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut bersedia memberikan informasi dengan rata-rata kepuasan sebesar -0,36. Dengan demikian

kecenderungan kelompok responden yang berpendapatan lebih dari Rp.5.000.000 memperoleh kepuasan terhadap jasa Bank Mandiri Cabang Gejayan pada atribut tidak sibuk melayani nasabah.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa tidak terdapat perbedaan secara signifikan kepuasan nasabah berdasarkan tingkat pendapatan nasabah pada seluruh atribut Bank Mandiri Cabang Gejayan. Dengan demikian hasil uji signifikansi telah mendukung hipotesis kedua yang menyatakan "Tidak ada perbedaan terhadap kepuasan pengguna jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan berdasarkan karakteristik konsumen".

4.4. Pembahasan dan Implikasi

Dari hasil analisis Wilcoxon diketahui bahwa beberapa atribut pada Bank Mandiri Cabang Gejayan tidak terjadi perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan. Atribut-atribut tersebut adalah fasilitas fisik, peralatan modern, lokasi terjangkau, SDM yang terampil dan ramah, pelayanan cepat dan tepat, transparan dalam hasil pembukuan, melayani nasabah yang kesulitan, merespon cepat nasabah, jaminan kesopanan karyawan, meningkatkan keamanan dan kenyamanan, menjaga kehormatan bank, jam operasi bank sesuai kebutuhan, memberikan perhatian secara individual, memahami keinginan nasabah dan menjalin komunikasi dengan nasabah. Artinya limabelas atribut tersebut telah memberikan kepuasan bagi nasabah pada Bank Mandiri Cabang Gejayan. Kepuasan nasabah juga terjadi pada atribut karyawan cepat tanggap terhadap keluhan, tidak merasa sibuk

melayani nasabah, dan menjaga kerahasiaan nasabah. Hal ini karena ketiga atribut tersebut memiliki nilai gap yang positif dan signifikan.

Sementara untuk kedua atribut lainnya yaitu atribut memenuhi janji, dan selalu bersedia memberikan informasi, berbeda signifikan antara kinerja dan harapan. Dengan hipotesis pertama yang menyatakan “Tidak ada perbedaan antara hasil penilaian kinerja dan harapan yang diterima konsumen setelah menggunakan jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan” sebagian besar dapat diterima.

Untuk itu strategi yang hendaknya diterapkan oleh Bank Mandiri Cabang Gejayan adalah meningkatkan kualitas pelayanan terutama yang memiliki nilai gap negatif. Atribut memenuhi janji lebih diprioritaskan karena memiliki nilai gap terendah dan signifikan. Untuk itu Bank Mandiri harus bersedia untuk memberikan pelayanan kepada nasabah sama ketika nasabah baru mengajukan permohonan awal, dengan janji-janji ditawarkan oleh manajemen. Hal ini penting karena kesulitan dalam memperoleh pelayanan yang memadai sangat dibutuhkan bahwa mereka yang mayoritas memiliki tingkat aktivitas yang tinggi.

Hasil analisis yang lain menunjukkan bahwa tidak sibuk melayani nasabah, terjadi perbedaan kepuasan nasabah secara signifikan berdasarkan jenis pekerjaan. Jika dilihat dari nilai rata-rata kepuasan terendah terjadi pada kelompok ibu rumah tangga/pensiunan/petani. Untuk itu pihak bank sebaiknya meningkatkan kualitas SDM baik peningkatan dari segi pengetahuan maupun kemampuan berkomunikasi dengan nasabah, sehingga karyawan dapat memberikan pelayanan kepada setiap nasabah dengan sopan

dan ramah, misalnya dalam menjelaskan kepada calon nasabah, tentang keunggulan dan kelemahan sebuah produk yang ditawarkan, hendaknya menggunakan tutur kata yang baik dan sopan, cara berpakaian hendaknya juga diperhatikan sehingga tidak melanggar norma – norma kesopanan. Karyawan dituntut lebih jeli dan *respect* dalam menangani setiap kesulitan nasabah, karena hal ini mampu meningkatkan kepuasan nasabah. Hal ini penting karena kelompok nasabah dengan pekerjaan sebagai ibu rumah tangga dan pensiunan sangat membutuhkan informasi, dan pelayanan yang ramah dan sopan, sehingga akan menimbulkan kesan pelayanan yang memuaskan.

Hasil analisis uji perbedaan berdasarkan tingkat pendapatan, menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan terhadap atribut memahami keinginan nasabah. Jika dilihat dari besarnya rata-rata semakin tinggi tingkat pendapatan nasabah, kepuasan semakin rendah. Untuk itu strategi yang hendaknya dilakukan oleh Bank Mandiri Cabang Gejayan, diarahkan pada kelompok yang berpendapatan lebih dari Rp. 5 juta. Arah perbaikan dilakukan mengedepankan pada kecepatan dan ketepatan pelayanan. Hal ini disebabkan biasanya nasabah yang memiliki pendapatan diatas Rp. 5 juta adalah kelompok pebisnis. Sehingga mereka menginginkan pelayanan secara khusus, cepat dan akurat, hal ini mengingat kesibukan dan aktivitas yang padat. Pihak bank dapat memberikan fasilitas khusus pada kelompok responden ini secara pribadi, misalnya membantu transaksi yang ingin dilakukan oleh nasabah tersebut dengan mendatangnya, sehingga nasabah

tidak perlu datang langsung ke Bank Mandiri Cabang Mandiri, apabila akan melakukan transaksi.

Sedangkan untuk atribut yang tidak signifikan yaitu atribut selalu bersedia memberikan informasi, kecepatan karyawan dalam daya tanggap dan menjaga kerahasiaan nasabah tetap dipertahankan oleh pihak bank sebagai atribut yang mampu memberikan kepuasan yang sama berdasarkan karakteristik nasabah. Hal ini memang sudah dilakukan oleh pihak bank, seperti kemampuan karyawan dalam memberikan informasi secara baik dan bersedia menjelaskan kepada setiap nasabah secara luas dan jelas terhadap nasabah yang mengalami kesulitan atau ketidakpahaman. Jika dilihat dari kinerjanya bagian informasi ini telah menempatkan beberapa karyawan, sehingga nasabah tidak perlu menunggu secara antri untuk mendapatkan informasi tersebut, sehingga mampu memberikan kepuasan bagi nasabah.

Begitu juga dengan cepat tanggap yang dilakukan oleh karyawan, dengan berusaha menyelesaikan masalah nasabah dengan rasa ramah dan sopan, sehingga setiap problem yang dihadapi nasabah seperti ATM yang hilang, rusak, pergantian buku rekening, dan lain sebagainya mampu diselesaikan dengan penuh respon dari pihak bank. Dalam hal ini pihak bank selalu menjaga kerahasiaan bank, sehingga data-data nasabah akan terjamin kerahasiaannya sehingga nasabah akan merasa aman dalam bertransaksi.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

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

1. Berdasarkan analisis selisih maka dapat disimpulkan bahwa :
 - a. Atribut memenuhi janji, karyawan cepat tanggap terhadap keluhan, tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah, dan menjaga kerahasiaan nasabah menunjukkan perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan yang diberikan oleh nasabah Bank Mandiri Cabang Gejayan. Namun demikian untuk jika dilihat dari gap karyawan cepat tanggap, tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah, dan menjaga kerahasiaan nasabah memiliki gap positif dan signifikan, yang menunjukkan bahwa nasabah telah memperoleh kepuasan yang tinggi terhadap ketiga atribut tersebut.
 - b. Atribut fasilitas fisik, peralatan modern, lokasi terjangkau, SDM yang terampil dan ramah, pelayanan cepat dan tepat, transparan dalam hasil pembukuan, melayani nasabah yang kesulitan, merespon cepat nasabah, jaminan kesopanan karyawan, meningkatkan keamanan dan kenyamanan, menjaga kehormatan bank, jam operasi bank sesuai kebutuhan, memberikan perhatian secara individual, memahami keinginan nasabah dan menjalin komunikasi dengan nasabah tidak menunjukkan perbedaan yang signifikan antara kinerja dan harapan yang diberikan oleh nasabah Bank Mandiri Cabang

Gejayan. Dengan demikian nasabah telah memperoleh kepuasan terhadap limabelas atribut tersebut, karena harapan nasabah terhadap limabelas atribut tersebut telah terpenuhi.

- c. Kepuasan nasabah tertinggi terjadi pada atribut tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah sedangkan kepuasan nasabah terendah terjadi pada atribut transparansi dalam hasil pembukuan. Secara keseluruhan dapat diketahui bahwa nasabah telah merasa **puas** terhadap kualitas pelayanan dengan rata-rata kepuasan hanya sebesar 0,01 yang berada pada rentah 0 sampai dengan 1,5.
2. Dari analisis kepuasan berdasarkan karakteristik nasabah dapat disimpulkan bahwa :
- a. Berdasarkan jenis kelamin tidak terdapat perbedaan yang signifikan kepuasan nasabah pada seluruh atribut yang tergabung dalam lima dimensi kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung) pada Bank Mandiri Cabang Gejayan. Artinya baik nasabah pria maupun wanita telah memperoleh kepuasan yang sama pada seluruh atribut setelah mereka menggunakan jasa Bank Mandiri Cabang Gejayan.
 - b. Berdasarkan usia nasabah menunjukkan tidak adanya perbedaan yang signifikan pada seluruh atribut yang tergabung dalam lima dimensi kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung) pada Bank Mandiri Cabang Gejayan. Artinya baik nasabah yang berusia muda maupun berusia lebih tua telah memperoleh kepuasan yang sama pada seluruh atribut setelah mereka menggunakan jasa Bank Mandiri Cabang Gejayan

- c. Berdasarkan tingkat pendidikan tidak terdapat perbedaan yang signifikan kepuasan nasabah pada seluruh atribut yang tergabung dalam lima dimensi kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung) pada Bank Mandiri Cabang Gejayan. Artinya baik berpendidikan dibawah SMU maupun diatas SMU telah memperoleh kepuasan yang sama pada seluruh atribut setelah mereka menggunakan jasa Bank Mandiri Cabang Gejayan.
- d. Berdasarkan jenis pekerjaan terdapat perbedaan yang signifikan kepuasan nasabah pada atribut tidak sibuk melayani nasabah. Artinya kepuasan nasabah pada atribut tersebut antara kelompok nasabah yang memiliki pekerjaan yang satu dengan yang lain secara signifikan berbeda. Dimana ibu rumah tangga/pensiunan/petani memperoleh kepuasan yang terendah pada kedua atribut tersebut.
- e. Berdasarkan tingkat pendapatan terdapat tidak perbedaan yang signifikan kepuasan nasabah pada seluruh atribut yang tergabung dalam lima dimensi kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti langsung) pada Bank Mandiri Cabang Gejayan. Artinya baik nasabah yang berpenghasilan rendah maupun yang berpenghasilan lebih tinggi telah memperoleh kepuasan yang sama pada seluruh atribut setelah mereka menggunakan jasa Bank Mandiri Cabang Gejayan.

5.2.Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan maka saran yang dapat diusulkan kepada Bank Mandiri Cabang Gejayan adalah :

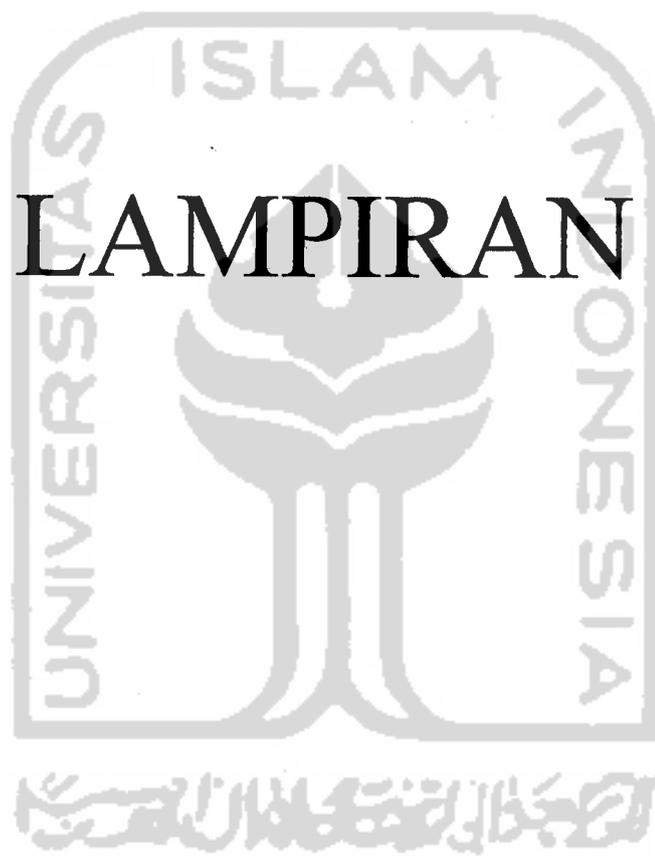
- a. Meningkatkan kualitas pelayanan terutama yang memiliki nilai gap negatif. Atribut transparansi dalam hasil pembukuan hendaknya lebih diprioritaskan karena memiliki nilai gap terendah dan signifikan. misalnya dengan mengirimkan laporan rekening koran tiap tiga bulan sekali kepada nasabah yang ikut menabung dalam tabungan rencana Mandiri. Selanjutnya meningkatkan atribut melayani nasabah yang kesulitan, keamanan dan kenyamanan dan menjaga kehormatan, karena kedua atribut tersebut berbeda kepuasannya berdasarkan jenis kelamin responden. Strategi yang dapat dilakukan yaitu meningkatkan keamanan dan kenyamanan nasabah, hendaknya pihak bank menyediakan pengawalan khusus kepada nasabahnya yang membawa uang dalam jumlah banyak, sehingga nasabah merasa tenang dan aman khususnya bagi nasabah wanita
- b. Peningkatan kualitas SDM juga perlu ditingkatkan karena masih menimbulkan perbedaan kepuasan bagi nasabah. Seperti pada karyawan yang bekerja pada bagian kredit, hendaknya ditempatkan karyawan yang senior, sehingga nasabah yang akan melakukan kredit mampu memperoleh penjelasan yang sebanyak-banyaknya sebelum mereka melakukan keputusan kredit, agar tidak terjadi kesalahpahaman antara janji didepan dengan pelayanan yang sedang berjalan.
- c. Adanya perbedaan yang signifikan pada atribut tidak sibuk melayani nasabah berdasarkan jenis pekerjaan, hendaknya pihak manajemen bank meningkatkan pelayanan pada nasabah khususnya pada saat jam – jam sibuk, yaitu dengan menambah line transaksi, bagi nasabah yang ingin melakukan transaksi untuk keperluan bisnis seperti pegawai swasta disediakan pelayanan via phone (halo banking). Sedangkan bagi nasabah

yang banyak memiliki waktu luang seperti ibu rumah tangga/pensiunan hendaknya juga tetap dilayani dengan baik dan ramah, tanpa mengesampingkan prioritas waktu yang dimilikinya.



DAFTAR PUSTAKA

- Djarwanto P.S dan Pangestu Subagyo. (1993). *Statistik Induktif*. Edisi 4. Yogyakarta: BPFE.
- Isnawati. (2004). *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan RSUD Ambarawa*. Skripsi Sarjana (Tidak Dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Kotler, Philip (1993), *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jilid 1. Ed.7. Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong (1994), *Principles Of Marketing*. 6 th ed. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall Internasional, Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2001), *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Ed.8. Jakarta: Erlangga.
- Niti Semito, Alex, S (2002), *Marketing*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Setiadi, Nugroho J. (2003), *Perilaku Konsumen konsep dan Implikasi Untuk Strategi Dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media
- Stanton, W. J. (1989). *Prinsip Pemasaran*. Jilid Pertama. Jakarta: Erlangga.
- Swastha Dh. Banu Dan Irawan (1983), *Manajemen Pemasaran Modern*. Ed.2. Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, F. (1995). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (1997). *Prinsip-prinsip Total Quality Service*, Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta
- Yamid, Zulian (2001), *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Ed. 1 Yogyakarta: Ekonisia.
- Yazid. (1999). *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
- Zeithaml, Valarie A., Leonard L. Berry, and A. Parasuraman (1993), "The Nature and Determinants Of Customer Expectations Of Service", *Jurnal Of Academy Of Marketing Science*, Vol.21, No.1. PP 1-12.
- Zeithaml, Valarie A., and Marry Jo Bitner (1996), *Services Marketing*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.



LAMPIRAN

Yogyakarta, 15 Maret 2007

Kepada Yang Terhormat :

Bapak/ Ibu/ Saudara

Di PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta

Assalamualaikum. Wr. Wb.

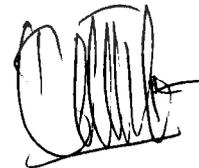
Perkenankan saya memohon kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara untuk dapat mengisikan daftar pertanyaan angket ini, adapun daftar pertanyaan ini merupakan sumber data yang dapat membantu proses penelitian yang saya lakukan guna menyusun skripsi sebagai tugas akhir di Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Islam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

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

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

Wassalamualaikum. Wr. Wb.

Penulis



Courageux de Adilien

LAMPIRAN I
KUESIONER

I. Pertanyaan Umum :

Berilah tanda (x) pada jawaban yang saudara pilih :

1. Gender

- Laki-laki
- Perempuan

2. Usia Anda sekarang

- < 25
- 25 - 40
- > 40

3. Tingkat pendidikan terakhir

- ≤ SMU
- > SMU

4. Pekerjaan Anda sekarang

- Pegawai negeri / TNI / Polri
- Pegawai Swasta / Wiraswasta
- Pelajar / Mahasiswa
- Ibu Rumah Tangga / Pensiunan

5. Pendapatan Anda perbulan

- < Rp. 1.000.000
- Rp. 1.000.000 - Rp. 5.000.000
- > Rp. 5.000.000

6. Status Anda sebagai nasabah

- Penabung
- Peminjam
- Pengguna jasa lain (transfer antar rekening bank, print out tabungan, pengaduan masalah, dll)



II. Pertanyaan tentang Harapan

Petunjuk: Berilah tanda silang (X) sesuai dengan harapan anda sebelum menggunakan jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gejayan Yogyakarta dengan kriteria jawaban sebagai berikut:

Ket: SS = Sangat Setuju S = Setuju TS = Tidak Setuju STS = Sangat Tidak Setuju

Atribut yang Dipertimbangkan	Tingkat Harapan Pelanggan			
	SS	S	TS	STS
Bukti Langsung				
1. Saya membutuhkan fasilitas fisik bank Mandiri yang menarik				
2. Saya membutuhkan peralatan bank Mandiri yang sudah modern				
3. Saya membutuhkan lokasi bank Mandiri yang sangat strategis dan mudah dijangkau				
4. Saya membutuhkan karyawan bank Mandiri yang trampil, ramah, dan senang melayani				
Keandalan				
1. Saya membutuhkan layanan yang cepat dan tepat di bank Mandiri				
2. Saya berharap bank Mandiri dapat memenuhi janji sesuai yang dijanjikan				
3. Saya membutuhkan transparansi dalam menyampaikan hasil pembukuan di bank Mandiri				
4. Saya membutuhkan karyawan bank Mandiri yang selalu bersedia memberikan informasi kepada nasabah				
Daya Tanggap				
1. Saya membutuhkan karyawan bank Mandiri yang cepat menanggapi keluhan nasabah				
2. Saya membutuhkan karyawan bank Mandiri yang tidak pernah merasa sibuk untuk melayani nasabah				

3. Saya membutuhkan karyawan bank Mandiri yang selalu siap melayani dan memperhatikan setiap nasabah yang mengalami kesulitan				
4. Saya membutuhkan karyawan bank Mandiri yang cepat merespon keinginan nasabah dan tidak membiarkan nasabah menunggu tanpa alasan yang jelas				
Jaminan				
1. Saya membutuhkan karyawan bank Mandiri yang sopan dalam melayani nasabah				
2. Saya membutuhkan karyawan bank Mandiri yang selalu berusaha menjaga kerahasiaan nasabah				
3. Saya membutuhkan keamanan dan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi di bank Mandiri				
4. Saya membutuhkan sikap yang santun dalam bertutur kata, penuh dedikasi dan selalu menjaga kehormatan, nama baik serta kode etik perbankan dan peraturan yang berlaku				
Empati				
1. Saya membutuhkan jam operasi bank Mandiri yang sesuai kebutuhan nasabah				
2. Saya membutuhkan perhatian bank Mandiri secara individual kepada nasabah				
3. Saya membutuhkan karyawan bank Mandiri yang selalu berusaha memahami keinginan nasabah				
4. Saya membutuhkan karyawan bank Mandiri yang menjalin komunikasi dengan konsumen tanpa pandang bulu (pilih kasih)				

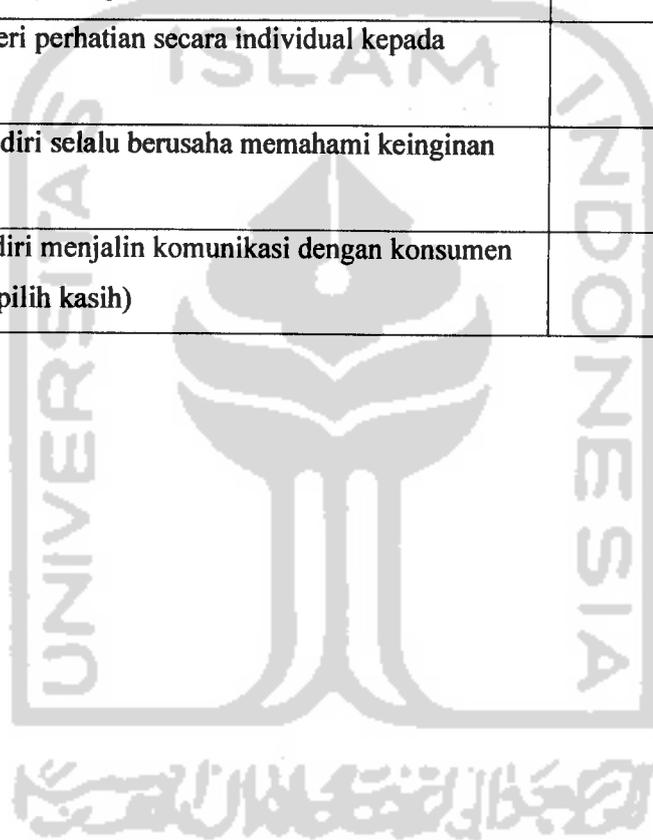
III. Pertanyaan tentang Kinerja

Petunjuk: Beri tanda silang (X) tentang kinerja yang anda peroleh setelah menggunakan jasa PT. Bank Mandiri Cabang Gajayan Yogyakarta

Ket: SS = Sangat Setuju S = Setuju TS = Tidak Setuju STS = Sangat Tidak Setuju

Atribut yang Dipertimbangkan	Tingkat Kinerja Perusahaan			
	SS	S	TS	STS
Bukti Langsung				
1. Fasilitas fisik yang dimiliki oleh Bank Mandiri sangat menarik				
2. Peralatan yang dimiliki Bank Mandiri sudah modern				
3. Lokasi Bank Mandiri sangat strategis dan mudah dijangkau				
4. Bank Mandiri memiliki SDM yang trampil, ramah, dan senang melayani				
Keandalan				
1. Bank Mandiri memberikan layanan cepat dan tepat				
2. Bank Mandiri dapat memenuhi janji sesuai yang dijanjikan				
3. Bank Mandiri transparan dalam menyampaikan hasil pembukuan				
4. Karyawan Bank Mandiri selalu bersedia memberikan informasi kepada nasabah				
Daya Tanggap				
1. Karyawan Bank Mandiri cepat menanggapi keluhan nasabah				
2. Karyawan Bank Mandiri tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah				
3. Karyawan Bank Mandiri selalu siap melayani dan memperhatikan setiap nasabah yang mengalami kesulitan				
4. Karyawan Bank Mandiri cepat merespon keinginan nasabah dan tidak membiarkan nasabah menunggu tanpa alasan yang jelas				
Jaminan				
1. Karyawan Bank Mandiri selalu sopan dalam melayani nasabah				

2. Karyawan Bank Mandiri selalu berusaha menjaga kerahasiaan nasabah				
3. Bank Mandiri selalu berusaha meningkatkan keamanan dan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi				
4. Bank Mandiri santun dalam bertutur kata, penuh dedikasi dan selalu menjaga kehormatan, nama baik dan kode etik perbankan dan peraturan yang berlaku				
Empati				
1. Bank Mandiri memiliki jam operasi sesuai kebutuhan nasabah				
2. Bank Mandiri memberi perhatian secara individual kepada nasabah				
3. Karyawan Bank Mandiri selalu berusaha memahami keinginan nasabah				
4. Karyawan bank mandiri menjalin komunikasi dengan konsumen tanpa pandang bulu (pilih kasih)				



LAMPIRAN II
REKAPITULASI DATA KARAKTERISTIK RESPONDEN

No	JenisKelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan	Status Nasabah
1	2	3	2	2	2	1
2	2	3	1	2	2	1
3	2	2	2	2	3	1
4	2	3	2	2	2	1
5	1	3	2	1	3	1
6	1	3	2	2	3	1
7	1	2	1	2	2	1
8	1	2	2	2	2	1
9	2	2	2	2	2	1
10	1	2	1	2	2	1
11	2	1	2	3	1	1
12	2	1	2	3	1	1
13	1	1	2	3	2	1
14	1	2	1	2	3	1
15	2	2	2	3	1	1
16	2	1	2	3	1	1
17	2	2	1	2	2	1
18	2	1	2	3	1	1
19	1	3	2	2	2	1
20	2	3	1	2	3	1
21	2	2	2	2	3	1
22	2	3	1	2	2	1
23	1	2	1	2	2	1
24	2	2	2	3	1	1
25	1	2	2	3	2	1
26	1	3	1	2	2	1
27	1	2	2	2	3	1
28	1	2	2	4	2	1
29	1	2	1	1	3	1
30	1	3	1	1	2	1
31	1	2	2	2	1	1
32	1	2	1	2	2	1
33	1	2	2	1	3	1
34	1	2	2	4	3	1
35	1	2	1	2	3	1
36	1	3	2	2	2	1
37	2	2	2	3	1	1
38	1	2	2	2	2	1
39	2	3	1	2	2	1
40	1	2	2	1	3	1
41	1	3	2	2	3	1
42	1	1	1	3	2	1
43	2	2	2	3	3	1
44	1	3	2	2	3	1
45	2	1	2	2	1	1
46	2	2	2	3	3	1
47	2	3	1	3	2	1
48	1	2	1	4	1	1
49	2	2	2	1	2	1
50	1	2	2	1	2	1

51	1	3	2	2	2	1
52	1	3	1	2	2	1
53	1	3	1	2	2	1
54	2	3	2	2	2	1
55	2	2	2	1	2	1
56	2	1	1	2	1	1
57	1	3	2	2	1	1
58	2	1	2	3	2	1
59	1	1	2	3	1	1
60	1	3	2	3	2	1
61	1	2	2	4	3	1
62	1	3	1	2	2	1
63	1	2	2	2	2	1
64	2	2	1	2	1	1
65	1	3	1	4	2	1
66	1	1	2	1	1	1
67	1	1	2	1	3	1
68	2	1	1	2	2	1
69	1	2	2	3	1	1
70	1	2	2	2	1	1
71	1	3	2	2	3	1
72	1	2	2	1	2	1
73	1	2	1	2	2	1
74	1	2	1	2	1	1
75	1	3	2	2	2	1
76	1	1	1	3	1	1
77	1	2	1	2	2	1
78	1	2	2	2	3	1
79	1	2	2	2	2	1
80	1	2	2	2	2	1
81	2	2	1	2	2	1
82	1	2	1	2	1	1
83	2	1	2	2	1	1
84	2	2	2	2	3	1
85	2	3	2	2	3	1
86	2	1	2	3	2	1
87	1	2	1	4	3	1
88	1	1	2	3	1	1
89	2	3	1	2	3	1
90	2	1	2	3	1	1
91	1	3	2	2	3	1
92	1	1	1	3	2	1
93	2	2	2	3	3	1
94	1	3	2	2	3	1
95	2	1	2	3	1	1
96	2	2	1	3	3	1

Keterangan

- | | | | | | |
|--------------|-------------|------------|---------------------|------------------|-------------|
| 1 : Laki | 1 : < 25 th | 1 : <= SMU | 1. PNS/TNI/PC | 1. < Rp. 1 juta | 1. Penabung |
| 2. Perempuan | 2 : 25 - 40 | 2 : > SMU | 2. Peg. Swasta | 2. Rp.1 - 5 juta | |
| | 3. > 40 th | | 3. Pelajar/Mhs | 3. > Rp.5 juta | |
| | | | 4. Ibu RT/Pensiunan | | |

REKAPITULASI DATA KINERJA 96 RESPONDEN

No	KINERJA																			
	Bukti Lansung				Keandalan				Daya Tanggap				Jaminan				Empati			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	
2	4	4	3	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	
3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	
4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	
5	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	1	3	3	2	2	3	2	2	2	
6	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	
8	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
9	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	
10	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	2	
11	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	
12	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
13	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	
14	2	4	2	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	
15	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3	2	
16	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	
17	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	
18	4	4	4	2	3	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	
19	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	
20	3	4	2	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	
21	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	
22	2	4	4	3	4	2	4	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	3	3	
23	4	4	4	2	4	3	4	2	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	
24	2	3	2	3	3	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	2	2	3	2	
25	3	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	
26	3	4	3	2	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	2	
27	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	3	4	4	
28	2	3	4	3	4	2	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	
29	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	
30	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	
31	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	4	4	4	3	4	4	4	
32	3	4	4	3	4	2	3	4	3	4	1	4	4	4	2	2	3	4	4	
33	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	3	
34	4	2	2	2	2	3	2	2	1	2	3	2	2	2	3	3	2	2	1	
35	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	
36	2	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	2	
37	2	1	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	
38	4	4	3	3	2	4	4	2	3	3	3	4	3	4	4	1	3	3	2	
39	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	2	
40	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	
41	4	4	3	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	2	
42	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	2	3	4	2	4	3	4	3	
43	2	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	4	
44	4	3	2	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	
45	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	3	
46	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	
47	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	3	4	3	
48	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	2	4	3	4	3	
49	4	2	2	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	
50	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	
51	4	4	4	3	4	2	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	2	
52	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	
53	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	
54	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	
55	4	3	3	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	

No	KINERJA																			
	Bukti Lansung				Keandalan				Daya Tanggap				Jaminan				Empati			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
56	2	2	3	3	4	2	4	3	3	3	4	1	4	4	2	3	3	3	4	3
57	4	3	2	3	3	4	4	3	3	3	4	2	3	4	4	3	4	3	4	3
58	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3
59	4	3	3	3	4	2	4	4	3	3	3	4	4	3	4	1	3	2	4	4
60	2	2	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	3	3	4	4	4
61	4	1	2	2	2	2	2	3	1	2	3	2	3	2	3	4	3	3	3	3
62	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3
63	4	1	2	3	3	2	3	3	4	4	3	4	3	4	2	3	3	4	4	4
64	3	3	2	4	3	4	3	4	3	4	2	3	3	4	4	3	3	3	4	3
65	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
66	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	1	3	3	4	2	3	4	4	3	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3
69	3	4	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3	4	4	2	3	4	4	3	4
70	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
71	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	2	3	4	3	3	4
72	4	3	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4
73	4	3	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
74	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4
77	3	1	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	3	3	2	1	2	2	1
78	4	2	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3
79	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	3
80	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
81	4	1	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4
82	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3
83	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	1	3	4	4	3	4	4	4	4
84	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3
85	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
86	4	3	2	3	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	3	4
87	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
88	4	4	2	3	4	2	4	3	4	4	3	4	3	4	2	4	3	3	4	4
89	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
90	4	3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4
91	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4
92	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4
93	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	2	4	3	4	4	4
94	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4
95	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3
96	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	3	3
Tot	342	327	327	318	336	316	345	312	319	336	321	320	328	360	338	309	321	330	319	314
Rata2	3.56	3.41	3.41	3.31	3.5	3.29	3.59	3.25	3.32	3.5	3.34	3.33	3.42	3.75	3.52	3.22	3.3438	3.4375	3.3229	3.2708

KINERJA

REKAPITULASI DATA HARAPAN 96 RESPONDEN

No	HARAPAN																			
	Bukti Lansung				Keandalan				Daya Tanggap				Jaminan				Empati			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4
2	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3
3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3
4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3
5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	4	4
6	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	4	4	3	4	4	3	3
7	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3
9	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4
10	4	3	3	3	4	3	4	4	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
11	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3
12	4	3	3	4	4	3	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
13	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	3	2	3	3	3
14	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4
15	4	4	4	3	4	4	3	4	2	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3
16	3	4	4	4	3	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3	2	3	4	2	4
17	2	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	2	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4
20	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3
21	3	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4
22	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4
23	3	4	4	3	4	4	3	4	2	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4
28	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3
29	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	4	4	3	3
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3
32	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4
33	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
34	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3
35	3	3	4	4	3	3	4	3	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4
36	3	3	3	4	4	3	3	4	3	2	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3
37	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3
38	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	3	3	3	3	4	3	4	2	2
39	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
40	4	3	3	4	4	4	4	3	2	2	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3
41	4	3	4	3	4	2	3	3	4	2	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4
42	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4
43	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4
44	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4
45	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4
46	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3
47	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4
48	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4
49	3	2	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
50	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4
51	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4
52	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
53	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3
54	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
55	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	2	4

No	HARAPAN																			
	Bukti Langsung				Keandalan				Daya Tanggap				Jaminan				Empati			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20
56	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	3	4	3	4	2	3
57	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3
58	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
59	3	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	4
60	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3
61	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3
62	4	4	3	4	3	3	4	3	3	2	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3
63	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3
64	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3
65	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4
66	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	3
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3
69	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3
70	3	3	4	3	3	4	3	3	4	2	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3
71	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	2
72	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	2
73	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4
74	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	2
78	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	3	4	3
79	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	2	4	3
80	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	2	4	3
81	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	2	2	2	4	3
82	3	4	3	2	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	2	4	3	3
83	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3
84	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4
85	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	4
86	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3
87	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	2
88	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3
89	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4
90	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
91	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3
92	3	2	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3
93	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3
94	3	4	3	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	4	3
95	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	2
96	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3
Tot	336	331	340	326	338	342	341	330	300	284	335	323	339	340	326	301	331	325	306	317
Rata2	3.5	3.448	3.542	3.396	3.521	3.563	3.552	3.438	3.125	2.958	3.49	3.365	3.531	3.542	3.396	3.135	3.448	3.385	3.188	3.302

REKAPITULASI DATA GAP 96 RESPONDEN

No	GAP (KINERJA - HARAPAN)																				No
	Bukti Lansung				Keandalan				Daya Tanggap				Jaminan				Empati				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	
1	0	0	-1	0	0	0	0	-1	0	1	0	0	-1	0	1	1	1	0	0	0	0.05
2	0	-1	-1	1	1	-1	1	-1	0	1	0	1	0	0	1	0	-1	0	0	1	0.2
3	1	0	-1	-1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	-1	0	0	-1	0.1
4	1	0	0	0	0	0	0	1	0	-1	0	1	0	0	1	1	0	1	2	1	0.4
5	-2	-1	-1	-2	-1	-2	-2	-2	-1	0	-2	-1	-1	-1	-2	0	-1	-1	0	-2	-1.25
6	1	0	-1	0	0	0	0	-1	0	2	1	1	0	0	0	1	-1	-1	0	-2	0.05
7	0	0	1	0	0	0	1	0	1	2	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0.65
8	0	-1	0	0	1	0	-1	-1	1	0	1	-1	0	1	0	1	-2	-1	0	-1	-0.15
9	1	1	-1	-1	1	1	1	-1	1	1	-1	1	1	1	1	1	-1	1	1	0	0.45
10	0	1	1	1	-1	1	0	-2	0	1	0	0	0	0	-1	1	0	0	-1	-2	-0.05
11	1	0	-1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	-1	-2	0.5
12	-2	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	-1	0	1	1	1	1	0	0	1	0.4
13	1	-1	1	-1	1	-1	0	-1	-1	0	-1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	0.1
14	-2	1	-1	0	-1	1	0	0	0	1	-1	1	-1	0	0	1	-1	0	1	0	-0.05
15	0	0	0	-1	0	-1	1	-1	2	0	0	1	-1	1	1	0	-1	0	0	-1	0
16	1	1	-2	0	0	0	1	2	1	0	-1	0	0	1	1	0	-1	0	0	-1	0.4
17	2	0	0	0	-1	0	-1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	0	2	0	0.25
18	1	1	1	-1	0	0	1	-1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0.4
19	-2	1	1	0	-1	1	0	0	0	1	0	-2	1	0	0	2	0	0	-1	0	0.05
20	-1	0	-1	-1	1	1	1	-1	1	2	0	1	0	0	1	0	-1	2	1	1	0.35
21	0	1	1	-1	1	-1	1	0	1	0	-1	1	0	0	1	1	1	-1	0	0	0.25
22	-2	1	1	0	0	-1	0	0	0	1	-1	-1	1	0	0	1	0	-1	-1	-1	-0.15
23	1	0	0	-1	0	-1	1	-2	1	1	0	1	1	-1	0	-1	0	0	1	1	0.1
24	-2	-1	-2	-1	-1	0	-2	0	-1	0	0	0	0	0	0	-2	-2	-1	-2	-2	-0.95
25	-1	0	-1	-2	0	-1	0	-1	0	-1	-1	1	-1	0	0	-1	-1	0	-1	-1	-0.45
26	-1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	-2	1	-1	0	0	1	-1	0	0	-2	-0.65
27	-1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	-2	1	-1	0	0	1	-1	0	0	0	0.1
28	-2	-1	0	0	0	-1	1	-1	0	0	-1	1	-1	0	0	-1	0	0	0	0	-0.3
29	0	0	0	0	0	-1	-1	0	-1	-1	-1	1	0	2	2	0	-1	-1	0	0	-0.1
30	0	1	1	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0.45
31	0	-1	0	1	0	0	0	0	-1	1	-1	0	0	0	1	-1	1	0	-1	1	0
32	-1	0	0	-1	0	-2	-1	1	0	1	-3	0	1	1	-2	-2	0	0	1	0	-0.35
33	0	0	1	0	1	1	1	0	1	2	0	0	1	1	-1	0	1	1	0	0	0.5
34	1	-2	-1	-1	-1	0	-1	-1	-2	-1	0	-1	-1	-1	-1	-1	-2	-2	-2	-2	-1.05
35	1	1	0	-1	0	0	-1	1	1	1	-1	1	0	1	1	-1	-1	0	-1	-2	0
36	-1	0	1	0	-1	1	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	1	0	0	-1	0.15
37	0	-2	-1	0	1	0	-1	0	0	1	-1	0	0	-1	0	0	-1	0	0	-1	-0.3
38	0	0	-1	0	-2	0	0	-2	1	1	-1	1	0	1	1	-3	0	-1	1	0	-0.2
39	0	0	0	0	-1	-2	0	0	1	1	1	1	-1	1	1	0	1	1	0	-1	0.15
40	0	1	0	0	0	0	0	0	2	1	1	0	0	1	0	1	-1	1	0	0	0.35
41	0	1	-1	0	0	2	1	-1	0	2	-1	-1	0	1	0	0	0	0	-1	-2	0
42	0	0	-1	-1	-1	0	1	1	2	0	0	-1	-1	1	-2	1	0	-1	1	-1	-0.1
43	-2	1	0	0	1	-2	0	-1	1	0	0	-1	-1	1	-2	1	0	-1	1	-1	-0.1
44	1	0	-2	-1	1	1	0	0	0	1	0	-1	-1	1	0	1	0	0	0	-1	0
45	1	1	0	0	0	-2	0	1	1	0	0	-1	-1	0	0	0	0	0	1	-1	0
46	1	1	1	0	0	-1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	-1	0
47	1	0	1	1	-1	-1	1	0	1	1	1	0	-1	0	-1	1	-1	0	0	-1	0.15
48	-2	0	0	0	-1	0	1	-1	0	1	0	0	0	1	-2	1	0	0	0	-1	0.1
49	1	0	-2	-1	-1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	-2	1	0	0	0	-1	-0.15
50	0	1	0	-1	0	0	0	-1	0	1	0	-1	1	-1	1	0	0	0	-1	0	-0.25
51	1	1	0	0	1	-2	0	1	0	1	-1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0.05
52	-2	0	-1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	-1	0	0	1	0	0	-1	0.1
53	0	0	0	1	1	0	0	0	1	0	-1	0	-1	0	0	0	-1	0	0	-1	0
54	0	0	0	0	0	-1	0	0	1	0	-1	0	-1	0	0	0	-1	0	0	-1	-0.05
55	0	0	-1	1	1	-1	-1	-1	1	1	1	1	0	0	1	-1	0	1	2	0	0.25

No	GAP (KINERJA - HARAPAN)																				No
	Bukti Langsung				Keandalan				Daya Tanggap				Jaminan				Empati				
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	
86	-1	-2	0	0	0	-2	0	-1	-1	0	1	-2	0	2	-1	-1	0	-1	2	0	-0.35
87	0	-1	-2	-1	-1	0	0	0	1	1	0	-1	0	0	0	0	0	0	1	0	-0.15
88	0	-1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	-1	0	0	1	0	1	0	0	0	0.2
89	1	-1	-1	0	0	-2	0	0	1	0	-1	0	1	0	1	-2	0	-1	2	0	-0.1
90	-1	-2	-1	-1	0	1	0	0	0	-1	0	0	0	0	1	-2	-1	-1	0	1	-0.25
91	0	-3	-2	-2	-2	-2	-2	-1	-2	-1	-1	-1	-2	-1	0	-1	0	-1	-1	0	-0.25
92	0	0	1	-1	1	0	0	0	1	2	0	1	-1	0	-1	0	0	-1	-1	0	-1.25
93	0	-2	-1	0	0	-1	0	0	0	1	-1	0	-1	0	-1	0	0	0	-1	0	0.1
94	0	-1	-1	0	-1	1	0	1	0	1	-2	0	-1	1	1	0	-1	-1	2	-1	-0.25
95	0	-1	1	-1	0	0	-1	0	-1	-1	-1	-1	-1	0	0	0	-1	0	1	0	-0.35
96	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-3	-1	0	0	-1	1	1	0	1	1	-0.1
97	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
98	1	0	1	0	-1	1	0	0	0	1	-1	-1	0	0	1	0	-1	0	0	0	0
99	0	0	1	1	-1	-2	-1	-1	1	0	-1	-1	0	1	-2	0	0	0	0	1	-0.2
100	1	1	0	1	0	0	1	0	0	2	0	0	1	0	0	-1	0	0	1	2	0.45
101	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	1	-1	-1	0	-1	0	2	0
102	1	0	-1	0	0	-1	0	1	0	-1	1	0	0	0	0	-1	0	-1	0	0	-0.1
103	1	0	0	1	-1	-2	0	0	1	0	1	0	0	0	0	-1	0	-1	0	0	0.1
104	0	1	0	0	0	0	0	-1	0	1	-1	-1	1	-1	1	0	1	1	1	0	0.15
105	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
106	0	0	0	1	0	-1	0	0	1	-1	1	0	-1	0	0	0	-1	-1	0	1	-0.05
107	1	-1	1	-1	0	0	0	0	0	0	-1	0	-1	0	0	0	-1	0	0	-1	-0.2
108	0	-1	0	1	1	0	0	0	0	1	1	-1	0	0	1	1	0	0	-1	0	0.15
109	0	-1	1	0	1	0	0	0	0	0	-1	-1	0	0	1	0	-1	1	-1	0	-0.05
110	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	1	-1	0	-1	-2	-1	1	1	0	0.1
111	0	-2	0	0	1	-1	0	0	0	0	1	-1	0	1	1	0	2	2	-1	1	0.2
112	1	0	0	1	-1	0	1	0	-1	0	0	-1	0	0	-1	0	1	1	-1	0	0
113	0	-1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	-2	0	0	1	0	0	1	1	1	0.3
114	1	0	-1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	-1	1	0	-1	0.3
115	1	0	0	0	0	1	-1	-1	0	1	0	0	0	1	2	-1	0	-1	1	1	0.1
116	1	0	-1	0	0	1	0	0	0	0	-1	0	2	1	1	1	-1	0	0	0	0.25
117	0	0	0	1	1	0	0	-1	1	0	0	1	-1	1	1	1	0	0	-1	1	0.25
118	0	1	-1	0	1	-1	1	0	0	1	0	1	-1	0	-1	1	-1	0	0	1	0.1
119	1	1	1	-1	0	2	1	-1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0.45
120	1	-1	-2	0	-1	-2	-1	0	-1	0	0	-1	1	0	1	1	-1	0	1	1	-0.2
121	0	1	0	0	0	0	0	-1	0	1	0	-1	1	-1	1	0	0	0	1	1	0.15
122	1	2	0	0	-1	0	0	0	1	0	0	-1	0	0	0	0	0	0	0	1	0.15
123	-2	0	0	0	-1	0	1	-1	0	1	0	1	0	1	-2	1	0	1	1	1	0.1
124	1	-1	1	2	-1	-1	1	0	1	1	1	0	-1	0	-1	1	0	1	0	1	0.3
125	1	1	1	1	0	-1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	1	1	0.45
126	1	1	0	1	0	-2	0	1	1	0	0	-1	0	0	0	0	2	1	1	1	0.15
Tot	6	-4	-13	-8	-2	-26	4	-18	19	52	-14	-3	-11	20	12	8	-10	5	13	-3	0.15
Rata2	0.06	-0.04	-0.13	-0.08	-0.02	-0.26	0.04	-0.18	0.19	0.52	-0.14	-0.03	-0.11	0.2	0.12	0.08	-0.1	0.05	0.13	-0.03	0.0135

Kantor Dinas Kesehatan Kabupaten...

LAMPIRAN III
HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS
Reliability

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KIN1	60.2917	46.9667	.3327	.8234
KIN2	60.1146	46.3552	.3921	.8195
KIN3	61.0729	47.2262	.3085	.8250
KIN4	59.9063	46.9069	.5388	.8123
KIN5	59.7188	47.8464	.4948	.8150
KIN6	60.8229	46.8630	.3451	.8225
KIN7	59.6250	47.5211	.5088	.8141
KIN8	59.9688	48.8095	.3616	.8202
KIN9	59.8958	46.9364	.5642	.8115
KIN10	59.7188	48.1622	.4899	.8157
KIN11	59.8750	47.8579	.3557	.8206
KIN12	60.0208	48.5469	.2843	.8243
KIN13	59.8021	48.4973	.4183	.8181
KIN14	60.2188	47.9201	.3651	.8200
KIN15	60.6042	48.0311	.2725	.8263
KIN16	60.0000	48.9053	.2972	.8231
KIN17	59.8750	47.1842	.5292	.8130
KIN18	59.7813	47.3938	.5556	.8126
KIN19	59.8958	48.1996	.4282	.8175
KIN20	59.9479	46.5130	.4708	.8146

Reliability Coefficients

N of Cases = 96.0 N of Items = 20

Alpha = .8260

Reliability

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR1	64.6146	23.9657	.4343	.7876
HAR2	64.6667	24.8982	.2614	.7976
HAR3	64.5729	24.3315	.4019	.7898
HAR4	64.5625	24.5013	.3510	.7925
HAR5	64.5938	24.1385	.4199	.7886
HAR6	64.5521	24.3130	.3559	.7922
HAR7	64.5625	24.0382	.4627	.7865
HAR8	64.6771	24.4104	.3697	.7914
HAR9	64.9896	24.5157	.3130	.7948
HAR10	65.1563	23.8385	.3950	.7899
HAR11	64.6250	24.4895	.3512	.7925
HAR12	64.6146	24.0920	.4286	.7881
HAR13	64.5833	23.9930	.4490	.7870
HAR14	64.5729	24.9630	.2616	.7974
HAR15	64.7188	24.4569	.3496	.7926
HAR16	64.9792	24.4206	.3543	.7923
HAR17	64.6667	24.6877	.2871	.7963
HAR18	64.7292	23.5890	.4311	.7875
HAR19	64.9271	24.3630	.3021	.7959
HAR20	64.8125	24.4697	.3230	.7942

Reliability Coefficients

N of Cases = 96.0 N of Items = 20

Alpha = .8001

**TABEL KORELASI PEARSON PRODUCT MOMENT
PADA α 5 %**

N	2-tailed	1-tailed	N	2-tailed	1-tailed
3	0.9969	0.9877	53	0.2704	0.2282
4	0.9500	0.9000	54	0.2679	0.2261
5	0.8783	0.8054	55	0.2654	0.2240
6	0.8114	0.7293	56	0.2630	0.2219
7	0.7545	0.6694	57	0.2607	0.2199
8	0.7067	0.6215	58	0.2584	0.2180
9	0.6664	0.5822	59	0.2562	0.2161
10	0.6319	0.5494	60	0.2540	0.2143
11	0.6021	0.5214	61	0.2519	0.2125
12	0.5760	0.4973	62	0.2499	0.2107
13	0.5529	0.4762	63	0.2479	0.2090
14	0.5324	0.4575	64	0.2459	0.2074
15	0.5140	0.4409	65	0.2440	0.2057
16	0.4973	0.4259	66	0.2421	0.2041
17	0.4821	0.4124	67	0.2403	0.2026
18	0.4683	0.4000	68	0.2385	0.2011
19	0.4555	0.3887	69	0.2368	0.1996
20	0.4438	0.3783	70	0.2351	0.1981
21	0.4329	0.3687	71	0.2334	0.1967
22	0.4227	0.3598	72	0.2318	0.1953
23	0.4132	0.3515	73	0.2302	0.1940
24	0.4044	0.3438	74	0.2286	0.1926
25	0.3961	0.3365	75	0.2271	0.1913
26	0.3882	0.3297	76	0.2256	0.1900
27	0.3809	0.3233	77	0.2241	0.1888
28	0.3739	0.3172	78	0.2226	0.1876
29	0.3673	0.3115	79	0.2212	0.1864
30	0.3610	0.3061	80	0.2198	0.1852
31	0.3550	0.3009	81	0.2185	0.1840
32	0.3494	0.2960	82	0.2171	0.1829
33	0.3440	0.2913	83	0.2158	0.1817
34	0.3388	0.2869	84	0.2145	0.1806
35	0.3338	0.2826	85	0.2132	0.1796
36	0.3291	0.2785	86	0.2120	0.1785
37	0.3246	0.2746	87	0.2107	0.1775
38	0.3202	0.2709	88	0.2095	0.1764
39	0.3160	0.2673	89	0.2084	0.1754
40	0.3120	0.2638	90	0.2072	0.1744
41	0.3081	0.2605	91	0.2060	0.1735
42	0.3044	0.2573	92	0.2049	0.1725
43	0.3008	0.2542	93	0.2038	0.1716
44	0.2973	0.2512	94	0.2027	0.1707
45	0.2940	0.2483	95	0.2016	0.1697
46	0.2907	0.2455	96	0.2006	0.1688
47	0.2876	0.2429	97	0.1995	0.1680
48	0.2845	0.2403	98	0.1985	0.1671
49	0.2816	0.2377	99	0.1975	0.1662
50	0.2787	0.2353	100	0.1965	0.1654
51	0.2759	0.2329	101	0.1955	0.1646
52	0.2732	0.2306	102	0.1946	0.1638

LAMPIRAN IV
KARAKTERISTIK RESPONDEN
Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	58	60.4	60.4	60.4
	Perempuan	38	39.6	39.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 25 th	20	20.8	20.8	20.8
	25 - 40 th	47	49.0	49.0	69.8
	>40 th	29	30.2	30.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<= SMU	34	35.4	35.4	35.4
	> SLTA	62	64.6	64.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Negeri /TNI / POLRI	11	11.5	11.5	11.5
	Karyawan Swasta / Wiraswasta	54	56.3	56.3	67.7
	Pelajar / Mahasiswa	25	26.0	26.0	93.8
	Ibu Rumah Tangga / Pensiunan	6	6.3	6.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Penghasilan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp.1.000.000	24	25.0	25.0	25.0
	<Rp.1.000.000 - 5.000.000	44	45.8	45.8	70.8
	> Rp.5.000.000	28	29.2	29.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

LAMPIRAN V
UJI WILCOXON
NPar Tests
Wilcoxon Signed Ranks Test

Test Statistics^c

	Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
HAR1 - KIN1	-.339 ^a	.735
HAR2 - KIN2	-.455 ^b	.649
HAR3 - KIN3	-1.543 ^b	.123
HAR4 - KIN4	-1.058 ^b	.290
HAR5 - KIN5	-.267 ^b	.789
HAR6 - KIN6	-2.744 ^b	.006
HAR7 - KIN7	-.541 ^a	.589
HAR8 - KIN8	-2.419 ^b	.016
HAR9 - KIN9	-2.403 ^a	.016
HAR10 - KIN10	-5.582 ^a	.000
HAR11 - KIN11	-1.464 ^b	.143
HAR12 - KIN12	-.372 ^b	.710
HAR13 - KIN13	-1.481 ^b	.139
HAR14 - KIN14	-3.086 ^a	.002
HAR15 - KIN15	-1.201 ^a	.230
HAR16 - KIN16	-.917 ^a	.359
HAR17 - KIN17	-1.250 ^b	.211
HAR18 - KIN18	-.662 ^a	.508
HAR19 - KIN19	-1.462 ^a	.144
HAR20 - KIN20	-.398 ^b	.690
HAR - KIN	-1.590 ^a	.112

- a. Based on positive ranks.
- b. Based on negative ranks.
- c. Wilcoxon Signed Ranks Test

ANALISIS DESKRIPTIF

Atribut	Jenis Kelamin	N	Mean
Memenuhi janji	Laki-laki	58	-0.24
	Perempuan	38	-0.32
	Total	96	-0.27
Selalu bersedia memberikan informasi	Laki-laki	58	-0.26
	Perempuan	38	-0.08
	Total	96	-0.19
Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan	Laki-laki	58	0.14
	Perempuan	38	0.29
	Total	96	0.20
Tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah	Laki-laki	58	0.53
	Perempuan	38	0.55
	Total	96	0.54
Menjaga kerahasiaan nasabah	Laki-laki	58	0.16
	Perempuan	38	0.29
	Total	96	0.21

Atribut	Usia	N	Mean
Memenuhi janji	< 25 th	20	-0.40
	25 - 40 th	47	-0.34
	>40 th	29	-0.07
	Total	96	-0.27
Selalu bersedia memberikan informasi	< 25 th	20	0.05
	25 - 40 th	47	-0.26
	>40 th	29	-0.24
	Total	96	-0.19
Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan	< 25 th	20	0.25
	25 - 40 th	47	0.19
	>40 th	29	0.17
	Total	96	0.20
Tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah	< 25 th	20	0.40
	25 - 40 th	47	0.53
	>40 th	29	0.66
	Total	96	0.54

Menjaga kerahasiaan nasabah	< 25 th	20	0.30
	25 - 40 th	47	0.26
	>40 th	29	0.07
	Total	96	0.21

Atribut	Pendidikan	N	Mean
Memenuhi janji	<= SMU	34	-0.32
	> SLTA	62	-0.24
	Total	96	-0.27
Selalu bersedia memberikan informasi	<= SMU	34	-0.15
	> SLTA	62	-0.21
	Total	96	-0.19
Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan	<= SMU	34	0.29
	> SLTA	62	0.15
	Total	96	0.20
Tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah	<= SMU	34	0.56
	> SLTA	62	0.53
	Total	96	0.54
Menjaga kerahasiaan nasabah	<= SMU	34	0.32
	> SLTA	62	0.15
	Total	96	0.21

Atribut	Pekerjaan	N	Mean
Memenuhi janji	Pegawai Negeri /TNI / POLRI	11	-0.36
	Karyawan Swasta / Wiraswasta	54	-0.11
	Pelajar / Mahasiswa	25	-0.52
	Ibu Rumah Tangga / Pensiunan	6	-0.50
	Total	96	-0.27
Selalu bersedia memberikan informasi	Pegawai Negeri /TNI / POLRI	11	-0.18
	Karyawan Swasta / Wiraswasta	54	-0.19
	Pelajar / Mahasiswa	25	-0.04
	Ibu Rumah Tangga / Pensiunan	6	-0.83
	Total	96	-0.19
Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan	Pegawai Negeri /TNI / POLRI	11	0.18
	Karyawan Swasta / Wiraswasta	54	0.24

	Pelajar / Mahasiswa	25	0.32
	Ibu Rumah Tangga / Pensiunan	6	-0.67
	Total	96	0.20
Tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah	Pegawai Negeri /TNI / POLRI	11	0.45
	Karyawan Swasta / Wiraswasta	54	0.76
	Pelajar / Mahasiswa	25	0.32
	Ibu Rumah Tangga / Pensiunan	6	-0.33
	Total	96	0.54
Menjaga kerahasiaan nasabah	Pegawai Negeri /TNI / POLRI	11	0.18
	Karyawan Swasta / Wiraswasta	54	0.20
	Pelajar / Mahasiswa	25	0.28
	Ibu Rumah Tangga / Pensiunan	6	0.00
	Total	96	0.21

Atribut	Penghasilan	N	Mean
Memenuhi janji	< Rp.1.000.000	24	-0.46
	<Rp.1.000.000 - 5.000.000	44	-0.30
	> Rp.5.000.000	28	-0.07
	Total	96	-0.27
Selalu bersedia memberikan informasi	< Rp.1.000.000	24	-0.08
	<Rp.1.000.000 - 5.000.000	44	-0.14
	> Rp.5.000.000	28	-0.36
	Total	96	-0.19
Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan	< Rp.1.000.000	24	0.21
	<Rp.1.000.000 - 5.000.000	44	0.25
	> Rp.5.000.000	28	0.11
	Total	96	0.20
Tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah	< Rp.1.000.000	24	0.54
	<Rp.1.000.000 - 5.000.000	44	0.55
	> Rp.5.000.000	28	0.54
	Total	96	0.54
Menjaga kerahasiaan nasabah	< Rp.1.000.000	24	0.21
	<Rp.1.000.000 - 5.000.000	44	0.16
	> Rp.5.000.000	28	0.29
	Total	96	0.21

LAMPIRAN VI
UJI KRUSKAL WALLIS

Test Statistics^{a,b}

	Memenuhi janji	Selalu bersedia memberikan informasi	Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan	Tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah	Menjaga kerahasiaan nasabah
Chi-Square	.162	.836	.593	.000	.831
df	1	1	1	1	1
Asymp. Sig.	.687	.360	.441	.990	.362

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Jenis Kelamin

Test Statistics^{a,b}

	Memenuhi janji	Selalu bersedia memberikan informasi	Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan	Tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah	Menjaga kerahasiaan nasabah
Chi-Square	1.384	2.495	.061	1.602	1.995
df	2	2	2	2	2
Asymp. Sig.	.501	.287	.970	.449	.369

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Usia

Test Statistics^{a,b}

	Memenuhi janji	Selalu bersedia memberikan informasi	Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan	Tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah	Menjaga kerahasiaan nasabah
Chi-Square	.224	.245	.900	.087	1.294
df	1	1	1	1	1
Asymp. Sig.	.636	.621	.343	.768	.255

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Pendidikan Terakhir

Test Statistics^{a,b}

	Memenuhi janji	Selalu bersedia memberikan informasi	Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan	Tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah	Menjaga kerahasiaan nasabah
Chi-Square	3.499	6.763	4.371	12.630	.997
df	3	3	3	3	3
Asymp. Sig.	.321	.080	.224	.006	.802

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Pekerjaan

Test Statistics^{a,b}

	Memenuhi janji	Selalu bersedia memberikan informasi	Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan	Tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah	Menjaga kerahasiaan nasabah
Chi-Square	1.827	2.574	.238	.064	.757
df	2	2	2	2	2
Asymp. Sig.	.401	.276	.888	.969	.685

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: Penghasilan

