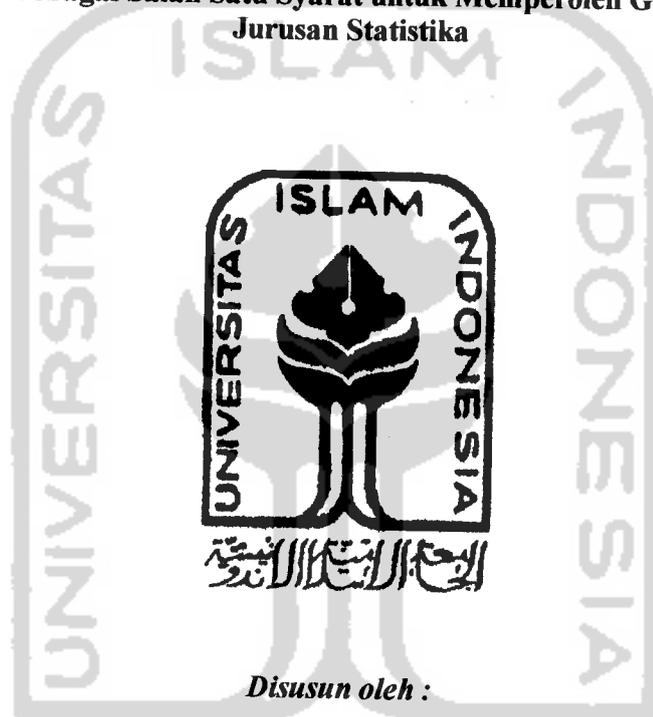


**ANALISIS KEPUASAN NASABAH BRI DITINJAU DARI
ASPEK PELAYANAN DAN FASILITAS**

**(Studi Kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia
Cik Di Tiro, Jogjakarta)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Jurusan Statistika**



Disusun oleh :

Nama : Retno Kurniyanti

NIM : 00 611 037

**JURUSAN STATISTIKA
FAKULTAS MATEMATIKA DAN ILMU PENGETAHUAN ALAM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
JOGJAKARTA
2004**

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

ANALISIS KEPUASAN NASABAH BRI DITINJAU DARI ASPEK PELAYANAN DAN FASILITAS

(Studi Kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia
Cik Di Tiro, Jogjakarta)

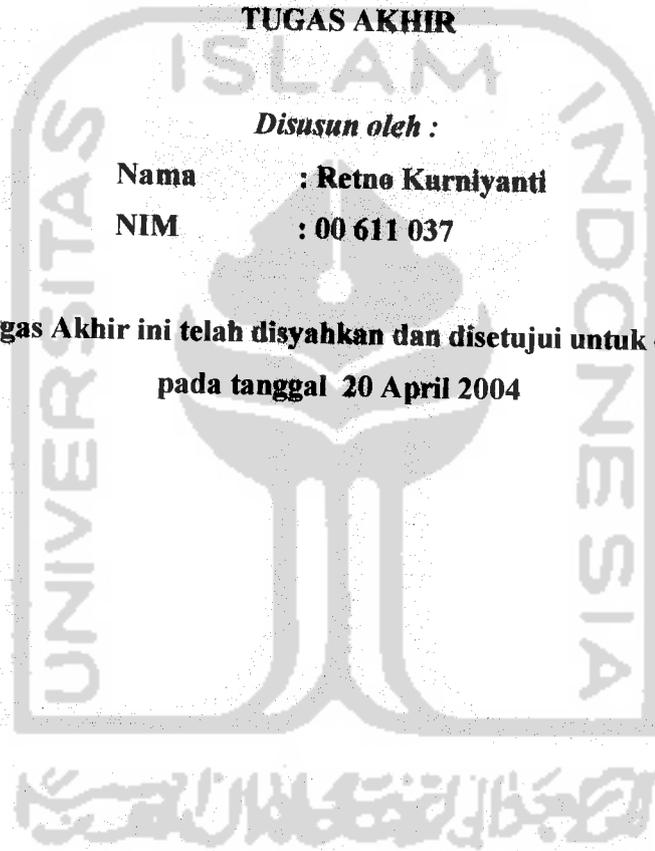
TUGAS AKHIR

Disusun oleh :

Nama : Retno Kurniyanti

NIM : 00 611 037

Tugas Akhir ini telah disyahkan dan disetujui untuk diuji
pada tanggal 20 April 2004



Dosen Pembimbing 1

(Drs. Zulaela, Dipl.Med. Stats., M.Si)

Dosen Pembimbing 2

(Rohmatul Fajriyah, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

ANALISIS KEPUASAN NASABAH BRI DITINJAU DARI ASPEK PELAYANAN DAN FASILITAS (Studi Kasus pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cik Di Tiro, Jogjakarta)

TUGAS AKHIR

Disusun oleh :

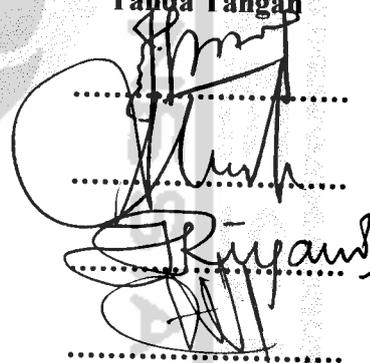
Nama : Retno Kurniyanti
NIM : 00 611 037

Telah Dipertahankan Dihadapan Panitia Penguji sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Jurusan Statistika Fakultas Matematika
dan Ilmu Pengetahuan Alam Universitas Islam Indonesia
Pada Tanggal : 20 April 2004

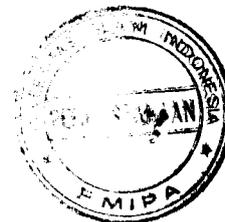
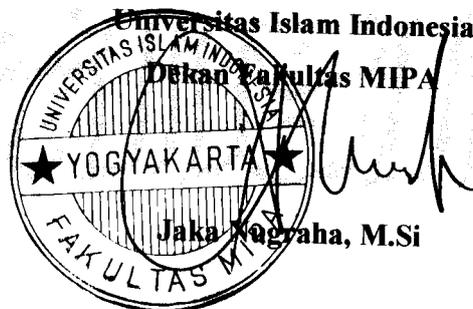
Tim Penguji :

1. Drs. Zulaela, Dipl.Med. Stats., M.Si
2. Jaka Nugraha, M.Si
3. Kariyam, M.Si
4. Rohmatul Fajriyah, M.Si

Tanda Tangan



Mengetahui



HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya kecil ini Aku persembahkan untuk :

- ✓ *Ayahanda dan Ibunda tercinta atas kasih sayang yang senantiasa mengalir bersama do'a dan Segala Pengorbanannya yang tanpa pamrih.*
- ✓ *Kakak dan Adik tercinta atas segala perhatian, dorongan dan pengorbanannya.*
- ✓ *Seluruh Keluarga atas segala dukungannya.*
- ✓ *Ponakan-ponakanku atas segala keceriaan dan kelucuannya sehingga membuatku selalu gembira*

HALAMAN MOTTO

“Ya Tuhan kami, berikanlah kami kebahagiaan di dunia dan kebahagiaan di akhirat serta jauhkanlah kami dari siksa neraka”.
(Q.S. Al Baqarah : 201)

“Ya Allah! Tak ada kemudahan melainkan apa-apa yang Engkau mudahkan, Engkau menjadikan kesusahan dengan mudah Engkau kehendaki, Do’a menyelesaikan segala urusan”. (H.R. Ibnu Hibban)

Sabda Rasulullah :

“Barang siapa menginginkan (kebahagiaan), maka ia harus memiliki ilmunya; barang siapa menghendaki (kebahagiaan), maka ia harus memiliki ilmunya dan siapapun yang ingin meraih keduanya, maka ia harus memiliki ilmunya”

“Kemenangan kita yang paling besar bukanlah karena kita pernah jatuh, melainkan karena kita bangkit setiap kali kita jatuh”.
(Confisius)

“Hidup adalah perjuangan tanpa henti, kemenangan saat ini bukanlah berarti kemenangan saat nanti, kemenangan bukanlah segalanya”

“Keep Struggle For Your Life”

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Shalawat serta salam juga penulis haturkan keharibaan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para pengikutnya sampai akhir zaman.

Penulisan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana di Jurusan Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta. Penulisan Tugas Akhir ini didasarkan atas penelitian lapangan dan ditunjang dengan studi pustaka yang relevan selama penulis melakukan penelitian.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Tugas Akhir ini masih banyak memiliki kekurangan dan masih jauh dari kesempurnaan, meski segenap pengetahuan dan kemampuan telah penulis curahkan. Oleh karenanya, kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan senang dan berbangga hati.

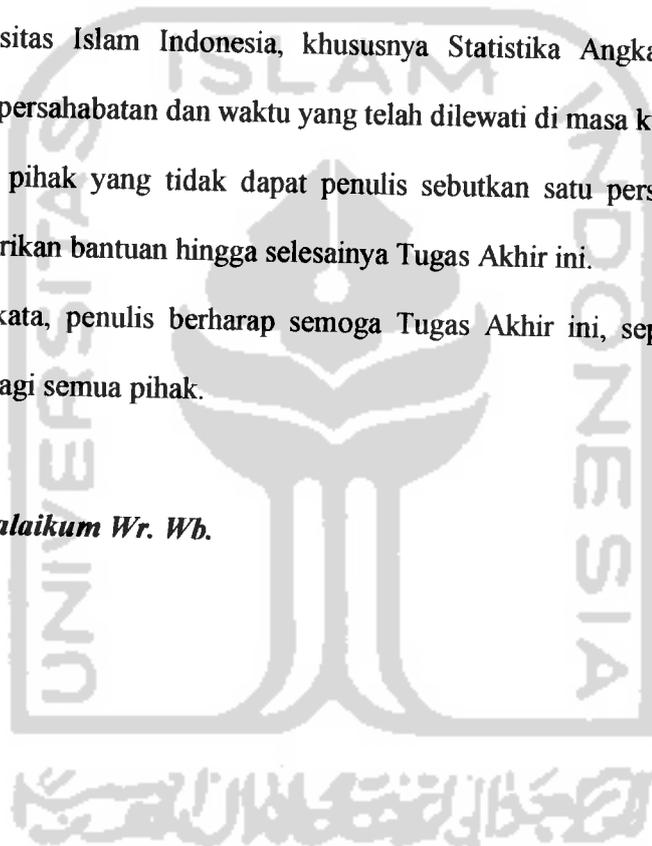
Pada kesempatan ini pula, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada :

1. Bapak Jaka Nugraha, M.Si., selaku Dekan Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta.
2. Bapak Drs. Zulaela, Dipl.Med Stats. M.Si., selaku Dosen Pembimbing I, yang juga telah memberikan bimbingan dan pengetahuan tentang ilmu statistika.
3. Ibu Rohmatul Fajriyah, M.Si., selaku Ketua Jurusan Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Islam Indonesia, Jogjakarta, dan selaku Dosen Pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan dengan sabar dan atas dukungannya sehingga penulis terpacu untuk menyelesaikan tugas akhir ini sesuai dengan target.
4. Bapak Sugiyatno, selaku Manager Operasional, yang telah memberikan ijin dan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di Bank Rakyat Indonesia Cik Di Tiro, Jogjakarta.
5. Seluruh Staf Bank Rakyat Indonesia yang telah membantu penulis selama melakukan penelitian.
6. Seluruh Dosen Jurusan Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Islam Indonesia, yang telah dengan sabar memberikan pengetahuan tentang ilmu statistika sehingga menambah wawasan ilmu bagi penulis.
7. Bapak Supriyadi sekeluarga, selaku pemilik kost-kostan yang telah menerima penulis sebagai anak asuhnya selama di rantau ini dan juga atas kekeluargaan dan kepercayaannya.

8. BE 6013 GB, yang telah mengantarku kemana saja sehingga aku memperoleh banyak pengetahuan dan tidak *Sebego* dirimu.
9. Sohib-sohibku Ratna, Nensi, Sukma, Maya “Come On Honey Keep Friendship and Struggle For Your Future” serta teman-teman kostku Dani 131 dan Pipin, atas bantuan, nasehat, dukungan dan persahabatannya.
10. Teman-teman Statistika, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Islam Indonesia, khususnya Statistika Angkatan 2000, atas segala persahabatan dan waktu yang telah dilewati di masa kuliah.
11. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah memberikan bantuan hingga selesainya Tugas Akhir ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga Tugas Akhir ini, sepenuhnya dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Jogjakarta, April 2004



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
INTISARI	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Gambaran Umum Bank Rakyat Indonesia.....	8
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Batasan Masalah	12
1.5 Tujuan Penelitian	12
1.6 Manfaat Penelitian	13
1.7 Sistematika Penulisan	13
BAB II LANDASAN TEORI PENUNJANG	
2.1 Pengertian Pemasaran, Jasa, Bank, dan Nasabah.....	15
2.2 Konsep Pemasaran Perbankan.....	20
2.3 Pengertian Kepuasan dan Pengelolaan Pelayanan.....	24
2.4 Metode Analisis Data.....	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Obyek dan Tempat Penelitian.....	47

3.2 Pengumpulan Data dan Penentuan Sampel.....	47
3.3 Pembuatan Kuesioner.....	52
3.4 Indeks dan Skala.....	55
3.5 Tahap-tahap Pelaksanaan Penelitian.....	58

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Data Penelitian.....	62
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	62
4.3 Analisis Dengan Diagram Pareto.....	68
4.4 Analisis Korelasi.....	71
4.5 Analisis Kinerja Kepuasan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan.....	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Tabel Pengujian Validitas Kuesoner.....	62
Tabel 4.2	Tabel Pengujian Reliabilitas Kuesioner.....	65
Tabel 4.3	Tabel Out Put Korelasi dengan program SPSS.....	
Tabel 4.4	Tabel perhitungan rata-rata dari penilaian pelaksanaan dan penilaian kepentingan pada faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah BRI.....	73
Tabel 4.5	Tabel hasil analisis dari tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja/pelaksanaannya.....	75
Tabel 4.6	Tabel perhitungan tingkat kesesuaian responden.....	76



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Diagram Kartesius.....	45
Gambar 4.1	Diagram Pareto Mengenai Ketidakpuasan Nasabah.....	68
Gambar 4.2	Diagram Kartesius dari Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia.....	75



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Validitas dan Reliabilitas
 - 2.1 Data Validitas
 - 2.2 Data Reliabilitas
- Lampiran 3 Data Seluruhnya
- Lampiran 4 Data Perhitungan Bobot Penilaian Pelaksanaan dan Penilaian Kepentingan Pada Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah BRI
- Lampiran 5 Out Put Validitas
- Lampiran 6 Out put Reliabilitas
- Lampiran 7 Tabel r
- Lampiran 8 Surat Keterangan



INTI SARI

Penelitian yang dilakukan dalam rangka Tugas Akhir ini dilaksanakan di sebuah perusahaan yang bergerak di bidang perbankan, yaitu Bank Rakyat Indonesia yang didirikan pada tanggal 16 Desember 1895 cabang Cik Di Tiro, Jogjakarta. Masalah kepuasan pelayanan dan fasilitas adalah hal yang penting untuk diteliti guna memberikan rasa percaya pada nasabah untuk senantiasa setia menjadi nasabah Bank Rakyat Indonesia. Untuk mengetahui adanya hubungan antara kepuasan pelayanan dan kepuasan fasilitas digunakan analisis korelasi. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah digunakan metode *Important-Performance Analysis* atau Analisis Tingkat Kepuasan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan. Dari hasil analisis yang didapat diperoleh bahwa terdapat hubungan antara kepuasan pelayanan dan kepuasan fasilitas, yaitu sebesar 67.7 %. Sedangkan yang menjadi Prioritas utama agar dapat dilakukan peningkatan secara terus-menerus oleh pihak manajemen bank adalah waktu yang diperlukan dalam antrian, teller siap ditempat ketika mereka diperlukan, kemampuan Bank cepat tanggap dalam menghadapi keluhan yang disampaikan nasabah, keberadaan ATM dan banyaknya ATM yang ada di berbagai daerah. Faktor yang banyak mendapat keluhan dari nasabah adalah mengenai lamanya antrian, yaitu sebesar 37.1 %.

Kata kunci : kepuasan, nasabah, pelayanan, fasilitas, analisis korelasi, Analisis Tingkat Kepuasan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

1.1.1 Perkembangan Perbankan di Indonesia

Sejak pra perang dunia kedua kita hanya mengenal beberapa bank, diantaranya bank Belanda, bank Inggris, bank Cina dan bank Jepang disamping bank-bank perkreditan rakyat (*Algemene Volks Credit Bank*). Salah satu bank Belanda saat itu adalah "*De Yavasche Bank*" yang sifatnya semi pemerintah dan bertindak sebagai bank sentral disamping menjalankan tugas sebagai bank komersial. Tugas utama bank-bank tersebut adalah memberikan kredit jangka pendek untuk membiayai ekspor, impor dan perusahaan-perusahaan perkebunan asing serta perusahaan-perusahaan lainnya.

Kemudian dimasa perjuangan kemerdekaan, didirikan dua bank, masing-masing Bank Negara dan Bank Rakyat Indonesia. Selanjutnya di tahun lima puluhan didirikan pula beberapa Bank Pemerintah lainnya, Bank Tani dan Nelayan, Bank Umum Negara dan Bank Tabungan Pos yang selanjutnya dilebur menjadi Bank Tabungan Negara pada tahun 1963.

Selama periode tahun 1960 – 1965 perkembangan industri perbankan kita terlambat akibat keadaan perekonomian yang sangat memprihatinkan. Periode ini merupakan masa suram bagi industri perbankan Indonesia. Pada tahun 1967, pemerintah Indonesia mengeluarkan Undang-undang Perbankan, sehingga sejak dekade ini industri Perbankan Indonesia mengalami kemajuan, salah satu

kebijaksanaan Pemerintah tersebut adalah anjuran agar bank-bank swasta nasional melakukan penggabungan (*merger*). Penyederhanaan jumlah bank ini ditujukan untuk memudahkan pemerintah melakukan pembinaan dan pengawasan.

Perkembangan Lembaga Perbankan sangat pesat sekali sejak dikeluarkan kebijakan PAKTO 27 Oktober 1988, pertumbuhan bank menjamur dimana-mana sehingga mengubah orientasi Lembaga Perbankan dalam segi manajemen, teknologi, sumber daya manusia dan lain-lain. Deregulasi di bidang perbankan yang dicanangkan Pemerintah melalui PAKTO 27 ini mengakibatkan persaingan antara bank makin ketat dan menjadi semakin sengit. Keadaan ini membuat Pengusaha perbankan lebih berorientasi lagi pada nasabah, sumber daya manusia, dan penggunaan peralatan teknologi canggih bagi operasinya.

1.1.2. Perkembangan Pemasaran Perbankan

Sebagaimana halnya dengan perkembangan perbankan, perkembangan pemasaran perbankan juga mengalami perubahan-perubahan. Pada mulanya pemasaran perbankan ini lebih dikenal pertama kalinya di Amerika Serikat sekitar tahun 1960. Pemasaran perbankan yang tadinya terlalu komersil dalam orientasi pemikirannya, berubah menjadi semakin memperhatikan pelayanan untuk nasabahnya sampai pada hal yang sekecil-kecilnya. Perubahan ini dianggap penting untuk dapat mengetahui apa sesungguhnya yang dibutuhkan nasabah.

Perkembangan pemasaran perbankan sejak tahun 1970 mengalami perubahan lagi, dimana perhatian lebih tertuju pada nasabah untuk lebih dibina lagi menuju pelayanan secara tradisional, namun sudah mulai memperhatikan

teknologi dan sumber daya manusianya. Bank yang pada mulanya lebih mengutamakan ahli pembukuan, pada tahun 1970 ini sudah mulai banyak menggunakan Sarjana, yaitu Sarjana Ekonomi yang memiliki latar belakang keahlian dalam bidang pemasaran. Dengan demikian Bank sudah menganggap bahwa pemasaran perbankan perlu mendapatkan perhatian yang serius, sehingga perlunya meningkatkan keterampilan teknologi dalam perencanaan, riset dan bauran pemasaran (produk, promosi, distribusi dan harga).

Konsep pemasaran harus didukung dengan manajemen perbankan yang baik dan struktur organisasi perbankan yang tepat serta didukung pula oleh penggunaan teknologi dalam operasinya.

Sejak PAKTO 27, pemasaran perbankan makin terasa sekali pentingnya, dimana setiap bank harus mampu menciptakan pelayanan yang memuaskan nasabah di satu pihak dan menguntungkan perusahaan di lain pihak. Di samping itu pemasaran perbankan juga harus mampu memperhatikan perkembangan perekonomian dalam dan luar negeri. Kejelian dalam memanfaatkan bauran pemasaran setepat-tepatnya merupakan faktor yang menentukan pula kemajuan bank. Apalagi setelah adanya pengketatan uang oleh Pemerintah, setiap bank berlomba-lomba merebut pasar sasaran (nasabah) atau calon nasabah melalui kombinasi bauran pemasaran yang menarik.

Bank-bank melakukan usaha bersama untuk menarik usaha eceran pelanggan (nasabah). Gedung dan susunan kantor kini dirancang untuk memancarkan citra kehangatan, keramahan dan keluwesan.

Memikat orang ke Bank itu mudah, membuat mereka menjadi pelanggan (nasabah) yang setia, itulah yang sulit. Bank-bank mulai merumuskan konsep yang lebih luas tentang pemasaran, yaitu mencoba menyenangkan pelanggan (nasabah). Para bankir harus mulai belajar tersenyum, petugas harus dilatih, sekat pemisah harus dihilangkan dari loket kasir, interior harus dirancang agar menciptakan suasana hangat dan bersahabat.

Beberapa bank mulai menyadari bahwa mereka berada dalam bidang usaha memenuhi kebutuhan keuangan yang makin berkembang bagi pelanggan (nasabah) mulai berpikir bagaimana terus-menerus melakukan inovasi pelayanan baru dan bernilai bagi pelanggan, seperti kartu kredit bank (*bank credit cards*), rencana Tabungan hari raya serta pinjaman bank otomatis.

Penentuan posisi (*positioning*) merupakan suatu usaha untuk membedakan suatu bank dengan para pesaingnya dalam hal-hal yang nyata agar dapat menjadi bank yang disukai oleh segmen pasar tertentu.

Akhirnya konsep pemasaran bank yang modern adalah apakah bank itu telah membangun sistem yang efektif serta efisien untuk analisis, dan pengendalian pemasaran yang baik.

Sebagai salah satu bank yang menyadari akan persaingan besar dalam dunia perbankan dewasa ini, dimana pelayanan atau *service* menjadi salah satu kunci utama keberhasilan suatu Bank dalam memenangkan persaingan, maka Bank sudah sejak dini berusaha mengantisipasinya. Hal ini terbukti dengan adanya motto :”PARAS” atau “ Pelanggan adalah Raja Selalu”, dimana maksud motto ini adalah agar karyawan menyadari bahwa bank dapat menjalankan usaha

karena ada nasabah/pelanggan, sehingga dalam berhubungan dengan nasabah/pelanggan mereka harus berusaha dengan sekuat tenaga untuk membantu nasabah-nasabah dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka di bidang perbankan. Hal ini berarti pula bahwa para karyawan atau pegawai Bank harus memperlakukan nasabah-nasabah dengan ramah dan sopan.

Bank dalam upaya mengantisipasi persaingan telah melakukan berbagai perubahan dalam segi pelayanan sesuai dengan petunjuk Direksi Bank yang dituangkan melalui surat-surat edaran maupun petunjuk-petunjuk langsung melalui telek.

Sebagai langkah awal dilakukan pembinaan terhadap Sumber Daya Manusia, berupa pendidikan, latihan, lokakarya atau sareshan dalam lingkungan Bank sendiri maupun lingkup nasional. Pendidikan terhadap petugas yang berhubungan dengan nasabah (teller) agar mereka dapat berkomunikasi dengan nasabah secara lebih efektif. Pendidikan tersebut mencakup juga bagaimana mereka harus berpenampilan yang baik dilihat dari dan cara merawat diri sehingga selalau tampil menarik pada waktu menghadapi nasabah yang datang.

Adapun peningkatan pelayanan yang perlu dilakukan Bank khususnya dalam meningkatkan jumlah nasabah adalah sebagai berikut :

1. Penetapan suku bunga yang bersaing
2. Berusaha meningkatkan pelayanan dengan lebih baik lagi
3. Menciptakan dan mengubah *lay out* (ruang pelayanan) sedemikian rupa sehingga memberikan perasaan nyaman pada nasabah yang datang.

Disamping itu juga Bank bisa menyediakan minuman, permen, secara cuma-

cuma kepada nasabah yang datang, dan TV yang berdekatan dengan ruang tunggu

4. Kelancaran hubungan
5. Membuka kantor-kantor kas di berbagai daerah yang diperkirakan mempunyai banyak nasabah atau calon nasabah yang potensial sehingga mereka dapat mendatangi kantor kas terdekat dengan tempat tinggal mereka dan tidak perlu ke kantor pusat
6. Ekstra benefit yang menarik (memberikan undian berhadiah)
7. Pemberian *discount*
8. Improvement, mengadakan perbaikan pelayanan terhadap produk-produk bank baik yang telah diterima nasabah sehingga kepuasan nasabah dapat terjamin
9. Memantapkan sistem pengoperasian komputer bukan saja dari segi *software* dan *hardware* tetapi juga tenaga pelaksanaanya.

Persaingan di dunia bisnis saat ini sangat ketat, baik dalam pasar dalam negeri/domestik maupun pasar luar negeri. Apabila Indonesia telah memberlakukan adanya *Asean Free Trade Area* (AFTA) pada tahun 2002, berarti para pelaku bisnis yang ada di dalam negeri selain mereka harus bersaing dengan pelaku bisnis lokal harus bersaing dengan pelaku bisnis asing. Untuk memenangkan persaingan, suatu perusahaan atau instansi harus mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan, misal dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harga lebih murah, pelayanan yang lebih baik dari para pesaingnya, dan lain sebagainya.

Kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan atau nasabah menjadi topik yang hangat dibicarakan dalam tingkat nasional, internasional, industri dan perusahaan jasa. Kepuasan pelanggan atau nasabah ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki pelanggan, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi tiap perusahaan.

Alat atau instrumen pengukuran dapat membantu kita untuk memahami dan meramalkan dunia kita secara lebih baik, misalnya kalau ternyata hasil penelitian pasar menunjukkan bahwa lebih dari 90 % pelanggan merasa puas, sehingga kita lebih yakin untuk meramalkan bahwa hasil penjualan yang akan datang akan meningkat.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan/nasabah dan menyadari kalau perubahan dalam pendapat mereka terjadi pada produk atau jasa kita, maka kita memerlukan suatu ukuran yang secara akurat dapat menilai sikap para pelanggan.

Persepsi pelanggan mengenai mutu suatu jasa dan kepuasan menyeluruh, mereka punya beberapa indikator/petunjuk yang bisa dilihat. Pelanggan mungkin tersenyum ketika mereka membicarakan kepuasan mengenai suatu barang atau jasa. Senyum mungkin suatu bukti bahwa mereka puas, sedangkan cemberut mungkin mencerminkan kekecewaan. Kedua persepsi di atas merupakan suatu konstruk yang disebut sebagai kepuasan pelanggan. Istilah kepuasan pelanggan dan persepsi mutu merupakan label yang kita gunakan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa. Kalau

para pelanggan menunjukkan hal-hal bagus tentang suatu produk atau jasa, ini berarti mengindikasikan perilaku positif dan sebaliknya.

1.2 Gambaran Umum Bank Rakyat Indonesia

Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Aria Wirjaatmadja dengan nama *Hulp-en Spaarbank Der Inlandsche Bestuurs Ambtenaren* atau Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi yang berkebangsaan Indonesia (pribumi) yang didirikan pada tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Pendiri Bank Rakyat Indonesia Raden Aria Wirjaatmadja pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Adanya situasi perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Pada waktu itu melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuk Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani Nelayan dan *Nederlandsche Maatschappij* (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No. 9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan Nelayan.

Setelah berjalan selama satu bulan keluar Penpres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan Bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam

ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (*Exim*). Berdasarkan Undang-Undang No. 14 tahun 1967 tentang Undang-undang Pokok Perbankan dan Undang-undang No. 13 tahun 1968 tentang Undang-undang Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rular dan Ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua Bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan Undang-undang No. 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai Bank Umum.

Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-undang perbankan No. 7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) yang kepemilikannya masih 100% ditangan Pemerintah. PT. BRI (Persero) yang didirikan sejak tahun 1895 didasarkan pelayanan pada masyarakat kecil sampai sekarang tetap konsisten, yaitu dengan fokus pemberian fasilitas kredit kepada golongan pengusaha kecil. Hal ini antara lain tercermin pada perkembangan penyaluran KUK pada tahun 1994 sebesar Rp. 6.419,8 milyar yang meningkat menjadi Rp. 8.231,1 milyar pada tahun 1995 dan pada tahun 1999 sampai dengan bulan September sebesar Rp. 20.466 milyar. Seiring dengan perkembangan dunia perbankan yang semakin pesat, maka sampai saat ini Bank Rakyat Indonesia mempunyai Unit Kerja yang berjumlah 4.447 buah, yang terdiri dari 1 Kantor Pusat BRI, 12 Kantor Wilayah, 12 Kantor Inspeksi /SPI, 170 Kantor Cabang(Dalam Negeri), 145 Kantor Cabang

Pembantu, 1 Kantor Cabang Khusus, 1 New York Agency, 1 Caymand Island Agency, 1 Kantor Perwakilan Hongkong, 40 Kantor Kas Bayar, 6 Kantor Mobil Bank, 193 P.POINT, 3.705 BRI UNIT dan 357 Pos Pelayanan Desa.

Sebagai bank yang merakyat, diharapkan Bank Rakyat Indonesia dapat memberikan layanan yang terbaik kepada nasabahnya. Sebagai salah satu bank komersial terkemuka Bank Rakyat Indonesia selalu ingin mengutamakan kepuasan pelanggan/nasabah. Bank Rakyat Indonesia juga memiliki beberapa misi, yaitu Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat, memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional dengan melaksanakan praktek *good corporate governance*, memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak - pihak yang berkepentingan.

Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh Bank Rakyat Indonesia adalah menjadi bank sehat dan salah satu dari lima bank terbesar dalam asset dan keuntungan, menjadi bank terbesar dan terbaik dalam pengembangan usaha mikro, kecil dan menengah, menjadi bank terbesar dan terbaik dalam pengembangan agribisnis, menjadi salah satu bank *go publik* terbaik, menjadi bank yang melaksanakan *good corporate governance* secara konsisten dan menjadikan budaya kerja BRI sebagai sikap dan perilaku semua insan BRI.

(Sumber : Homepage Bank Rakyat Indonesia : www.bri.co.id)

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, maka dapat diambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan atau nasabah terhadap kinerja BRI Cik Dik Tiro ditinjau dari kesenjangan antara jasa pelayanan yang dialami dengan jasa pelayanan yang diharapkan ?
2. Apakah ada hubungan antara rata-rata kepuasan pelayanan dan rata-rata kepuasan fasilitas nasabah yang diberikan BRI?
3. Manakah yang menjadi prioritas utama agar dapat dilakukan peningkatan secara terus-menerus ?

1.4 Batasan Masalah

Agar pembahasannya tetap dan tidak terlalu meluas, maka dalam penelitian diberikan batasan-batasan masalah sebagai berikut :

1. Ruang lingkup penelitian dilakukan di BRI Cik Dik Tiro, Jogjakarta.
2. Pelanggan adalah nasabah BRI.
3. Bidang yang tidak berhubungan dengan bidang di atas dianggap berada di luar bidang penelitian.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana kesesuaian antara tingkat kepuasan pelanggan atau nasabah terhadap kinerja BRI Cik Dik

pen

pen

BAB II : LAI

Bab

men

BAB III : ME

Bab

serta

BAB IV : HAS

Bab

dari

judu

BAB V : PEN

Bab

Tiro ditinjau dari kesenjangan antara jasa pelayanan yang dialami dengan jasa pelayanan yang diharapkan

2. Untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara rata-rata kepuasan pelayanan dan rata-rata kepuasan fasilitas nasabah yang diberikan BRI.
3. Untuk menentukan prioritas utama agar dapat dilakukan peningkatan secara terus-menerus.

1.6 Manfaat Penelitian

Dalam berbagai kegiatan, termasuk penelitian ini, tidak akan mempunyai arti ataupun nilai lebih bila hasil dari kegiatan tersebut tidak ditindak lanjuti atau dengan kata lain tidak diimplementasikan. Dari penelitian yang dilakukan diharapkan akan memberi manfaat sebagai berikut :

1. Secara teoritik diharapkan dapat mengetahui sejauh mana teori-teori yang ada dapat diterapkan dilapangan atau dunia sesungguhnya.
2. Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi BRI guna perbaikan dan peningkatan kinerja terhadap pelayanan yang akan dilakukan di masa datang.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan dalam penulisan tugas akhir ini dapat diuraikan sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan secara ringkas isi dari laporan penelitian yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan metodologi

BAB II

LANDASAN TEORI PENUNJANG

2.1. Pengertian Pemasaran, Jasa, Bank dan Nasabah

Perkembangan pemasaran berawal dari tukar-menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan uang ataupun logam mulia. Dengan perkembangan ilmu pengetahuan, maka semakin dibutuhkannya suatu alat tukar yang berlaku secara umum dan untuk itulah diciptakan uang.

2.1.1. Pengertian pemasaran

a. Philip Kotler

“Marketing is social and managerial process by which individuals and groups obtain what they need and want through creating, offering, and exchanging products of value with-others”

Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial yang mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan penukaran serta nilai.

b. William J. Stanton, Micael J. Etzel, Bruce J Walker

“Marketing is total system of buisiness designed, to plan, price, promote and distribute want satisfying products to target markets to achieve organizational objective.”

Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang, untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan

mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan organisasi.

c. Warren J. Keegen

“Marketing is process of focusing the resources and objectives of organizational on environmental opportunities and needs.”

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang fokusnya adalah sumber daya manusia dan bertujuan untuk memanfaatkan peluang-peluang pasar secara global.

2.1.2 Pengertian Jasa

Berikut ini merupakan pengertian jasa menurut beberapa ahli :

a. Philip Kotler (1994 : 464):

“ A service is an act or performance that one party can offer to another that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything. Its production may or may not be tied to physical product.”

Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak pada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya mungkin atau mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

b. William J. Stanton, Micael J. Etzel, Bruce J Walker

“Services are identifiable, intangible activities that are the main object of transaction designed to provide want satisfaction to customers.”

Jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasi dan tidak berwujud yang merupakan tujuan penting dari suatu rencana transaksi guna memberikan kepuasan pada konsumen.

c. Kesimpulan

Jasa adalah kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu dan tujuan akhirnya memberikan kepuasan pada konsumen.”

Jasa pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan atau nasabah lebih dapat berpartisipasi secara 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/nasabah terhadap kinerja (penampilan) yang ditawarkan oleh pihak produsen.

Karakteristik jasa

Menurut Philip Kotler (1994) karakteristik jasa dapat dibedakan sebagai berikut :

◆ *Intangible* (tidak berwujud)

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

◆ *Inseparable* (tidak dapat dipisahkan)

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

◆ *Variability* (bervariasi)

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

◆ *Perishability* (tidak tahan lama)

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

Suatu cara perusahaan atau instansi untuk tetap dapat unggul bersaing adalah memberikan jasa dengan kualitas yang lebih tinggi dari pesaingnya secara konsisten. Harapan pelanggan dibentuk oleh masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan atau instansi yang bergerak di bidang jasa, kemudian dibandingkan.

Ada 5 (lima) determinan kualitas jasa yang dapat dirincikan sebagai berikut (Kotler, 1994) :

1. Keandalan (*reliability*).

Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat guna dan terpercaya.

2. Keresponsifan (*responsiveness*).

Kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan.

3. Keyakinan (*confidence*).

Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemauan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan atau "*assurance*".

4. Empati (*emphaty*).

Syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan.

5. Berwujud (*tangible*).

Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel dan media komunikasi.

2.1.3 Pengertian Bank dan Nasabah

Berikut ini merupakan beberapa pengertian bank :

a. LPPI (Lembaga Perkembangan Perbankan Indonesia)

Bank adalah badan usaha di bidang keuangan yang menarik uang dari dan menyalurkan ke dalam masyarakat, terutama dengan memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

b. Undang-undang Republik Indonesia tahun 1967

Bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang.

Berikut ini merupakan beberapa pengertian nasabah :

a. Kamus Perbankan

Nasabah adalah orang atau badan yang mempunyai rekening simpanan atau pinjaman pada bank.

b. J. Panglaykim

Nasabah adalah konsumen-konsumen sebagai penyedia dana dan pemakai dana.

2.2 Konsep Pemasaran Perbankan

2.2.1 Pengertian Konsep Pemasaran Perbankan

Pada dasarnya pengertian konsep pemasaran mempunyai persamaan dengan konsep pemasaran perbankan. Konsep pemasaran (produksi) berorientasi pada kebutuhan konsumen, sedangkan konsep pemasaran perbankan berorientasi pada konsumen (nasabah). Pengertian konsep pemasaran perbankan adalah dasar pemikiran bagaimana caranya aktivitas pemasaran perbankan dapat dilaksanakan berdasarkan suatu falsafah yang mantap, yang mengungkapkan pemasaran yang tanggap, bertanggung jawab dan selalu memberikan kepuasan pada nasabah serta menguntungkan perusahaan (Saladin, 1994).

Dengan demikian konsep pemasaran perbankan mengandung arti :

- a. Mempunyai falsafah yang mantap dan bertanggung jawab.
- b. Berorientasi pada nasabah di satu pihak.
- c. Menguntungkan perusahaan di lain pihak.

Akan tetapi dalam menghadapi era globalisasi sekarang ini, konsep pemasaran perbankan mengalami perubahan pula, dimana orientasinya bukan hanya pada kebutuhan konsumen, akan tetapi juga pada pesaing.

Beberapa konsep pemasaran perbankan

1. *The selling Concept*

- Orientasi pada produk (*what we sell*, yaitu bagaimana menghasilkan produk/jasa, bukan konsumen atau nasabah).
- Yang berperan dalam hal ini : aktivitas penjualan dan promosi
- Tujuannya adalah mencapai keuntungan melalui volume penjualan atau transaksi.

2. *The Marketing Concept*

- Orientasi pada kebutuhan dan keinginan masyarakat (*what customer want*, yaitu kemudahan, keinginan dan kepuasan apa yang diharapkan nasabah).
- Yang berperan dalam hal ini adalah aktivitas pemasaran yang terpadu (*Integrated Marketing*).
- Tujuannya : mencapai keuntungan melalui kepuasan nasabah.

3. *The Competitive Marketing Concept*

- Orientasi pada saingan, bukan semata-mata hanya pada '*needs and wants*' nasabah.
- Yang berperan dalam hal ini adalah adanya fokus target *market* yang spesifik, sehingga harus ditempuh *primary* atau *Selective Demand Marketing*.

PPM : Potensi pasar yang ada belum pernah terpenuhi oleh produk yang ada di pasar.

Alternatif strategis :

- *Aggressive Advertising % Promotion (Include distribution).*
- Mempelajari profil calon nasabah (riset).
- Mengembangkan produk baru (bentuk-bentuk tabungan baru).

SDM : Potensi pasar sudah terpenuhi seluruhnya, artinya sebagian besar masyarakat sudah memakai produk tersebut.

Alternatif strategis :

- Pilih satu saingan utama
- Analisis kelemahannya.
- Berusaha mengantisipasi kelemahan produk saingan Anda.
- *Aggressive Advertising and Promotion* (bila *market*-nya belum terlalu didominasi).

4. *The Global Marketing Concept*

Konsep pemasaran global berfokus pada lingkungan bisnis internasional, dilakukan dengan strategi manajemen, dan bertujuan memberikan manfaat pada pihak-pihak yang berkepentingan (*stackholder benefits*). Dengan demikian Konsep Pemasaran Global mempunyai wawasan yang sangat luas dan harus menguasai lingkungan (*environment*).

Konsep pemasaran bank yang modern adalah bagaimana bank itu membangun suatu sistem yang efektif dan efisien untuk analisis, perencanaan dan pengendalian pemasaran yang baik.

2.2.2. Analisis Situasi Permintaan

Kegiatan manajemen pemasaran perbankan harus diarahkan pada sasaran yang direncanakan, diprogramkan, diorganisir dan dikendalikan. Sasaran pemasaran perbankan mampu mengantisipasi dan mengembangkan perubahan-perubahan yang terjadi pada nasabah. Sebagaimana halnya pemasaran produk, perbankan juga harus mampu memperkenalkan jenis-jenis tabungan baru, meningkatkan deposito berjangka, menarik nasabah baru dan sebagainya.

Untuk itu perlu audit situasi permintaan, karena nasabah mempengaruhi jenis pemasaran bank. Pada dasarnya audit situasi permintaan ini adalah permintaan berupa pinjaman dan pelayanan.

Permintaan berupa pinjaman audit bergantung pada kondisi ekonomi, pertumbuhan penduduk, peraturan Pemerintahan dalam bidang moneter dan kebutuhan akan ekspansi. Apabila bank ingin meningkatkan penyaluran pinjaman pada para nasabahnya, maka sebaiknya diteliti dulu kegunaan pinjaman, posisi *market share* perusahaan tersebut dan kemungkinan-kemungkinan yang akan mempengaruhi pengembalian pinjaman.

Permintaan pelayanan, baik kegiatan pelayanan loket, kegiatan pelayanan teller dan kegiatan pelayanan pada nasabah pada waktu-waktu tertentu, merupakan persaingan, sebagaimana kita ketahui bahwa “pelanggan itu adalah raja” (*customer is the king*). Semua personil yang terlibat dalam loket pelayanan harus menyadari dan memahami akan keinginan berbagai nasabah yang beraneka ragam sifatnya.

Bank sebagai lembaga penyimpanan dana masyarakat dan sebagai lembaga penyedia dana bagi dunia usaha, diharapkan agar selalu siap sedia memenuhi permintaan masyarakat.

Beberapa lingkungan pemasaran perbankan :

a. lingkungan internal

1. Sistem informasi pemasaran perbankan.
2. Proses perencanaan strategi pemasaran perbankan.
3. Struktur Organisasi perbankan.
4. Rentang Manajemen dan Rentang Kontrol.
5. Proses Pengambilan Keputusan Manajemen.
6. Pengolahan pelayanan pada pelanggan atau nasabah, dan sebagainya.

b. lingkungan eksternal

1. lingkungan mikro : pesaing, pelanggan atau nasabah, publik
2. lingkungan makro : keadaan ekonomi, peraturan pemerintah (terutama di bidang moneter), teknologi, Sosial budaya.

2.3 Pengertian Kepuasan dan Pengelolaan Pelayanan

2.3.1. Pengertian Kepuasan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Kotler, 1995 : hal. 46). Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan kinerja yang dirasakan dengan harapan yang diinginkan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan

akan merasa puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa sangat puas. Harapan pelanggan dapat dibentuk oleh pelanggan masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dari pemasar dan saingannya. Pelanggan yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

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

Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan terhadap populasi sasaran (Homepage : www.google.com, <http://202.159.18.43/jp/12tibe.htm>).

Pada penelitian terhadap Bank Rakyat Indonesia ini, ada beberapa hal yang menarik untuk diteliti, misalkan contoh kasus nasabah harus menunggu

lebih dari setengah jam untuk menarik atau menyimpan uang, transfer antar bank yang masih lama, jumlah ATM (anjungan tunai mandiri) yang cukup banyak namun masih dirasa kurang menyeluruh di beberapa tempat-tempat strategis meskipun hal ini sudah diantisipasi dengan adanya layanan ATM (anjungan tunai mandiri) *Link*, jumlah teller yang beroperasi (loket teller yang disediakan ada 8 (delapan), namun yang beroperasi tidak seluruhnya), dan lain-lain.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan/nasabah, suatu perusahaan atau instansi haruslah menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

2.3.2. Pengelolaan Pelayanan

Kepuasan pelanggan/nasabah akan terpenuhi bila mereka memperoleh apa yang mereka inginkan, pada saat mereka membutuhkan, ditempat yang mereka inginkan, dan dengan cara yang mereka tentukan. Misalkan nasabah bank mengharapkan pada saat berada di bank, mereka tidak harus antri lebih lama dari setengah jam, menemukan kasir bank yang ramah, teliti dan menguasai seluk beluk pekerjaannya, serta komputer bank selalu berjalan lancar. Oleh karena itu, pihak bank (misalnya oleh seksi pelayanan) perlu mendefinisikan dan mengkomunikasikan dengan jelas perangkat pelayanan yang disediakan, dengan demikian para karyawan akan memahami apa yang

harus mereka berikan dan supaya para pelanggan atau nasabah mengetahui juga apa yang akan mereka peroleh.

Banyak faktor yang mempengaruhi pengelolaan pelayanan pada nasabah/pelanggan ini. Personilnya mungkin belum cukup latihan atau mempunyai beban kerja terlalu banyak, atau moral personilnya masih rendah atau mungkin peralatan komputernya masih rusak. Personil yang menangani operasi pada umumnya mempunyai dorongan kuat untuk bekerja efisien, dan ini kadang-kadang bertentangan dengan dorongan menciptakan kepuasan pelanggan/nasabah. Misalnya saja, kasir bank mengalami dua tekanan yang saling bertentangan, yaitu disuruh bekerja cepat oleh departemen operasi dan disuruh bersikap ramah dan sopan oleh departemen pemasaran.

Beberapa kriteria peningkatan mutu pelayanan jasa bank :

1. Komunikasi, disampaikan dengan jelas, dalam bahasa yang mudah dimengerti oleh nasabah.
2. Kompetensi, artinya karyawan harus memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan.
3. Kesopanan, karyawan harus bersikap ramah, penuh hormat dan penuh perhatian.
4. Kredibilitas, karyawan dan perusahaan harus bisa dipercaya dan memahami apa yang diinginkan konsumen atau nasabah.
5. Reliabilitas, pelayanan harus dilaksanakan dengan konsisten dan cermat.
6. Cepat tanggap, karyawan harus memberikan tanggapan dengan cepat dan kreatif atas permintaan dan masalah konsumen.

2.3.3. Pelaksanaan Pelayanan Kepada Nasabah

Pelayanan kepada nasabah biasanya dilakukan oleh Seksi Pelayanan Nasabah (SPN) yakni suatu kelompok kerja yang kegiatan utamanya melayani nasabah yang datang ke loket Kantor Cabang dan mengadministrasikan transaksi yang terjadi di loket. Untuk melaksanakan kegiatan transaksi tersebut, SPN didukung oleh dua Unit Kerja, yaitu Unit Pelayanan Nasabah dan Unit Administrasi Pelayanan yang masing-masing dipimpin oleh seorang supervisor. Supervisor Unit Pelayanan Nasabah membawahi petugas loket dan teller, sedangkan Supervisor unit Administrasi Pelayanan membawahi petugas administrasi pelayanan.

Dengan demikian kegiatan-kegiatan di Seksi Pelayanan Nasabah dapat dikelompokkan dalam dua jenis, yaitu :

1. Kegiatan Pelayanan Loket

Ada dua jenis kegiatan pelayanan loket, yaitu kegiatan loket dan teller.

Kegiatan loket dikelompokkan menjadi kegiatan loket Tabungan, kegiatan loket Giro, kegiatan loket Deposito dan kegiatan loket *Money Changer*.

b. Kegiatan loket

- Kegiatan loket Tabungan

Kegiatan yang dilakukan disini meliputi :

- Pemberian informasi mengenai produk-produk tabungan Upakara, Tabungan Terjamin, tabungan Taperum, Simpedes, Simaskot dan lain-lain.

- Melakukan proses penabungan pertama sampai dengan pengentryan data non finansial.
- Melayani penabung yang datang untuk meminta pembayaran bunga dan rekonsiliasi ekstern.
- Melayani penabung yang datang untuk meminta buku tabungan yang hilang.
- Kegiatan loket Giro, kegiatan yang dilakukan meliputi :
 - Memberi informasi mengenai produk kepada calon giran
 - Memproses pembukuan rekening Giro sampai dengan pengentryan data non finansial.
- Kegiatan loket Deposito, kegiatan yang dilakukan meliputi :
 - Memberikan informasi mengenai produk deposito kepada calon deposan.
 - Memberikan formulir-formulir dan menerima kembali formulir-formulir yang telah diisi calon deposan.
 - Memproses pembayaran bunga deposito baik yang tunai maupun melalui pemindah bukuan ke bentuk tabungan.
- Kegiatan loket *Money Changer*, kegiatan ini meliputi :
 - Memberi informasi kepada masyarakat yang datang untuk menjual atau membeli mata uang asing
 - Melayani masyarakat yang akan melakukan transaksi jual-beli mata uang asing.

c. Kegiatan teller

Sama halnya dengan kegiatan loket, kegiatan teller dapat dibagi juga menjadi kegiatan teller tabungan, teller giro, teller deposito, dan teller *money changer*.

- Teller tabungan
 - Menerima penabung baik tunai maupun warkat.
 - Melakukan pembayaran kembali (PK) dan pembayaran habis (PH).
- Teller giro
 - Menerima setoran giro baik tunai maupun dengan warkat.
 - Melakukan pencairan warkat sendiri.
- Teller deposito
 - Menerima setoran penanaman deposito
 - Melakukan pembayaran pencairan deposito.
- Teller *money changer*
 - Menerima pembayaran pembelian uang asing.

2. Kegiatan Administrasi Pelayanan

- a. Mempersiapkan *map ploeg* transaksi loket.
- b. Membuat agenda *map ploeg* transaksi loket.
- c. Membuat nota jurnal.
- d. Membuat register bank.
- e. Membuat nota debet/nota kredit
- f. Memelihara register buku cek/bilyet giro

g. Menerbitkan cek/bilyet giro.

2.4 Metode Analisis Data

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan angket/kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Ada dua syarat penting yang berlaku pada sebuah angket/kuesioner, yaitu keharusan sebuah angket/kuesioner memiliki validitas (kesahihan) dan reliabilitas (keandalan). Suatu angket dikatakan valid (sahih) jika pertanyaan atau pernyataan dalam suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket/kuesioner tersebut. Suatu angket dinyatakan valid (sahih) jika angket tersebut mampu mengukur apa saja yang hendak diukurnya, mampu mengungkapkan apa yang ingin diungkapkannya, mampu menembak dengan jitu sasaran yang akan ditembak. Misalnya akan diukur kepuasan kerja seorang karyawan, maka kepada karyawan tersebut diberikan serangkaian pertanyaan, seperti “Jika prestasi Anda meningkat, apakah Anda senang mendapat kenaikan gaji?”, tentu akan lebih tepat jika dibandingkan dengan pertanyaan “Apakah Anda senang dengan gaji satu milyar?”. Perbandingan praktis adalah bila timbangan beras digunakan untuk menimbang emas, mungkin saja satu gram beras akan tidak berarti, namun selisih satu gram emas akan sangat berarti. Jadi timbangan beras akan tidak valid bila digunakan untuk menimbang emas.

Suatu angket/kuesioner dinyatakan reliabel (andal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan atau pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Jadi jika seseorang menjawab “tidak suka” terhadap perilaku



korupsi para pejabat, maka jika beberapa waktu kemudian ia ditanyai lagi ia akan tetap konsisten untuk menjawab tidak suka.

Ketepatan pengujian suatu hipotesa tentang hubungan variabel penelitian sangat tergantung pada kualitas data yang dipakai dalam pengujian tersebut. Data penelitian yang didalam proses pengumpulannya seringkali menuntut pembiayaan, waktu dan tenaga yang tidak kecil, tidak akan berguna bilamana alat pengukur yang digunakan untuk mengumpulkan data penelitian tersebut tidak memiliki validitas dan reliabilitas yang tinggi.

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Bila seorang ingin mengukur berat suatu benda, maka ia harus menggunakan timbangan. Timbangan adalah alat yang valid bila dipakai untuk mengukur berat, karena timbangan memang untuk mengukur berat.

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Misalkan seseorang ingin mengukur panjang dua buah bangunan dengan dua jenis alat pengukur, yang satu dengan meteran dan lainnya dengan langkah kaki. Setiap alat pengukur digunakan dua kali untuk mengukur jarak yang sama. Pengukuran dengan meteran relatif menunjukkan ukuran yang sama antara pengukuran yang pertama dengan yang kedua, sedang pengukuran dengan langkah kaki besar sekali kemungkinan berbeda antara pengukuran yang pertama dengan pengukuran yang kedua. Dengan demikian meteran merupakan alat pengukur yang reliabel, sedang langkah kaki adalah pengukur yang tidak reliabel.

Langkah-langkah dalam uji angket/kuesioner (Singaribuan dan Effendi, 1987) :

1. Validitas

Bila peneliti menggunakan kuesioner dalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang disusunnya harus mengukur apa yang ingin diukurnya.

Jenis validitas dapat digolongkan menjadi :

a. Validitas konstruk.

Konstruk (*construct*) adalah kerangka dari suatu konsep. Tiga cara mencari kerangka konsep dalam suatu penelitian :

(1). Mencari definisi konsep yang dikemukakan para ahli yang tertulis dalam literature.

(2). Kalau dalam literature tidak dapat definisi konsep yang diukur, peneliti harus mendefinisikan sendiri konsep tersebut.

Menanyakan definisi konsep yang akan diukur kepada calon responden, atau orang-orang yang memiliki karakteristik yang sama dengan responden.

b. Validitas isi

Validitas isi suatu alat pengukur ditentukan oleh sejauh mana isi alat pengukur tersebut mewakili semua aspek yang dianggap sebagai aspek kerangka konsep.

c. Validitas eksternal

Dalam dunia penelitian sosial sudah cukup banyak alat pengukur yang diciptakan oleh peneliti untuk mengukur gejala sosial, dan alat pengukur tersebut sudah memiliki validitas. Sebagai contoh skala pengukur motivasi untuk berprestasi yang diciptakan oleh **Mehrabian** (1973). Para peneliti di Amerika Serikat memakai skala pengukur tersebut, karena sudah dianggap teruji validitasnya. Di Indonesia, alat ini sudah diteliti dan ternyata memiliki validitas yang cukup tinggi. Validitas eksternal adalah validitas yang diperoleh dengan cara mengkorelasikan alat pengukur baru dengan tolak ukur eksternal, yang berupa alat ukur yang sudah valid.

d. Validitas prediktif

Alat pengukur yang dibuat peneliti sering kali dimaksudkan untuk memprediksi apa yang akan terjadi di masa datang. Contoh alat pengukur yang demikian adalah ujian seleksi masuk perguruan tinggi. Ujian masuk tersebut adalah upaya untuk memprediksi apa yang akan terjadi di masa datang. Peserta yang lulus ujian dengan nilai baik diprediksikan akan dapat mengikuti pelajaran di perguruan tinggi dengan sukses.

e. Validitas budaya

Validitas ini penting bagi penelitian di negara yang suku bangsanya bervariasi. Alat yang sudah valid bagi masyarakat Jawa belum tentu valid untuk masyarakat Bugis. Karena itu, dalam mengukur suatu alat

pengukur, responden dari suku yang akan diuji harus dipakai dalam melakukan uji coba alat ukur tersebut.

f. Validitas rupa

Validitas rupa adalah validitas yang berbeda dengan validitas yang lainnya. Validitas rupa tidak menunjukkan apakah alat ukur mengukur apa yang akan diukur, validitas rupa hanya menunjukkan dari segi rupanya suatu alat pengukur tampaknya mengukur apa yang ingin diukur. Validitas rupa sangat penting dalam pengukuran kemampuan individu seperti mengukur kecerdasan, bakat dan keterampilan karena dalam pengukuran aspek kemampuan seperti itu faktor rupa alat ukur akan menentukan sejauh mana minat orang di dalam menjawab soal-soal atau pertanyaan dalam alat ukur.

Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut :

- 1). Mendefinisikan secara operasional konsep yang akan diukur.
- 2). Melakukan uji coba skala pengukur tersebut pada sejumlah responden.
- 3). Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban
- 4). Menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi 'product moment', yaitu

$$r_{xy} = \frac{n \sum_{i=1}^n X_i Y_i - \left(\sum_{i=1}^n X_i \right) \left(\sum_{i=1}^n Y_i \right)}{\sqrt{\left\{ n \sum_{i=1}^n X_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n X_i \right)^2 \right\} \left\{ n \sum_{i=1}^n Y_i^2 - \left(\sum_{i=1}^n Y_i \right)^2 \right\}}} \dots\dots\dots 2.1$$

keterangan : X = item tiap pertanyaan

Y = skor total item pertanyaan

Secara statistika, angka korelasi tersebut harus dibandingkan dengan angka kritik Tabel korelasi nilai R.

Uji hipotesis untuk validitas suatu angket adalah sebagai berikut:

1. Hipotesis :

H_0 : skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktornya (butir tidak valid).

H_1 : skor butir berkorelasi positif dengan skor faktornya (butir valid).

2. Tingkat signifikansi 5 %

3. Daerah kritis:

$R_{\text{hasil positif}} \leq R_{\text{tabel}}$, maka H_0 tidak ditolak.

$R_{\text{hasil positif}} > R_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak.

4. Statistik uji : dengan menggunakan program SPSS, yaitu dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation* pada output komputer.

5. Kesimpulan :

Jika $R_{\text{hasil positif}} \leq R_{\text{tabel}}$, maka butir tersebut adalah tidak valid

$R_{\text{hasil positif}} > R_{\text{tabel}}$, maka butir tersebut adalah valid

Jika terdapat butir yang tidak valid, maka butir yang tidak valid tersebut harus dikeluarkan dan proses analisis diulang untuk butir yang valid saja.

2. Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Salah satu teknik pengujian reliabilitas adalah dengan cara teknik belah dua. Caranya adalah dengan mengkorelasikan jawaban pada wawancara pertama dengan jawaban pada wawancara ulang.

Pengukuran reliabilitas pada dasarnya dapat dilakukan dengan 2 (dua) cara :

1. *Repeated Measure* atau mengukur ulang

Metode ini dilakukan dengan cara apabila seorang responden akan diberi pertanyaan atau pernyataan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah responden tetap konsisten dengan jawabannya.

2. *One Shoot* atau mengukur sekali

Metode ini dilakukan dengan cara apabila responden hanya diberi pertanyaan atau pertanyaan satu kali kemudian hasilnya dibandingkan dengan hasil pertanyaan atau pernyataan dari jawaban responden lainnya.

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui reliabilitas suatu instrumen digunakan cara *One Shoot* atau mengukur sekali.

Langkah kerja yang perlu diperhatikan adalah :

1. Memisahkan item yang valid dan membuang item yang tidak valid.
2. Membagi item valid tersebut menjadi dua belahan. Caranya adalah membagi item dengan cara acak (random), separuh masuk belahan pertama dan separuh masuk belahan kedua atau membagi item berdasarkan nomor genap dan ganjil.

3. Menjumlahkan skor total untuk belahan pertama dan kedua.
4. Mengkorelasikan skor belahan pertama dan kedua dengan menggunakan teknik korelasi *product moment* yang rumus dan caranya sudah dijelaskan sebelumnya.
5. Karena angka korelasi yang diperoleh adalah dari alat pengukur yang dibelah, maka angka korelasi yang dihasilkan lebih rendah dari angka korelasi alat pengukur yang tidak dibelah. Karena itu harus dicari angka korelasi reliabilitas keseluruhan item tanpa dibelah, rumusnya adalah :

$$r_{.tot} = \frac{2(r_{.tt})}{1 + r_{.tt}} \dots\dots\dots 2.2$$

r.tot : angka reliabilitas keseluruhan item

r.tt : angka korelasi belahan pertama dan kedua

Adapun langkah pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis :
 - H_0 : skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit faktornya (butir tidak reliabel).
 - H_1 : skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktornya (butir reliabel).
2. Tingkat signifikansi 5 %.
3. Daerah kritis: $R_{Alpha\ positif} > R_{tabel}$, maka H_0 ditolak (butir reliabel).
Jika $R_{Alpha\ positif} \leq R_{tabel}$, maka butir tersebut adalah tidak reliabel.
4. Statistik uji : dengan menggunakan program SPSS, yaitu dapat dilihat pada bagian nilai Alpha pada ouput komputer.

5. Kesimpulan : $R_{\text{Alpha positif}} > R_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak, maka butir tersebut adalah reliabel.

Dalam penelitian ini jenis data yang diperoleh adalah data kualitatif yang diangkakan (*skoring*) dengan interval jawaban mulai dari kata sangat puas sampai dengan tidak puas.

3.4.1. Analisis Dengan Menggunakan Diagram Pareto

Dalam upaya melakukan peningkatan atau perbaikan dapat digunakan *Prinsip Pareto*, yang menyatakan bahwa 80 % dari masalah disebabkan oleh 20 % dari penyebab. **Vilfredo Pareto** adalah seorang ahli ekonomi Italia pada abad ke-19, menurutnya bagian terbesar dari kesejahteraan dimiliki oleh beberapa orang saja, sehingga menimbulkan maldistribusi dari kesejahteraan (*maldistribution of wealth*). Kunci peningkatan proses pertama kali adalah mengidentifikasi area utama (masalah utama) dan memfokuskan perhatian pada masalah itu. Diagram Pareto adalah grafik batang yang menunjukkan masalah berdasarkan urutan banyaknya kejadian. Masalah yang paling banyak telah ditunjukkan oleh grafik batang pertama yang tertinggi serta ditempatkan pada posisi paling kiri, dan seterusnya sampai masalah yang penyebabnya paling sedikit ditunjukkan oleh grafik batang terakhir yang terendah serta ditempatkan pada posisi paling kanan.

Fungsi diagram Pareto

Pada dasarnya diagram Pareto digunakan sebagai alat interpretasi untuk:

- Menentukan frekuensi relatif dan urutan pentingnya masalah-masalah atau penyebab-penyebab dari masalah yang ada (menentukan masalah/persoalan menurut bobotnya).
- Memfokuskan perhatian pada isu-isu yang kritis dan penting melalui ranking terhadap masalah-masalah atau penyebab-penyebab dari masalah itu dalam bentuk yang signifikan.

Seperti telah dijelaskan di atas, diagram Pareto adalah suatu metode untuk mengidentifikasi hal-hal atau kejadian-kejadian penting. Dengan demikian, pada dasarnya diagram Pareto terdiri dari penggambaran dua hal, yaitu :

1. Diagram Pareto mengenai fenomena

Diagram ini berkaitan dengan hasil-hasil yang tidak diinginkan untuk mengetahui masalah utama yang ada.

Contoh fenomena:

- Kualitas : rusakkan , keluhan, kegagalan, item-item yang dikembalikan, perbaikan, dan lain-lain.
- Biaya : jumlah kerugian, ongkos pengeluaran, dan lain-lain.
- Penyerahan (*delivery*) : penundaan penyerahan, keterlambatan pembayaran, kekurangan stok, dan lain-lain.
- Keamanan : kecelakaan, kesalahan, gangguan, dan lain-lain.

2. Diagram Pareto mengenai penyebab

Diagram Pareto ini berkaitan dengan penyebab dalam proses dan dipergunakan untuk mengetahui penyebab utama dari masalah yang ada.

Contoh diagram Pareto Penyebab :

- Operator : umur, pelanggan , keterampilan, sifat individual, pergantian kerja (*shift*), dan lain-lain.
- Mesin : peralatan , mesin, instrumen, dan lain-lain.
- Bahan baku : pembuatan bahan baku, jenis bahan baku, pabrik bahan baku, dan lain-lain.
- Metode operasi : kondisi operasi, metode kerja, sistem pengaturan, dan lain-lain.

Cara Pembuatan Diagram Pareto

Untuk menjelaskan proses pembuatan diagram Pareto akan dijabarkan melalui beberapa tahap berikut :

1. Menentukan masalah yang akan diteliti, mengidentifikasi kategori-kategori atau penyebab-penyebab dari masalah yang akan diperbandingkan. Setelah itu merencanakan pengumpulan data.
2. Membuat suatu ringkasan data atau tabel yang mencatat frekuensi kejadian dari masalah yang diteliti dengan menggunakan formulir pengumpulan data.
3. Membuat daftar masalah secara berurutan berdasarkan frekuensi kejadian dari yang tertinggi sampai yang terendah, kemudian dihitung frekuensi kumulatifnya, presentase dari total kejadian, dan presentase dari total kejadian secara kumulatif.
4. Menggambar dua buah garis vertikal dan sebuah garis horizontal.
5. Membuat histogram pada diagram Pareto.

6. Menggambarkan kurva kumulatif serta mencantumkan nilai-nilai kumulatif (total kumulatif atau persen kumulatif) disebelah kanan atas dari interval setiap item masalah.
7. Memutuskan untuk mengambil tindakan peningkatan atas penyebab utama dari masalah yang sedang terjadi. Untuk mengetahui akar penyebab dari suatu masalah, dapat digunakan diagram sebab-akibat atau bertanya mengapa-mengapa untuk beberapa kali (konsep *Why-why*).

Pada pembuatan diagram Pareto dapat digunakan bantuan software Minitab.

3.4.2. Analisis korelasi

Koefisien korelasi merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau keeratan antara variabel X dan variabel Y apabila bentuk hubungan tersebut linier. Koefisien korelasi dilambangkan dengan r . Adapun rumus dari r adalah:

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})(Y_i - \bar{Y})}{\sqrt{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2 \sum_{i=1}^n (Y_i - \bar{Y})^2}} \dots\dots\dots 2.3$$

Nilai koefisien korelasinya terletak antara $-1 \leq r \leq 1$

- $r = +1$, artinya ada korelasi positif sempurna antara X dan Y
- $r = -1$, artinya ada korelasi negatif sempurna antara X dan Y
- $r = 0$, artinya tidak ada korelasi antara X dan Y

3.4.3. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan

Dalam menjawab perumusan masalah mengenai sejauh mana tingkat kepuasan nasabah terhadap kinerja BRI, maka digunakan “*Importance-Performance Analysis*” (Supranto, 1997 : 239) atau *Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan*. Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan merupakan salah satu metode analisis deskriptif kualitatif-kuantitatif.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan/nasabah.

Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terdapat dua variabel yang diwakili oleh X dan Y, dimana X adalah skor tingkat kepuasan kinerja/pelaksanaan Bank yang dapat memberikan kepuasan pada pelanggan/nasabah, sedangkan Y merupakan skor tingkat kepentingan pelanggan/nasabah.

Adapun rumus yang digunakan adalah :

$$TKR = \left(\frac{\sum_{i=1}^n X_i}{\sum_{i=1}^n Y_i} \right) \times 100 \% \dots\dots\dots 2.4$$

Selanjutnya sumbu mendatar X akan diisi oleh rata-rata skor tingkat kepuasan kinerja/pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak Y akan diisi oleh rata-rata skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah dengan :

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \dots\dots\dots 2.5$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n} \dots\dots\dots 2.6$$

di mana : \bar{X} = Skor rata-rata tingkat kepuasan kinerja/pelaksanaan nasabah

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah

n = jumlah responden

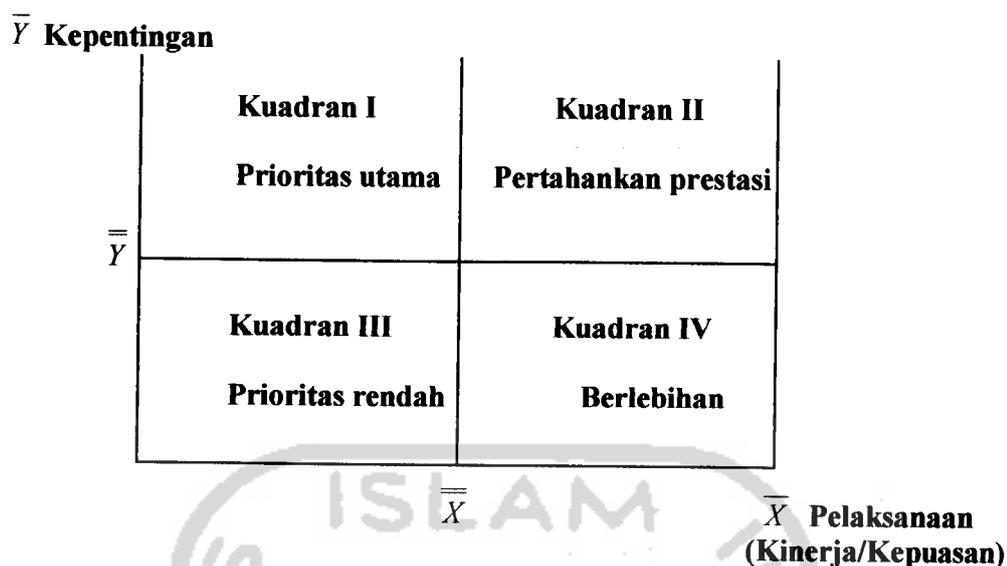
Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibangun atas empat bagian yang dibatasi oleh dua baris yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X}, \bar{Y}) , di mana \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepuasan nasabah (skor tingkat pelaksanaan) dan \bar{Y} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, yaitu dengan perincian rumus sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{K} \dots\dots\dots 2.7$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_i}{K} \dots\dots\dots 2.8$$

Di mana K = banyaknya atribut atau fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram seperti tampak pada gambar :



Gambar 3.1 : Diagram Kartesius

Keterangan :

- Kuadran I menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan nasabah, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan nasabah sehingga bisa mengecewakan nasabah.
- Kuadran II menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap telah berhasil dilaksanakan oleh perusahaan atau instansi sehingga wajib untuk dipertahankan. Pada bagian ini dianggap sangat penting dan sudah memuaskan.
- Kuadran III menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap kurang penting bagi nasabah, pelaksanaannya dianggap kurang penting dan manajemen melaksanakannya biasa-biasa saja.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan adalah merupakan data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya (dalam hal ini dengan cara pengisian angket/kuesioner oleh responden). Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh langsung dari sumbernya, atau dalam hal ini adalah data yang diperoleh dari *homepage* BRI dan data tersebut tersedia sebelumnya, data tersebut adalah mengenai Gambaran umum perusahaan.

3.1. Obyek dan Tempat Penelitian

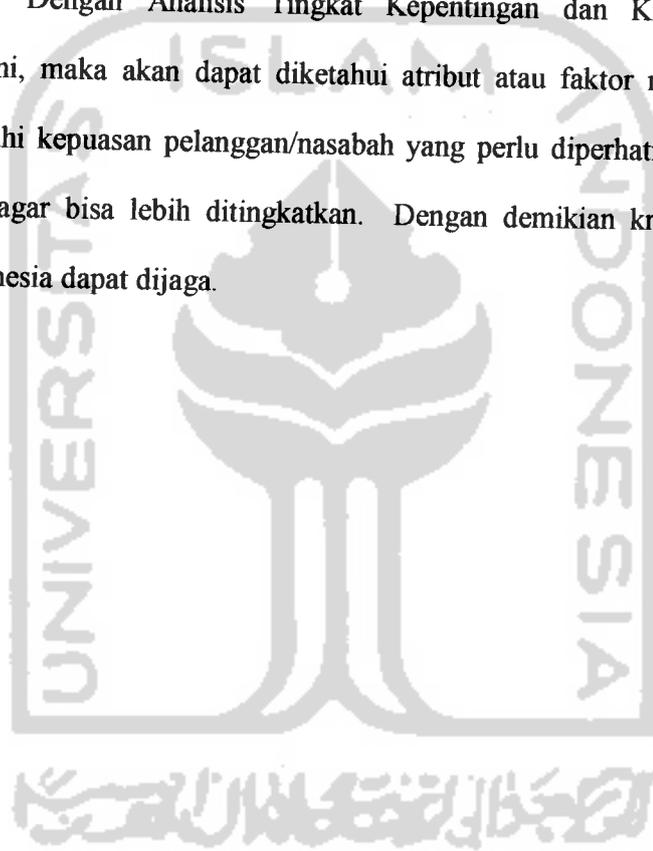
Dalam penelitian ini yang dijadikan obyek penelitian adalah para nasabah Bank Rakyat Indonesia. Tempat penelitian dilakukan di BRI Cik Dik Tiro, Jogjakarta. Penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal 27 Februari sampai dengan tanggal 13 Maret 2004.

3.2. Pengumpulan Data dan Penentuan Sampel

Pada proses penelitian sering hanya terdapat satu jenis data yaitu kuantitatif atau data kualitatif, tapi mungkin juga gabungan keduanya. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema, atau gambar. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bisa juga data kualitatif yang diangkakan. Data kualitatif yang diangkakan (*skoring*), misalnya terdapat dalam

- d. Kuadran IV menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap kurang penting bagi kepuasan nasabah, namun manajemen melaksanakannya berlebihan. Namun faktor pada kuadran ini membuat nasabah merasa sangat puas.

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan/nasabah dan menyadari kalau perubahan dalam pendapat mereka terjadi pada produk atau jasa kita, maka kita memerlukan suatu ukuran yang secara akurat dapat menilai sikap para pelanggan. Dengan Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan ini, maka akan dapat diketahui atribut atau faktor mana saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan/nasabah yang perlu diperhatikan oleh pihak manajemen agar bisa lebih ditingkatkan. Dengan demikian kredibilitas Bank Rakyat Indonesia dapat dijaga.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Dalam penelitian ini data yang dikumpulkan adalah merupakan data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari sumbernya (dalam hal ini dengan cara pengisian angket/kuesioner oleh responden). Data sekunder adalah data yang tidak diperoleh langsung dari sumbernya, atau dalam hal ini adalah data yang diperoleh dari *homepage* BRI dan data tersebut tersedia sebelumnya, data tersebut adalah mengenai Gambaran umum perusahaan.

3.1. Obyek dan Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini yang dijadikan obyek penelitian adalah para nasabah Bank Rakyat Indonesia. Tempat penelitian dilakukan di BRI Cik Dik Tiro, Jogjakarta. Penelitian ini dilaksanakan sejak tanggal 27 Februari sampai dengan tanggal 13 Maret 2004.

3.2. Pengumpulan Data dan Penentuan Sampel

Pada proses penelitian sering hanya terdapat satu jenis data yaitu kuantitatif atau data kualitatif, tapi mungkin juga gabungan keduanya. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, skema, atau gambar. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bisa juga data kualitatif yang diangkakan. Data kualitatif yang diangkakan (*skoring*), misalnya terdapat dalam

skala pengukuran. Suatu pertanyaan atau pernyataan yang memerlukan alternatif jawaban, misalnya : sangat puas, puas, tidak berkomentar, kurang puas atau tidak puas, yang masing-masing diberi bobot angka 5 (lima), 4 (empat), 3 (tiga), 2 (dua), dan 1 (satu).

Dalam suatu penelitian yang menggunakan metode survai, tidaklah selalu perlu untuk meneliti semua individu dalam populasi, karena disamping membutuhkan biaya banyak juga memerlukan waktu yang cukup lama. Sebuah sampel haruslah dipilih sedemikian rupa sehingga setiap elemen mempunyai kesempatan dan peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Suatu metode pengambilan sampel yang ideal mempunyai sifat-sifat seperti berikut :

- a. Dapat menghasilkan gambaran yang dapat dipercaya dari seluruh populasi yang diteliti.
- b. Dapat menentukan presisi dari hasil perhitungan dengan menentukan penyimpangan baku (standar) dari taksiran yang diperoleh.
- c. Sederhana, hingga mudah dilaksanakan.
- d. Dapat memberikan keterangan sebanyak mungkin dengan biaya sedikit mungkin.

Data yang benar dalam bentuk parameter sangat mahal, memerlukan banyak waktu dan tenaga untuk memperolehnya, sebab harus melakukan penelitian terhadap seluruh elemen populasi. Kita perlu memperhatikan efisiensi dalam memilih metode pengambilan sampel. Menurut **Teken** (Singarimbun dan Effendi, 1987) metode A dikatakan lebih efisien daripada metode B bila untuk sejumlah biaya, waktu dan tenaga yang sama, metode A dapat memberikan presisi

yang lebih tinggi dibanding metode B. Ada 4 (empat) faktor yang perlu diperhatikan dalam pemilihan sampel :

1. Derajat keseragaman dari populasi (homogenitas).

Makin seragam populasi, makin kecil sampel yang akan diambil.

2. Presisi yang dikehendaki dari peneliti.

Makin tinggi tingkat presisi yang diinginkan, makin banyak sampel yang harus diambil.

3. Rencana analisis.

Adakalanya besarnya sampel sudah sesuai dengan presisi yang dikehendaki, namun bila dikaitkan dengan kebutuhan analisa, maka jumlah sampel tersebut bisa saja kurang mencukupi.

4. Tenaga, biaya dan waktu.

Kalau menginginkan presisi tinggi, maka jumlah sampel harus besar. Namun bila dana, tenaga, dan waktu terbatas, maka tidaklah mungkin untuk mengambil sampel yang besar.

Berikut akan dijelaskan beberapa metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini (Sukandarrumidi, 2002):

1. *Purposive Judgement Sampling*

Sesuai dengan namanya, sampel yang diambil adalah sampel yang digunakan untuk maksud dan tujuan tertentu. Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya. Kegiatan dalam

penelitian ini juga hanya melihat tingkat kepuasan nasabah BRI Cabang Cik Ditiro tanpa melihat kantor cabang yang lain.

2. *Accidental Sampling*

Dalam memilih sampel (responden), peneliti tidak mempunyai pertimbangan lain kecuali berdasarkan kemudahan saja. Seseorang diambil sebagai sampel karena kebetulan orang tersebut ada atau dia mengenal orang tersebut. Jenis sampel ini baik jika dimanfaatkan untuk penelitian penjajagan, yang kemudian diikuti oleh penelitian lanjutan yang sampelnya diambil secara acak (random).

3. *Sequential Sampling*

Cara pengambilan sampel yang dilakukan adalah dimulai dengan pengambilan sampel yang kecil (pra-penyebaran), kemudian dianalisis. Kalau hasilnya masih meragukan, maka dapat diambil sampel yang lebih besar lagi. Dalam penelitian ini, cara pengambilan sampel seperti ini digunakan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas data. Bila kuesioner yang disebarkan awal dengan sampel yang kecil sudah memenuhi asumsi validitas dan reliabilitas, maka penelitian dilanjutkan dengan mengambil sampel yang lebih besar yang akan digunakan dalam analisa data.

Disadari bersama bahwa suatu sampel yang baik harus memenuhi syarat baik ukuran maupun besarnya memadai agar dapat mewakili populasi. Berapa jumlah sampel yang memadai tergantung pada sifat populasi dan tujuan penelitian. Semakin besar sampel akan semakin kecil kemungkinan salah menarik kesimpulan tentang populasi.

Menurut Yamane (1967) rumus jumlah sampel minimal yang akan diteliti adalah sebagai berikut (Sukandarrumidi, 2002) :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1} \dots\dots\dots 3.1$$

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d = Presisi (tingkat kesalahan)

Dari persamaan di atas, maka besarnya sampel minimal yang diambil adalah sebagai berikut:

N = 31.263 (Jumlah nasabah BRI Cik Di Tiro sampai dengan akhir tahun 2003)

d = 10 % (0.1)

$$n = \frac{31.263}{(31.263 \times 0.1^2) + 1}$$

$$= 99.68 \sim 100$$

Jumlah sampel minimal yang harus diteliti adalah sebesar 100 responden, namun peneliti mengambil sampel sebanyak 200 responden, yang berarti telah memenuhi batas kuantitas minimal sampel yang harus diambil.

3.3. Pembuatan Kuesioner

Tujuan pokok pembuatan kuesioner adalah memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan, dan memperoleh informasi dengan reliabilitas dan validitas setinggi mungkin.

Berikut merupakan langkah-langkah yang dilakukan dalam menyusun sebuah angket/kuesioner :

1. Mendefinisikan Konstrak (*construct definition*).

Yaitu, membuat batasan mengenai variabel yang akan diteliti misal, tentang sikap konsumen, maka perlu dipertegas dahulu apa yang dimaksud dengan sikap konsumen tersebut.

2. Menetapkan faktor-faktor

Yaitu, mencoba menemukan unsur-unsur yang ada pada sebuah konstrak. Jadi faktor pada dasarnya adalah perincian lebih lanjut dari sebuah konstrak. Misal untuk mengukur sikap konsumen terhadap sebuah produk, faktor yang bisa dinyatakan adalah harga produk, promosi produk, dan sebagainya.

3. Menyusun butir-butir pertanyaan

Yaitu, mencoba menjabarkan sebuah faktor lebih lanjut dalam berbagai pertanyaan yang langsung berinteraksi dengan pengisi angket.

Sebelum atau ketika membuat kuesioner, ada baiknya dipelajari kuesioner yang sudah ada dan relevan dengan topik penelitian yang akan dilakukan.

Isi pertanyaan :

1. Pertanyaan tentang fakta. Misal umur, pendidikan, status perkawinan.
2. Pertanyaan tentang pendapat dan sikap. Ini menyangkut perasaan dan sikap responden tentang sesuatu.
3. Pertanyaan tentang informasi. Ini menyangkut apa yang diketahui oleh responden dan sejauh mana hal tersebut diketahuinya.
4. Pertanyaan tentang persepsi-diri. Responden menilai perilakunya sendiri dalam hubungannya dengan yang lain.

Beberapa cara pemakaian kuesioner :

1. Kuesioner dilakukan dalam wawancara tatap muka dengan responden (cara ini yang lazim kita lakukan).
2. Kuesioner diisi sendiri oleh kelompok. Misalnya seluruh murid dalam satu kelas dan mereka mengisi kuesioner secara serentak.
3. Wawancara melalui telepon.
4. Kuesioner diposkan, dilampiri amplop yang dibubuhi perangko, untuk dikembalikan oleh responden setelah diisi.

Jenis pertanyaan :

1. Pertanyaan tertutup.- Kemungkinan jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu dan responden tidak diberi kesempatan memberikan jawaban lain.
2. Pertanyaan terbuka.- Kemungkinan jawabannya tidak ditentukan dulu sehingga responden mempunyai kesempatan memberikan jawaban sendiri.
3. Kuisoner tertutup dan terbuka. Jawabannya sudah ditentukan dulu disusul dengan pertanyaan terbuka.

4. Pertanyaan semi terbuka. Jawabannya sudah tersusun tapi dimungkinkan tambahan jawaban.

Petunjuk membuat pertanyaan :

1. Gunakan kata-kata yang sederhana dan dimengerti oleh semua responden. Hindarkan istilah yang hebat tetapi kurang dimengerti responden secara umum.
2. Usahakan supaya pertanyaan jelas dan khusus.
3. Hindarkan pertanyaan yang memiliki lebih dari satu pengertian
4. Hindarkan pertanyaan yang mengandung *sugesti*.
5. Pertanyaan harus berlaku bagi semua responden.

Pre-test (Pra-penyebaran)

Pre-test diadakan untuk menyempurnakan kuesioner. Melalui *pre-test* akan diketahui beberapa hal :

- Apakah pertanyaan tertentu perlu dihilangkan.
- Apakah pertanyaan tertentu perlu ditambah.
- Apakah tiap pertanyaan dapat dimengerti dengan baik oleh responden dan apakah pewawancara dapat menyampaikan pertanyaan tersebut dengan mudah.
- Apakah urutan pertanyaan perlu diubah.
- Apakah pertanyaan sensitif dapat diperlunak dengan mengubah bahasa.
- Berapa lama wawancara memerlukan waktu.
- Apakah kuesioner sudah *valid* (sahih) dan *reliable* (andal).

Untuk penentuan jumlah responden dalam *pre-test* ini tidak ada patokan pasti dan tergantung pula pada homogenitas responden. Untuk *pre-test* biasanya sebanyak 30-50 angket/kuesioner sudah mencukupi dan dipilih responden yang keadaannya kurang lebih sama dengan responden yang sesungguhnya akan diteliti.

3.4. Indeks dan Skala

Indeks dan skala adalah ukuran gabungan untuk suatu variabel. Indeks adalah akumulasi skor untuk setiap pertanyaan, sedangkan skala disusun atas dasar penunjukkan skor pada pola-pola atribut, artinya perhatikan intensitas struktur dari atribut-atribut yang hendak diukur. Skala pengukuran adalah kesepakatan yang digunakan sebagai acuan menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam pengukuran, sehingga bila alat ukur itu digunakan dalam pengukuran akan bisa menghasilkan data kuantitatif. Dengan skala pengukuran ini, maka nilai variabel yang diukur dengan instrumen tertentu dapat dinyatakan dalam bentuk angka sehingga akan lebih akurat, efisien, dan komunikatif. Salah satu cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor adalah dengan menggunakan “Skala Likert” (sebenarnya bukan skala, melainkan cara yang lebih sistematis dalam penentuan skor pada indeks). Cara pengukurannya adalah dengan memberikan jawaban, misal sangat puas, puas, tidak berkomentar, kurang puas, tidak puas dan jawaban ini diberi skor dari 1 sampai dengan 5. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel

yang akan diukur dapat dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator jawaban tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun butir-butir yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Dalam penelitian ini digunakan lima tingkat (*Likert*), yaitu :

- a. Untuk pernyataan tentang kinerja pelayanan yang diberikan pada nasabah terhadap suatu aspek, maka bobot nilainya adalah sebagai berikut :
 - Jawaban sangat puas diberi bobot 5 (lima)
 - Jawaban puas diberi bobot 4 (empat)
 - Jawaban netral diberi bobot 3 (tiga)
 - Jawaban kurang puas diberi bobot 2 (dua)
 - Jawaban tidak puas diberi bobot 1 (satu)
- b. Untuk pernyataan tentang harapan nasabah terhadap suatu aspek, maka bobot nilainya adalah sebagai berikut :
 - Jawaban sangat penting diberi bobot 5 (lima)
 - Jawaban penting diberi bobot 4 (empat)
 - Jawaban netral diberi bobot 3 (tiga)
 - Jawaban kurang penting diberi bobot 2 (dua)
 - Jawaban tidak penting diberi bobot 1 (satu)

Sedangkan pengukuran dengan tipe jawaban yang tegas, misalnya Ya dan Tidak, Benar dan Salah, dan lain-lain disebut skala *Guttman*. Jadi, jika pada skala *Likert* terdapat jawaban dari kata sangat setuju sampai dengan tidak setuju, maka pada skala *Guttman* hanya terdapat dua jawaban yaitu setuju atau tidak setuju.

Pengukuran tidak lain dari penunjukkan angka-angka pada suatu variabel menurut aturan yang telah ditentukan. Berikut merupakan beberapa karakteristik dari skala pengukuran :

1. Nominal

Skala pengukuran nominal adalah ukuran yang dasar penggolongannya hanyalah kategori yang tidak tumpang tindih dan tuntas. “Angka” yang digunakan hanya sekedar label atau kode. Misalnya untuk variabel jenis kelamin, kita memberikan kode 1 untuk jenis kelamin laki-laki dan 2 untuk wanita.

2. Ordinal

Tingkat pengukuran ini memungkinkan peneliti untuk mengurutkan respondennya dari tingkatan paling rendah ke yang paling tinggi. Misalnya untuk ukuran Tingkat Ekonomi, 1 untuk rendah, 2 untuk menengah dan 3 untuk atas.

3. Interval

Ukuran ini mengurutkan obyek atau orang berdasarkan suatu atribut. Skala dan indeks biasanya menghasilkan ukuran yang interval. Misalnya skala termometer, walaupun ada niali $0^{\circ}C$, namun tetap ada nilainya. Dengan kata lain ukuran ini memiliki nilai titik nol tidak tetap.

4. Rasio

Ukuran rasio adalah suatu bentuk interval yang jaraknya (intervalnya) tidak dinyatakan sebagai nilai perbedaan antar responden, tetapi antara seorang responden dengan angka nilai nol tetap. Misalnya data tentang berat badan,



panjang dan volume. Berat 0 (nol) kilogram, berarti tidak ada beratnya atau tidak mempunyai berat, panjang 0 (nol) meter, berarti tidak ada panjang. Dengan kata lain jenis ukuran memiliki titik nol tetap.

3.5. Tahap-tahap Pelaksanaan Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan di Bank Rakyat Indonesia cabang Cik Di Tiro , Jogjakarta. Kegiatan penelitian tentang analisa kepuasan nasabah BRI, Jogjakarta ini melewati beberapa tahap kegiatan, yaitu :

1. Menghimpun sumber data yang relevan.

Bahan kajiannya berupa buku-buku yang relevan dan dihimpun berdasarkan prioritas sebagai landasan dalam penyusunan laporan penelitian ini. Adapun daftarnya terdapat dalam halaman referensi (daftar pustaka).

2. Pembuatan instrumen, yaitu dengan menggunakan kuesioner berupa sejumlah butir-butir pertanyaan yang disusun secara tertulis yang diberikan kepada sejumlah responden dan bertujuan untuk mengetahui pendapat nasabah mengenai pelayanan dan fasilitas yang diberikan Bank kepada nasabah.

- a. Pra-penyebaran kuesioner (*Pre-test*).

Hal ini dilakukan dengan cara menyebar sejumlah kecil kuesioner (dalam penelitian ini sampel yang disebar sebanyak 100) yang bertujuan untuk mengetahui validitas dan reliabilitas dari instrumen riset yang digunakan.

- b. Penyebaran kuesioner.

Kuesioner yang telah valid dan reliabel tersebut disebarakan sebanyak 200 buah yang nantinya akan digunakan untuk analisis data.

Dalam penelitian ini, pemilihan kantor cabang Cik Ditiro sebagai tempat penelitian adalah dengan menggunakan *purposive sampling*, yaitu sampel dengan maksud dan tujuan tertentu. Untuk penarikan sampel dilakukan dengan menggunakan *accidental sampling*. Banyaknya sampel yang dikumpulkan berdasarkan pada metode *sequential sampling*, yaitu dengan melakukan pra-penyebaran terlebih dulu kemudian dilakukan penyebaran secara menyeluruh.

3. Pengolahan Data

Statistika sebagai ilmu yang dapat diaplikasikan di segala bidang ilmu, menuntut bagi para statistikawan untuk mempelajari dan memahami bidang ilmu lain untuk memperkuat ilmunya. Statistika hanya sebagai landasan bagi ilmu yang lain dalam memecahkan suatu permasalahan yang terjadi. Banyak bidang yang bisa dipelajari untuk menekuni bidang ilmu yang dikuasainya, seperti : ekonomi, industri, sosial, budaya dan lain sebagainya. Salah satu peran statistika dalam bidang perekonomian adalah di sektor perbankan.

Dalam analisis data ini digunakan metode deskriptif kualitatif. Adapun analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian yang menggunakan angket/kuesioner sebagai alat pengumpulan data, maka ada dua asumsi dari sebuah angket/kuesioner yang harus dipenuhi, yaitu :

a. Uji Validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih.

2. Diagram Pareto

Diagram ini mengklasifikasikan masalah menurut prioritas atau tingkat kepentingannya dengan menggunakan format grafik batang. Dalam analisis dengan diagram Pareto, penulis menggunakan bantuan software MINITAB.

3. Korelasi

Koefisien korelasi merupakan ukuran yang digunakan untuk mengetahui derajat hubungan atau keeratan antara variabel X dan variabel Y apabila bentuk hubungan tersebut linier. Dalam analisis korelasi ini, penulis menggunakan bantuan software SPSS.

4. Analisis Tingkat Kepentingan Dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan

Analisis ini digunakan untuk mengetahui item atau atribut mana saja yang menjadi prioritas utama sehingga pihak manajemen bisa lebih memperhatikan untuk dapat ditingkatkan menjadi lebih baik. Dalam Analisis Tingkat Kepentingan Dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan, penulis menggunakan bantuan software Microsoft Excel .



BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Data Penelitian

Sebagaimana yang telah dijelaskan sebelumnya, dalam penelitian ini untuk mendapatkan data digunakan angket/kuesioner. Dari 200 (dua ratus) angket yang disebar, setelah dilakukan *coding*, maka diperoleh 177 (seratus tujuh puluh tujuh) angket yang digunakan dalam analisis data. Namun, sebelum dilakukan penyebaran sebanyak 200 (dua ratus), maka dilakukan pra-penyebaran angket untuk menguji asumsi valid (sahih) sebanyak 50 (lima puluh) dan reliabel (andal) sebanyak 50 (lima puluh) angket/kuesioner. Data untuk analisis validitas dan reliabilitas terdapat pada lampiran 2. Adapun data lengkap penelitian ini sebagaimana tertera pada lampiran 3.

4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas

Syarat yang harus dipenuhi oleh sebuah instrumen (angket/kuesioner) adalah validitas dan reliabilitas. Untuk mengetahui adanya validitas dan reliabilitas angket/kuesioner, maka penulis menggunakan bantuan program SPSS.

4.2.1. Uji Validitas

Adapun pengujian validitas yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis

H_0 : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (butir tidak valid)

H_1 : Skor butir berkorelasi positif dengan skor faktor (butir valid).

2. Menentukan nilai R_{tabel} ($\alpha = 0.05$)

$db = n - 2$; n : jumlah kasus (responden)

$= 50 - 2 = 48$ (karena dalam tabel r pada lampiran 8 tidak ada $db = 48$,

maka dilakukan interpolasi).

R_{tabel} (untuk $db = 45$) = 0.288, R_{tabel} (untuk $db = 50$) = 0.273

$$R_{tabel} \text{ (untuk } db = 48) = 0.288 - \left(\frac{48 - 45}{50 - 45} \times (0.288 - 0.273) \right) = 0.279$$

3. Menentukan nilai R_{hasil}

Dengan menggunakan program SPSS, yaitu R_{hasil} ini dapat dilihat pada output komputer bagian kolom nilai *Corrected Item Total Correlation* (terdapat pada lampiran 5)

4. Dasar Pengambilan keputusan :

- Jika R_{hasil} positif dan $R_{hasil} > R_{tabel}$, maka H_0 ditolak (butir valid).

Tabel 4.1 : tabel pengujian validitas kuesioner

Butir (item)	R_{hasil}	Tanda	R_{tabel}	Kesimpulan
A. Aspek Pelayanan				
1.	.2319	<	0.273	Ho diterima (tidak valid)
2.	.5130	>	0.273	Ho ditolak (valid)
3.	.7218	>	0.273	Ho ditolak (valid)
4.	.4393	>	0.273	Ho ditolak (valid)
5.	.5870	>	0.273	Ho ditolak (valid)
6.	.6187	>	0.273	Ho ditolak (valid)
7.	.4589	>	0.273	Ho ditolak (valid)
8.	.2629	<	0.273	Ho diterima (tidak valid)
9.	.2629	<	0.273	Ho diterima (tidak valid)

10.	.3762	>	0.273	Ho ditolak (valid)
11.	.2940	>	0.273	Ho ditolak (valid)
12.	.6909	>	0.273	Ho ditolak (valid)
13.	.6909	>	0.273	Ho ditolak (valid)
14.	.5128	>	0.273	Ho ditolak (valid)
15.	.5964	>	0.273	Ho ditolak (valid)
16.	.4987	>	0.273	Ho ditolak (valid)
17.	.4923	>	0.273	Ho ditolak (valid)
18.	.5010	>	0.273	Ho ditolak (valid)
19.	.1907	<	0.273	Ho diterima (tidak valid)
20.	.4805	>	0.273	Ho ditolak (valid)
B.	Aspek Fasilitas			
1.	.5978	>	0.273	Ho ditolak (valid)
2.	.7392	>	0.273	Ho ditolak (valid)
3.	.6318	>	0.273	Ho ditolak (valid)
4.	.5235	>	0.273	Ho ditolak (valid)
5.	.5483	>	0.273	Ho ditolak (valid)
6.	.2242	<	0.273	Ho diterima (tidak valid)
7.	.4236	>	0.273	Ho ditolak (valid)
8.	.4572	>	0.273	Ho ditolak (valid)
9.	.5213	>	0.273	Ho ditolak (valid)
10.	.1321	<	0.273	Ho diterima (tidak valid)

5. Kesimpulan

Dari 20 (tiga puluh) item pertanyaan yang disajikan untuk aspek pelayanan terdapat 4 (enam) item atau atribut yang tidak valid, sedangkan dari 10 (sepuluh) item pertanyaan yang disajikan untuk aspek fasilitas terdapat 2 (enam) item atau atribut yang tidak valid Langkah selanjutnya adalah

menggugurkan 6 (enam) butir/item yang tidak memenuhi kaidah uji tersebut. Kemudian butir/item yang sudah valid tersebut disebar lagi (sebanyak pra-penyebaran pertama) yang nantinya digunakan dalam uji reliabilitas.

4.2.2. Uji Reliabilitas

Langkah-langkah yang dilakukan dalam uji reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis

H_0 : Skor butir tidak berkorelasi positif dengan komposit faktornya (butir tidak reliabel).

H_1 : Skor butir berkorelasi positif dengan komposit faktornya (butir reliabel).

2. Menentukan nilai R_{tabel} ($\alpha = 0.05$)

$db = n - 2$; n : jumlah kasus (responden)

$$= 50 - 2 = 48$$

$R_{tabel} = 0.273$ (sama dengan cara perhitungan R_{tabel} untuk uji validitas)

3. Menentukan nilai R_{Alpha}

Dengan menggunakan program SPSS, maka nilai R_{Alpha} dapat dilihat pada kolom nilai Alpha (terdapat pada lampiran 6).

4. Dasar Pengambilan keputusan :

Jika R_{Alpha} positif dan $R_{Alpha} > R_{tabel}$, maka H_0 ditolak (butir reliabel).

Tabel 4.2 : tabel pengujian reliabilitas kuesioner

Butir (item)	R _{hasil}	Tanda	R _{tabel}	Kesimpulan
A.	Aspek Pelayanan			
1.	.4726	>	0.273	Ho ditolak (valid)
2.	.3595	>	0.273	Ho ditolak (valid)
3.	.5259	>	0.273	Ho ditolak (valid)
4.	.5881	>	0.273	Ho ditolak (valid)
5.	.5807	>	0.273	Ho ditolak (valid)
6.	.6149	>	0.273	Ho ditolak (valid)
7.	.4879	>	0.273	Ho ditolak (valid)
8.	.4921	>	0.273	Ho ditolak (valid)
9.	.6155	>	0.273	Ho ditolak (valid)
10.	.5794	>	0.273	Ho ditolak (valid)
11.	.4948	>	0.273	Ho ditolak (valid)
12.	.7959	>	0.273	Ho ditolak (valid)
13.	.5069	>	0.273	Ho ditolak (valid)
14.	.3183	>	0.273	Ho ditolak (valid)
15.	.5076	>	0.273	Ho ditolak (valid)
16.	.4267	>	0.273	Ho ditolak (valid)
B.	Aspek Fasilitas			
1.	.3943	>	0.273	Ho ditolak (valid)
2.	.5526	>	0.273	Ho ditolak (valid)
3.	.4420	>	0.273	Ho ditolak (valid)
4.	.6037	>	0.273	Ho ditolak (valid)
5.	.4897	>	0.273	Ho ditolak (valid)
6.	.6006	>	0.273	Ho ditolak (valid)
7.	.6521	>	0.273	Ho ditolak (valid)
8.	.6258	>	0.273	Ho ditolak (valid)

5. Kesimpulan :

❖ Untuk Aspek Pelayanan

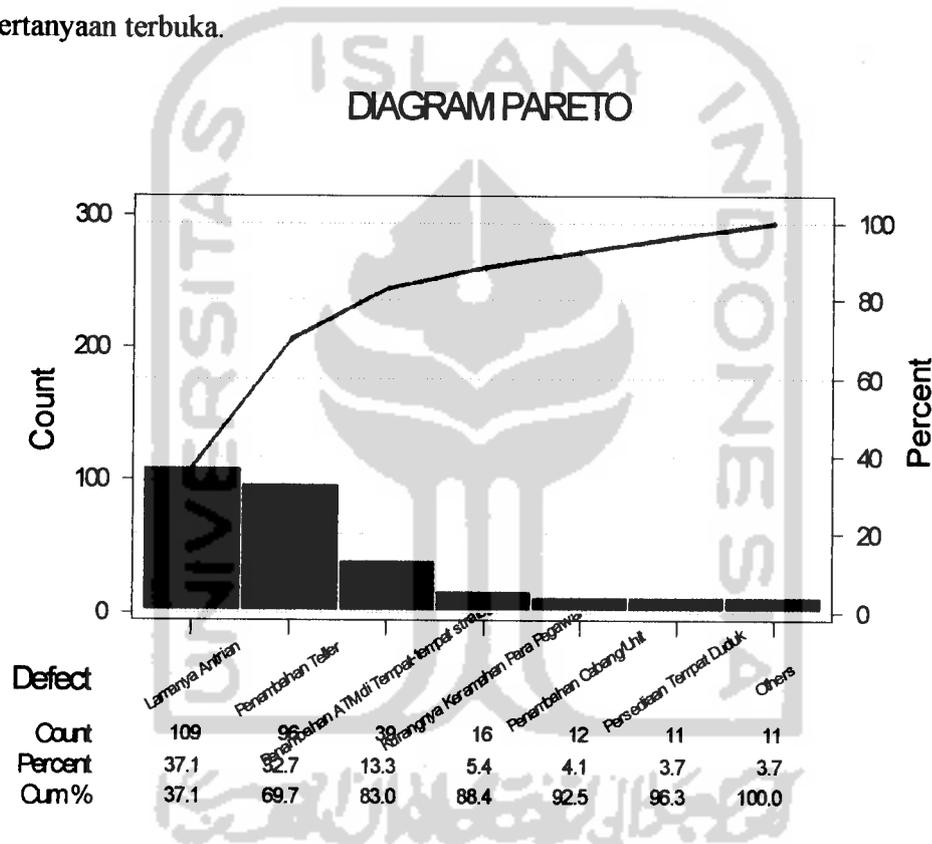
Di lihat dari nilai *Corrected Item Total Correlation* (terdapat pada lampiran 6), maka terlihat semua butir untuk aspek pelayanan mempunyai nilai R_{hasil} lebih besar R_{tabel} dan semua R_{hasil} adalah positif. Sehingga bisa dikatakan semua butir pada pra-penyebaran kedua adalah valid. Karena butir sudah valid semua, maka analisis dilanjutkan pada reliabilitas. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan di atas, maka terlihat bahwa $R_{\text{Alpha}} > R_{\text{tabel}}$ ($0.8735 > 0.273$). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa butir untuk aspek pelayanan adalah reliabel.

❖ Untuk Aspek Fasilitas

Di lihat dari nilai *Corrected Item Total Correlation* (terdapat pada lampiran 6), maka terlihat semua butir untuk aspek fasilitas mempunyai nilai R_{hasil} lebih besar R_{tabel} dan semua R_{hasil} adalah positif. Sehingga bisa dikatakan semua butir pada pra-penyebaran kedua adalah valid. Karena butir sudah valid semua, maka analisis dilanjutkan pada reliabilitas. Berdasarkan dasar pengambilan keputusan di atas, maka terlihat bahwa $R_{\text{Alpha}} > R_{\text{tabel}}$ ($0.8211 > 0.273$). Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa butir untuk aspek fasilitas adalah reliabel.

4.3 Analisis dengan Diagram Pareto

Dalam analisis bentuk pertanyaan terbuka (pertanyaan yang kedua) digunakan metode analisis diagram Pareto. Hal ini berpedoman pada prinsip Pareto yang menyatakan bahwa 80 % dari masalah dapat disebabkan oleh 20 % dari penyebab. Data yang digunakan untuk analisis dengan menggunakan diagram Pareto adalah dari hasil *coding* bagian kedua dari kuesioner, yaitu berupa pertanyaan terbuka.



Gambar 4.1 : Diagram Pareto Mengenai Ketidakpuasan Nasabah

Analisis Diagram Pareto :

Berdasarkan hasil yang ada pada diagram Pareto di atas, maka dapat dilihat persoalan yang dihadapi nasabah menurut bobotnya :

1. Lamanya antrian (dengan keluhan sebanyak 37.1 %)

Hal ini dirasakan nasabah terutama pada saat awal bulan. Mereka harus mengantri lebih dari setengah jam.

2. Penambahan Teller (dengan keluhan sebanyak 32.7 %)

Hendaknya pada saat banyak antrian (terutama pada saat awal bulan yang bersamaan dengan pengambilan gaji para pensiunan) pihak bank bisa menambahkan jumlah teller yang beroperasi atau minimal seluruh teller (delapan teller). Terkadang tidak seluruh teller beroperasi sehingga antrian menjadi lebih lama.

3. Penambahan ATM (dengan keluhan sebanyak 13.3%).

Walaupun sudah mengadakan adanya *ATM Link*, namun masih ada nasabah yang mengeluhkan mengenai penggunaan ATM. Misalnya, lamanya pembuatan ATM, susahnya mengurus ATM yang hilangnya, jika mengambil uang dari ATM lain (layanan *ATM Link*) masih dikenakan biaya lagi, masih sedikitnya ATM BRITAMA di berbagai tempat-tempat strategis, dan lain-lain

4. Kurangnya keramahan para pegawai (dengan keluhan sebanyak 5.4%)

Selain dituntut bekerja secara profesional bukan berarti para pegawai mengabaikan keramahan bagi para nasabahnya. Misalnya saja teller yang sedang melayani nasabah yang sudah lanjut usia, mereka hendaknya sabar bila diminta menjelaskan hal-hal yang tidak dimengerti nasabahnya. Para karyawan hendaknya menyadari bahwa bank dapat menjalankan usaha karena ada nasabah/pelanggan sehingga dalam berhubungan dengan nasabah/pelanggan mereka harus berusaha dengan sekuat tenaga untuk

membantu nasabah-nasabah dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan mereka di bidang perbankan. Hal ini berarti pula bahwa para karyawan atau pegawai Bank harus memperlakukan nasabah-nasabah dengan ramah dan sopan.

5. Penambahan Cabang/Unit (dengan keluhan sebanyak 4.1 %)

Kantor Cabang yang ada khususnya di Jogjakarta ini hanya sedikit sedangkan nasabahnya semakin bertambah.

6. Persediaan tempat duduk (dengan keluhan sebanyak 3.7 %)

Khususnya pada saat awal bulan nasabah yang mengantri sangat banyak sedangkan kursi tunggu yang disediakan BRI dirasa masih kurang. Untuk itu, BRI hendaknya memberikan tempat duduk cadangan agar para nasabah bisa dengan nyaman menunggu antrian tanpa harus berjam-jam berdiri menunggu antrian.

7. Lain-lain (dengan keluhan sebanyak 3.7%)

Selain faktor-faktor di atas, masih ada sekitar 3.7 % lagi hal-hal yang mungkin perlu diperhatikan oleh pihak manajemen untuk memperbaiki pelayanan agar lebih baik lagi.

Ternyata faktor yang perlu mendapatkan perhatian adalah mengenai lamanya antrian dan jumlah teller yang beroperasi.

4.4 Analisis Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara rata-rata kepuasan pelayanan dan rata-rata kepuasan fasilitas nasabah BRI.

Tabel 4.3 : tabel *out put* korelasi dengan program SPSS

Correlations

		PELAYANA	FASILITA
PELAYANA	Pearson Correlation	1	.677**
	Sig. (2-tailed)	.	.000
	N	177	177
FASILITA	Pearson Correlation	.677**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.
	N	177	177

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

Adapun langkah uji hipotesis analisis korelasi adalah sebagai berikut :

1. Hipotesis

H_0 : Tidak terdapat hubungan antara kepuasan pelayanan dan kepuasan fasilitas yang diberikan oleh BRI

H_1 : Terdapat hubungan antara kepuasan pelayanan dan kepuasan fasilitas yang diberikan oleh BRI

2. $\alpha = 0.05$

3. Dasar pengambilan keputusan (daerah kritis)

Jika Prob. < 0.05 , maka H_0 ditolak

Jika Prob. ≥ 0.05 , maka H_0 diterima

4. Pengambilan keputusan :

Karena nilai Prob. < 0.05 ($0.000 < 0.05$, terdapat pada lampiran 7) , maka H_0 ditolak. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara kepuasan pelayanan dengan kepuasan fasilitas nasabah BRI, yaitu sebesar 0.677.

Dilihat dari angka korelasi yang cukup tinggi dan positif bahwa dapat diperkirakan bila rata-rata kepuasan pelayanan meningkat, maka rata-rata kepuasan fasilitas nasabah juga akan meningkat. Begitu juga sebaliknya, bila rata-rata kepuasan pelayanan menurun, maka rata-rata kepuasan fasilitas nasabah juga akan menurun. Hal ini dimungkinkan karena antara pelayanan dan fasilitas memiliki kontribusi dalam penilaian kepuasan nasabah. Apabila pelanggan/nasabah merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan atau fasilitas yang disediakan, maka pelayanan atau fasilitas tersebut dimungkinkan tidak efektif dan tidak efisien. Untuk itu, pihak manajemen bank perlu memperhatikan aspek pelayanan dan fasilitas yang menjadikan nasabah merasa puas.

4.5 Analisis Tingkat Kepuasan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan

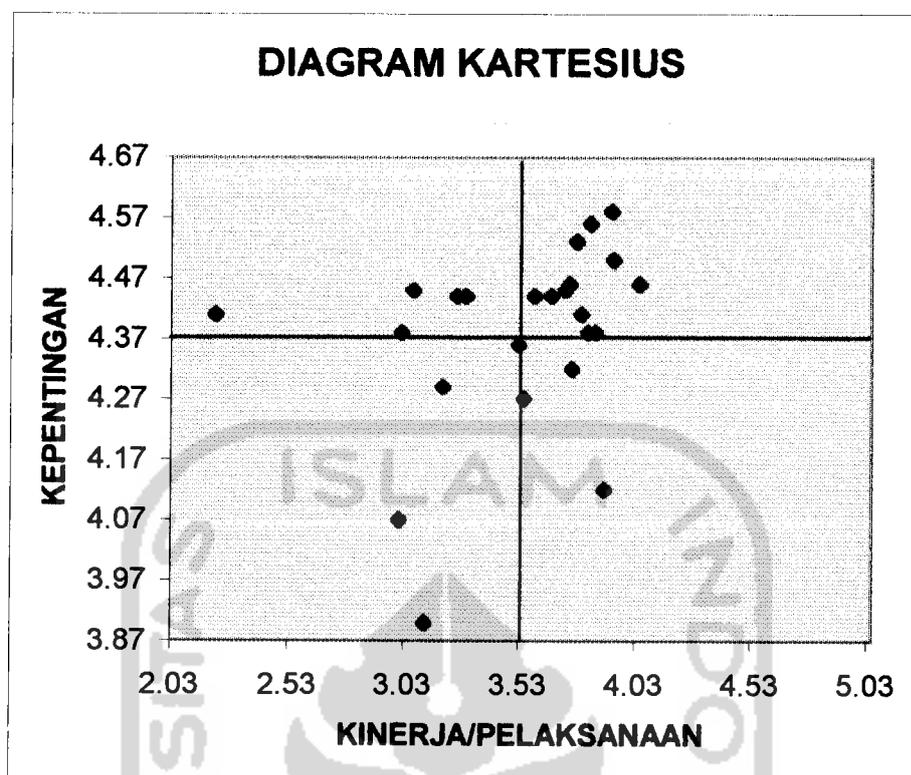
Dari 177 (seratus tujuh puluh tujuh) responden yang diteliti, maka diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepuasan dan kepentingan terhadap kinerja Bank Rakyat Indonesia.

Tabel 4.4 : Perhitungan Rata-rata Dari Penilaian Pelaksanaan dan Penilaian Kepentingan Pada Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia

No.	Pertanyaan	Penilaian pelaksanaan	Penilaian kepentingan	\bar{x}	\bar{y}
1.	Teller berbicara atau berkomunikasi dengan cara menyenangkan.	669	802	3.78	4.53
2.	Perlakuan teller kepada nasabah	696	810	3.93	4.58
3.	Waktu yang diperlukan dalam antrian.	393	780	2.22	4.41
4.	Teller mendengarkan permintaan nasabah dengan baik	660	787	3.73	4.45
5.	Teller tahu bagaimana menyelesaikan suatu transaksi	697	794	3.94	4.5
6.	Para pegawai ramah dalam melayani nasabah	679	807	3.84	4.56
7.	Kemudahan transfer antar Bank yang diberikan	637	786	3.6	4.44
8.	Teller siap ditempat ketika mereka diperlukan	543	787	3.07	4.45
9.	Teller dan pegawai lainnya siap menolong kesulitan yang dihadapi nasabah	649	785	3.67	4.44
10.	Teller mengerti kebutuhan nasabah	629	755	3.55	4.27
11.	Kemampuan Bank cepat tanggap dalam menghadapi keluhan yang disampaikan nasabah	584	786	3.3	4.44
12.	Teller terampil dalam melayani nasabah	663	790	3.75	4.46
13.	Teller dan pegawai lainnya dapat memberikan informasi yang jelas dan dapat dimengerti nasabah	717	789	4.05	4.46
14.	Prosedur pelayanan Bank tidak berbelit	625	772	3.53	4.36
15.	Pengisian dan penggunaan formulir mudah dimengerti.	683	775	3.86	4.38

16.	Jaminan keamanan yang diberikan	673	780	3.8	4.41
17.	Keberadaan ATM cukup baik	577	786	3.26	4.44
18.	Banyaknya ATM yang ada di berbagai daerah	535	775	3.02	4.38
19.	Adanya fasilitas ATM <i>Link</i>	566	759	3.2	4.29
20.	Program undian berhadiah yang diadakan oleh BRI	552	690	3.12	3.9
21.	Tingkat suku bunga yang diberikan oleh Bank	532	720	3.01	4.07
22.	Tempat duduk yang disediakan cukup nyaman	666	764	3.76	4.32
23.	Ruang pelayanan memberikan perasaan nyaman pada nasabah	678	775	3.83	4.38
24.	Adanya TV yang berdekatan dengan ruang tunggu.	691	729	3.9	4.12
Rata-rata (\bar{X}, \bar{Y})				3.53	4.37

Dari hasil nilai rata-rata di atas, kemudian dibuatkan diagram kartesius untuk mengetahui faktor-faktor (atribut/butir-butir) mana saja yang perlu dijadikan sebagai prioritas utama yang mendapat perhatian dari pihak manajemen untuk diperbaiki agar menjadi lebih baik.



Gambar 4.2 : Diagram Kartesius Dari Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia

Dari diagram Kartesius di atas, kemudian butir-butir pertanyaan dimasukkan kedalam kuadran-kuadran.

Tabel 4.5 : Hasil Analisis Dari Tingkat Kepentingan dengan Tingkat Kinerja/Pelaksanaannya

Butir ke-	Kuadran
1	II
2	II
3	I
4	II
5	II
6	II
7	II
8	I
9	II

10	IV
11	I
12	II
13	II
14	IV
15	II
16	II
Aspek Fasilitas	
1	I
2	I
3	IV
4	IV
5	IV
6	IV
7	II
8	IV

Setelah dikelompokkan seperti di atas, maka selanjutnya adalah menganalisis pelayanan mana saja yang harus diperbaiki berdasarkan tingkat kesesuaian responden.

Tabel 4.6 : Perhitungan Tingkat Kesesuaian Responden

No.	Pertanyaan	Penilaian pelaksanaan	Penilaian kepentingan	Tingkat kesesuaian
A. ASPEK PELAYANAN				
1.	Teller berbicara atau berkomunikasi dengan cara menyenangkan.	669	802	83.42 %
2.	Perlakuan teller kepada nasabah	696	810	85.93%
3.	Waktu yang diperlukan dalam antrian.	393	780	50.38%
4.	Teller mendengarkan permintaan nasabah dengan baik	660	787	83.86%
5.	Teller tahu bagaimana menyelesaikan suatu transaksi	697	794	87.78%
6.	Para pegawai ramah dalam melayani nasabah	679	807	84.14%
7.	Kemudahan transfer antar	637	786	81.04%

	Bank yang diberikan			
8.	Teller siap ditempat ketika mereka diperlukan	543	787	67%
9.	Teller dan pegawai lainnya siap menolong kesulitan yang dihadapi nasabah	649	785	82.68%
10.	Teller mengerti kebutuhan nasabah	629	755	81.16%
11.	Kemampuan Bank cepat tanggap dalam menghadapi keluhan yang disampaikan nasabah	584	786	74.3%
12.	Teller terampil dalam melayani nasabah	663	790	83.92%
13.	Teller dan pegawai lainnya dapat memberikan informasi yang jelas dan dapat dimengerti nasabah	717	789	90.87%
14.	Prosedur pelayanan Bank tidak berbelit	625	772	80.96%
15.	Pengisian dan penggunaan formulir mudah dimengerti.	683	775	88.13%
16.	Jaminan keamanan yang diberikan	673	780	86.28%
B.	ASPEK FASILITAS			
1.	Keberadaan ATM cukup baik	577	786	73.41%
2.	Banyaknya ATM yang ada di berbagai daerah	535	775	69.03%
3.	Adanya fasilitas ATM <i>Link</i>	566	759	74.57%
4.	Program undian berhadiah yang diadakan oleh BRI	552	690	80%
5.	Tingkat suku bunga yang diberikan oleh Bank	532	720	73.89%
6.	Tempat duduk yang disediakan cukup nyaman	666	764	87.17%
7.	Ruang pelayanan memberikan perasaan nyaman pada nasabah	678	775	87.48%
8.	Adanya TV yang berdekatan dengan ruang tunggu.	691	729	94.79%

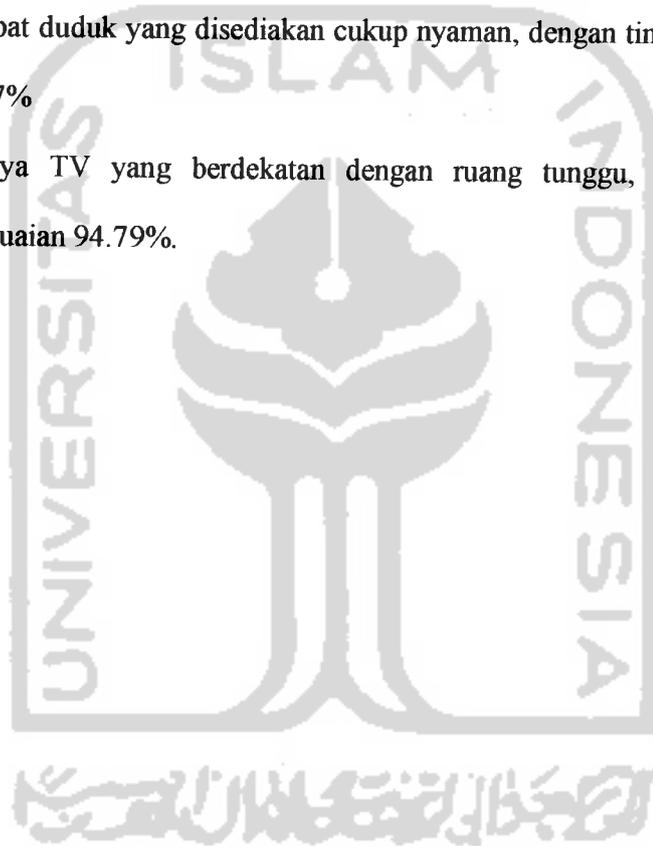
Analisis :

1. Faktor yang terdapat dalam kuadran I merupakan unsur-unsur jasa yang sangat penting, namun pihak manajemen belum melaksanakan sesuai dengan keinginan nasabah. Adapun faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :
 - Waktu yang diperlukan dalam antrian, dengan tingkat kesesuaian 50.38 %.
 - Teller siap ditempat ketika mereka diperlukan, dengan tingkat kesesuaian 67 %.
 - Kemampuan Bank cepat tanggap dalam menghadapi keluhan yang disampaikan nasabah, dengan tingkat kesesuaian 74.3 %.
 - Keberadaan ATM cukup baik, dengan tingkat kesesuaian 73.41%.
 - Banyaknya ATM yang ada di berbagai daerah, dengan tingkat kesesuaian 69.03%.
2. Faktor yang terdapat dalam kuadran II merupakan unsur-unsur jasa yang penting untuk dipertahankan. Adapun faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :
 - Teller berbicara atau berkomunikasi dengan cara menyenangkan, dengan tingkat kesesuaian 83.42 %
 - Perlakuan teller kepada nasabah, dengan tingkat kesesuaian 85.93%
 - Teller mendengarkan permintaan nasabah dengan baik, dengan tingkat kesesuaian 83.86%
 - Teller tahu bagaimana menyelesaikan suatu transaksi, dengan tingkat kesesuaian 87.78%

- Para pegawai ramah dalam melayani nasabah, dengan tingkat kesesuaian 84.14%
 - Kemudahan transfer antar Bank yang diberikan, dengan tingkat kesesuaian 81.04%
 - Teller dan pegawai lainnya siap menolong kesulitan yang dihadapi nasabah, dengan tingkat kesesuaian 82.68%
 - Teller terampil dalam melayani nasabah, dengan tingkat kesesuaian 83.92%
 - Teller dan pegawai lainnya dapat memberikan informasi yang jelas dan dapat dimengerti nasabah, dengan tingkat kesesuaian 90.87%
 - Jaminan keamanan yang diberikan, dengan tingkat kesesuaian 86.28%
 - Ruang pelayanan memberikan perasaan nyaman pada nasabah, dengan tingkat kesesuaian 87.48%
3. Faktor yang terdapat dalam kuadran III merupakan unsur-unsur jasa yang kurang penting pengaruhnya bagi nasabah. Adapun faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :
- Adanya fasilitas ATM *Link*, dengan tingkat kesesuaian 74.57%
 - Program undian berhadiah yang diadakan oleh BRI, dengan tingkat kesesuaian 80%
 - Tingkat suku bunga yang diberikan oleh Bank, dengan tingkat kesesuaian 73.89%

4. Faktor yang terdapat dalam kuadran IV merupakan unsur-unsur jasa yang kurang penting, namun pihak manajemen melaksanakan berlebihan. Adapun faktor-faktor tersebut adalah sebagai berikut :

- Teller mengerti kebutuhan nasabah, dengan tingkat kesesuaian 81.16%
- Pengisian dan penggunaan formulir mudah dimengerti, dengan tingkat kesesuaian 88.13%
- Tempat duduk yang disediakan cukup nyaman, dengan tingkat kesesuaian 87.17%
- Adanya TV yang berdekatan dengan ruang tunggu, dengan tingkat kesesuaian 94.79%.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis di atas diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- Kesesuaian antara tingkat kepuasan nasabah terhadap kinerja BRI ditinjau dari kesenjangan antara jasa pelayanan yang dialami dengan jasa pelayanan yang diharapkan rata-rata di atas 80 %, berarti bahwa kesenjangannya tidak terlalu jauh. Apabila kinerja berada di bawah harapan, maka nasabah akan merasa kecewa, bila kinerja sesuai dengan harapan, maka nasabah akan merasa puas dan bila kinerja di atas harapan, maka nasabah akan merasa sangat puas (Kotler, 1995).
- Terdapat hubungan antara rata-rata kepuasan pelayanan dengan rata-rata kepuasan fasilitas nasabah BRI, yaitu sebesar 0.677.
- Yang menjadi Prioritas utama agar dapat dilakukan peningkatan secara terus-menerus adalah Faktor yang terdapat pada kuadran I (unsur-unsur jasa yang sangat penting, namun pihak manajemen BRI belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan nasabah), yaitu : waktu yang diperlukan dalam antrian, teller siap ditempat ketika mereka diperlukan, kemampuan Bank cepat tanggap dalam menghadapi keluhan yang disampaikan nasabah, keberadaan ATM, banyaknya ATM yang ada di berbagai daerah. Faktor yang banyak mendapat keluhan dari nasabah adalah mengenai lamanya antrian, yaitu sebesar 37.1 %.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka peneliti ingin mengemukakan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi perkembangan kemajuan Bank Rakyat Indonesia di masa yang akan datang, yaitu antara lain :

1. Untuk mengantisipasi adanya antrian yang terlalu lama (terutama pada saat awal bulan yang bersamaan dengan pengambilan pensiunan) hendaknya perlu teller yang ada bisa beroperasi semuanya.
2. Kesungguhan dalam bekerja mencerminkan loyalitas yang tinggi. Untuk itu, pihak bank diharapkan dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya.
3. Perlunya penambahan mesin-mesin ATM di berbagai tempat strategis, karena dirasa ATM merupakan sarana yang penting bagi nasabah dan dapat mengambil uang dengan cepat tanpa harus mengantri lama.
4. Hendaknya pihak mampu cepat tanggap dalam menghadapi keluhan yang disampaikan nasabah.
5. Untuk penelitian lanjutan bisa dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan antara tingkat kepuasan dengan beberapa karakteristik nasabah (jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan lain-lain).
6. Penelitian serupa bisa dilakukan minimal 6 (enam) bulan sekali untuk membandingkan apakah pihak bank sudah memperbaiki keluhan yang diberikan oleh nasabahnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Gaspersz, V., 1992, *Teknik Analisis Dalam Penelitian Percobaan*, Tarsito, Bandung
- Kotler, P., 1994, *Manajemen Pemasaran Perencanaan Implementasi Dan Pengendalian*, Salemba 4, Jakarta
- Saladin, D., 1994, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran Bank*, Mandar Maju, Jakarta
- Santoso, S., 2002, *SPSS Statistik Parametrik*, Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta
- Santoso, S., 2002, *SPSS Versi_10 : Mengolah Data Statistik Secara Profesional*, Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta
- Singarimbun, M., dan Effendi, S., 1987. *Metodologi Penelitian Survei*, LP3ES, Jogjakarta
- Sukandarrumidi, 2002, *Metodologi Penelitian "Petunjuk Praktis Untuk Pemula"*, UGM Press, Jogjakarta
- Sulistiono, P., 2002, *Indikator Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Pemenuhan Elemen-elemen ISO 9001:2000*, Skripsi, Jogjakarta
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Supranto, J., 1992, *Teknik Sampling untuk Survey Dan Eksperimen*, Rineka Cipta, Jakarta
- Yulianto, A., 2003, *Mengukur Tingkat Kepuasan Nasabah Dengan Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Kepuasan Pelanggan*, Laporan Kerja Praktek, Jogjakarta
- Walpole, R.E. dan Meyer, R. H., 1985, *Ilmu Peluang dan Statistik Untuk Insinyur dan Ilmuwan, Edisi ke-4*, ITB, Bandung



جامعة الإسلام في إندونيسيا

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

PENDAPAT BAPAK/IBU/SAUDARA/I TERHADAP PELAYANAN DAN FASILITAS YANG DIBERIKAN BRI KEPADA ANDA

Responden Yth ;

Kepuasan, kenyamanan dan kemudahan layanan bagi nasabah diharapkan dapat terus-menerus diupayakan untuk peningkatan kualitas yang lebih baik. Agar peningkatan kualitas layanan BRI bermanfaat bagi nasabah, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk memberikan pendapat dan saran guna perbaikan kualitas layanan yang ada dengan cara mengisi kuisisioner berikut. Sebelum dan sesudahnya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

Retno Kurniyanti

(Mahasiswa Statistika, Universitas Islam Indonesia)

Petunjuk pengisian :

1. Berilah tanda check list (√) pada setiap pertanyaan di bawah ini.
2. Untuk kolom kinerja merupakan tingkat kepuasan pelayanan yang dirasakan oleh Anda.
3. Untuk kolom harapan merupakan harapan Anda mengenai seberapa penting pelayanan BRI perlu ditingkatkan.

12	Teller terampil dalam melayani nasabah																			
13	Teller dan pegawai lainnya dapat memberikan informasi yang jelas dan dapat dimengerti nasabah																			
14	Prosedur pelayanan Bank tidak berbelit																			
15	Pengisian dan penggunaan formulir mudah dimengerti.																			
16	Jaminan keamanan yang diberikan																			
B	ASPEK FASILITAS																			
1	Keberadaan ATM cukup baik																			
2	Banyaknya ATM yang ada di berbagai daerah																			
3	Adanya fasilitas ATM <i>Link</i>																			
4	Program undian berhadiah yang diadakan oleh BRI																			
5	Tingkat suku bunga yang diberikan oleh Bank																			
6	Tempat duduk yang disediakan cukup nyaman																			
7	Ruang pelayanan memberikan perasaan nyaman pada nasabah																			
8	Adanya TV yang berdekatan dengan ruang tunggu.																			

Sebutkan ketidakpuasan apa saja yang pernah Anda alami dan saran Anda terhadap kinerja pelayanan dan fasilitas BRI

.....

.....

.....

TERIMA KASH ATAS KESEDIAAN ANDA MENGISI DAFTAR PERTANYAAN INI

NO. RESPONDEN	ITEM ASPEK PELAYANAN										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1	4	5	3	2	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	2	1	4	4	5	3	3	4	4
3	4	4	4	2	3	4	2	3	3	4	4
4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5
5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4
6	2	3	4	1	3	3	4	3	3	5	4
7	4	4	5	4	3	3	4	2	2	4	5
8	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	1
9	2	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3
10	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	1	2	4	4	4	4	2	4
13	1	1	1	1	4	4	2	4	4	3	2
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3
18	4	5	5	4	5	4	5	4	4	3	3
19	2	4	4	5	5	5	4	2	2	5	3
20	4	5	4	2	5	4	4	5	5	4	5
21	4	2	2	2	2	3	2	3	3	4	4
22	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3
23	4	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4
24	2	2	3	2	3	3	2	4	4	3	3
25	2	4	4	2	4	5	4	2	2	4	4
26	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	3
27	4	4	3	2	4	4	4	3	3	3	4

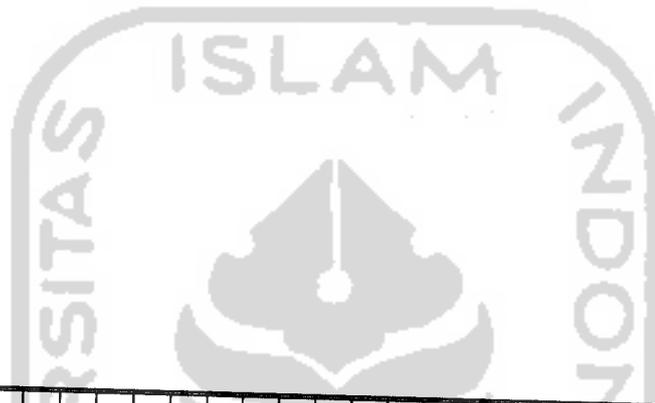
2.2 Data Reliabilitas

No. responden	Item Aspek Pelayanan															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	3	3	4
3	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4	4	5	4	5	4	4
4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5
5	4	4	3	4	4	4	5	3	4	1	1	4	5	5	2	3
6	4	4	4	4	4	4	5	1	4	4	4	4	2	1	1	1
7	4	4	1	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
8	3	3	3	3	3	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4
9	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	3	5	5	3
10	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	5	2	3	3	4	2	3	4	3	1	4	4	2	3	4
12	5	5	4	4	4	4	4	5	1	2	2	4	4	4	4	4
13	4	4	1	4	4	4	1	1	1	1	1	1	4	1	4	4
14	5	4	5	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5
15	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	5	5	5	2	4	2
16	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
17	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	5	4	4	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3
19	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	1	2	4	1	4	1
20	4	2	1	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
21	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
22	4	4	2	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5
23	3	4	5	4	4	3	4	2	4	5	5	5	5	1	4	5
24	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3
25	4	4	4	3	5	4	2	4	3	3	3	4	4	3	5	4
26	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2
27	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5

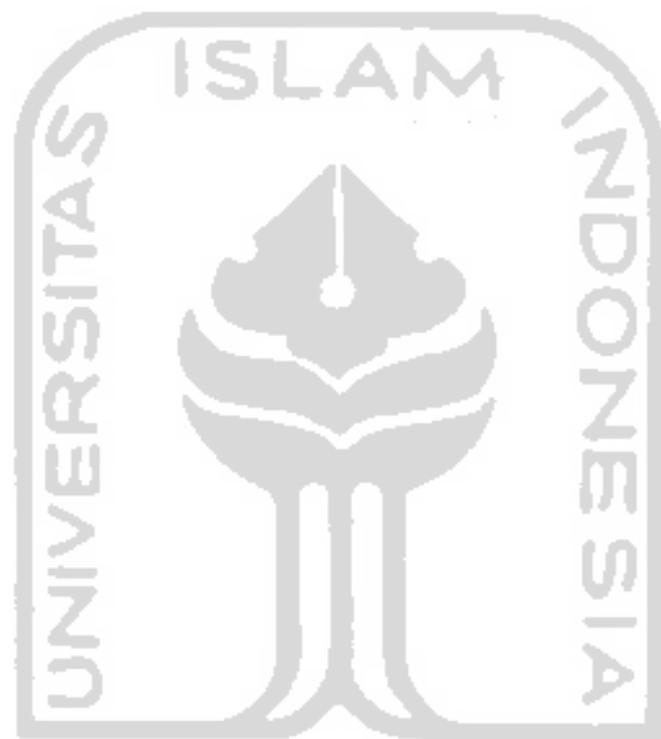
48	4	3	3	4	4	4	4	4
49	4	3	4	3	4	4	4	4
50	3	3	2	3	1	3	1	3

Lampiran 3
Data seluruhnya

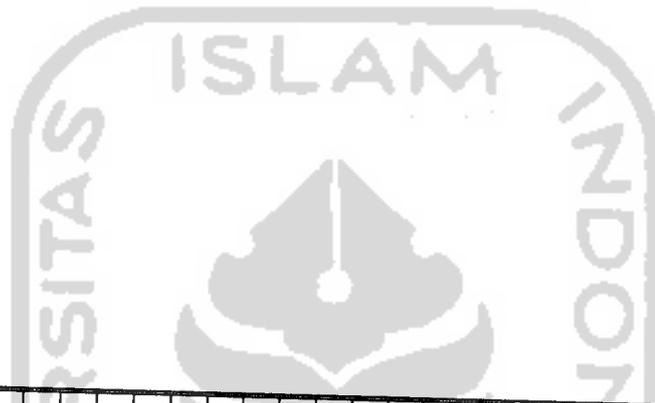
NO. RESPONDEN	ITEM KINERJA																		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19
1	4	4	2	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	2
2	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	2	4	1	4	3	4	3	4	4	5	5	2	1	4
4	3	3	4	4	5	4	4	2	4	4	2	4	3	4	4	4	4	2	2
5	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
6	4	4	2	3	3	4	2	3	3	2	2	2	3	3	4	3	3	2	2
7	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2	2	4	2	2	4
8	2	4	1	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4
9	4	4	1	3	3	4	3	3	3	4	5	3	5	4	4	5	2	4	3
10	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
11	5	5	1	4	4	5	4	2	4	2	2	4	4	4	4	5	2	4	4
12	4	4	1	4	5	4	3	2	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4
13	4	4	2	3	3	4	2	2	4	2	2	4	4	4	4	2	4	2	2
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	5	5	1	5	3	2	2	3	4	4	2	5	4	3	2	5	2	4	2
18	4	4	2	4	2	4	2	2	3	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4
19	1	2	1	2	2	2	3	2	2	2	1	2	1	1	2	4	3	3	2
20	3	3	2	3	4	1	4	5	3	3	4	3	1	1	2	5	3	3	2



49	4	5	4	4	4	3	4	2	4	2	4	2	4	2
50	5	3	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
51	5	5	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
53	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
54	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
55	5	5	3	2	3	3	2	2	3	4	4	3	4	3
56	4	5	5	3	4	3	5	3	3	5	3	5	1	1
57	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
59	4	5	5	5	5	3	4	3	4	3	3	4	4	4
60	4	3	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
61	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
62	5	5	5	5	5	2	4	4	5	5	5	5	5	5
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	3	5	5	5	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4
66	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
67	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
69	5	3	5	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4
71	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	3
72	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	3	3
73	2	4	4	4	5	2	2	2	4	4	4	4	5	5
74	5	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	3	5	3	3	4	3	2	4	4	4	4	5	5
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	3	3	3	4	5	5	5	3	3
78	4	4	3	3	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4
79	3	4	3	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5



جامعة الإسلام في إندونيسيا



83	3	3	3	4	5	3	2	3	3	4	4	3
84	5	4	4	4	4	3	1	3	3	4	4	4
85	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
86	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4
88	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
89	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4
90	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
91	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
94	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	3	5	5	5	2	4	5	5	5	4
97	5	5	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5
98	4	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5	4
99	3	3	5	2	4	4	3	4	5	5	5	3
100	3	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
101	3	3	5	4	4	3	5	4	3	3	4	4
102	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
103	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
104	3	3	5	3	4	5	5	4	5	5	3	4
105	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5
106	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
107	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
108	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4
109	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4
110	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
111	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
112	5	3	5	5	5	5	3	3	4	4	4	4
113	4	5	3	3	3	3	5	5	4	4	4	4

Lampiran 4

Tabel Perhitungan bobot Penilaian Pelaksanaan dan Penilaian Kepentingan Pada Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia

a. Bobot penilaian terhadap tingkat kinerja kepuasan nasabah

▪ Aspek pelayanan

1. Teller berbicara atau berkomunikasi dengan cara menyenangkan.

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
30 x 5	104 x 4	22 x 3	16 x 2	5 x 1	669

2. Perlakuan teller kepada nasabah

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
22 x 5	112 x 4	19 x 3	18 x 2	6 x 1	696

3. Waktu yang diperlukan dalam antrian.

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
7 x 5	27 x 4	27 x 3	53 x 2	63 x 1	393

4. Teller mendengarkan permintaan nasabah dengan baik

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
28 x 5	96 x 4	32 x 3	19 x 2	2 x 1	660

5. Teller tahu bagaimana menyelesaikan suatu transaksi

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
37 x 5	100 x 4	3212 x 3	8 x 2	0 x 1	697

6. Para pegawai ramah dalam melayani nasabah

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
35 x 5	103 x 4	17 x 3	19 x 2	3 x 1	679

7. Kemudahan transfer antar Bank yang diberikan

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
32 x 5	79 x 4	33 x 3	29 x 2	4 x 1	637

8. Teller siap ditempat ketika mereka diperlukan

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
25 x 5	46 x 4	46 x 3	36 x 2	24 x 1	543

9. Teller dan pegawai lainnya siap menolong kesulitan yang dihadapi nasabah

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
31 x 5	77 x 4	49 x 3	19 x 2	1 x 1	649

10. Teller mengerti kebutuhan nasabah

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
26 x 5	75 x 4	51 x 3	21 x 2	4 x 1	629

11. Kemampuan Bank cepat tanggap dalam menghadapi keluhan yang disampaikan nasabah.

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
22 x 5	62 x 4	51 x 3	21 x 2	4 x 1	584

12. Teller terampil dalam melayani nasabah

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
25 x 5	105 x 4	25 x 3	17 x 2	4 x 1	663

13. Teller dan pegawai lainnya dapat memberikan informasi yang jelas dan dapat dimengerti nasabah.

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
31 x 5	105 x 4	26 x 3	9 x 2	6 x 1	717

14. Prosedur pelayanan Bank tidak berbelit.

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
28 x 5	75 x 4	46 x 3	19 x 2	9 x 1	625

15. Pengisian dan penggunaan formulir mudah dimengerti.

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
39 x 5	94 x 4	26 x 3	16 x 2	2 x 1	683

16. Jaminan keamanan yang diberikan

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
43 x 5	70 x 4	51 x 3	12 x 2	1 x 1	673

▪ **Aspek fasilitas**

1. Keberadaan ATM cukup baik

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
15 x 5	76 x 4	35 x 3	42 x 2	9 x 1	577

2. Banyaknya ATM yang ada di berbagai daerah

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
18 x 5	49 x 4	41 x 3	57 x 2	12 x 1	535

3. Adanya fasilitas ATM *Link*.

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
35 x 5	79 x 4	38 x 3	213 x 2	4 x 1	566

4. Program undian berhadiah yang diadakan oleh BRI.

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
22 x 5	44 x 4	59 x 3	37 x 2	15 x 1	552

5. Tingkat suku bunga yang diberikan oleh Bank

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
9 x 5	60 x 4	56 x 3	41 x 2	11 x 1	546

6. Tempat duduk yang disediakan cukup nyaman

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
36 x 5	97 x 4	17 x 3	20 x 2	7 x 1	666

7. Ruang pelayanan memberikan perasaan nyaman pada nasabah

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
44 x 5	94 x 4	14 x 3	15 x 2	10 x 1	678

8. Adanya TV yang berdekatan dengan ruang tunggu

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
42 x 5	95 x 4	23 x 3	15 x 2	2 x 1	691

b. Bobot penilaian terhadap tingkat kepentingan kepuasan nasabah

▪ Aspek pelayanan

1. Teller berbicara atau berkomunikasi dengan cara menyenangkan.

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
110 x 5	57 x 4	7 x 3	0 x 2	3 x 1	802

2. Perlakuan teller kepada nasabah

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
109 x 5	61 x 4	7 x 3	0 x 2	0 x 1	810

3. Waktu yang diperlukan dalam antrian.

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netra (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
102 x 5	48 x 4	24 x 3	3 x 2	0 x 1	780

4. Teller mendengarkan permintaan nasabah dengan baik

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
99 x 5	59 x 4	18 x 3	1 x 2	0 x 1	787

5. Teller tahu bagaimana menyelesaikan suatu transaksi

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
106 x 5	56 x 4	12 x 3	1 x 2	2 x 1	794

6. Para pegawai ramah dalam melayani nasabah

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
110 x 5	60 x 4	5 x 3	0 x 2	2 x 1	807

7. Kemudahan transfer antar Bank yang diberikan

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
106 x 5	48 x 4	20 x 3	1 x 2	2 x 1	786

8. Teller siap ditempat ketika mereka diperlukan

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
107 x 5	48 x 4	17 x 3	4 x 2	1 x 1	787

9. Teller dan pegawai lainnya siap menolong kesulitan yang dihadapi nasabah

Sangat puas (5)	Puas (4)	Netral (3)	Kurang puas (2)	Tidak puas (1)	Bobot
99 x 5	60 x 4	15 x 3	2 x 2	1 x 1	785

10. Teller mengerti kebutuhan nasabah

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
85 x 5	61 x 4	25 x 3	5 x 2	1 x 1	755

11. Kemampuan Bank cepat tanggap dalam menghadapi keluhan yang disampaikan nasabah.

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
105 x 5	50 x 4	18 x 3	3 x 2	1 x 1	786

12. Teller terampil dalam melayani nasabah

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
98 x 5	67 x 4	9 x 3	2 x 2	1 x 1	790

13. Teller dan pegawai lainnya dapat memberikan informasi yang jelas dan dapat dimengerti nasabah.

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
97 x 5	67 x 4	11 x 3	1 x 2	1 x 1	789

14. Prosedur pelayanan Bank tidak berbelit.

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
95 x 5	57 x 4	21 x 3	2 x 2	2 x 1	772

15. Pengisian dan penggunaan formulir mudah dimengerti.

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
91 x 5	68 x 4	13 x 3	4 x 2	1 x 1	775

16. Jaminan keamanan yang diberikan

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
111 x 5	30 x 4	34 x 3	1 x 2	1 x 1	780

▪ **Aspek fasilitas**

1. Keberadaan ATM cukup baik

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
104 x 5	50 x 4	21 x 3	1 x 2	1 x 1	786

2. Banyaknya ATM yang ada di berbagai daerah

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
103 x 5	44 x 4	25 x 3	4 x 2	1 x 1	775

3. Adanya fasilitas ATM *Link*.

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
94 x 5	46 x 4	32 x 3	4 x 2	1 x 1	759

4. Program undian berhadiah yang diadakan oleh BRI.

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
66 x 5	48 x 4	47 x 3	11 x 2	5 x 1	690

5. Tingkat suku bunga yang diberikan oleh Bank

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
73 x 5	54 x 4	41 x 3	7 x 2	2 x 1	720

6. Tempat duduk yang disediakan cukup nyaman

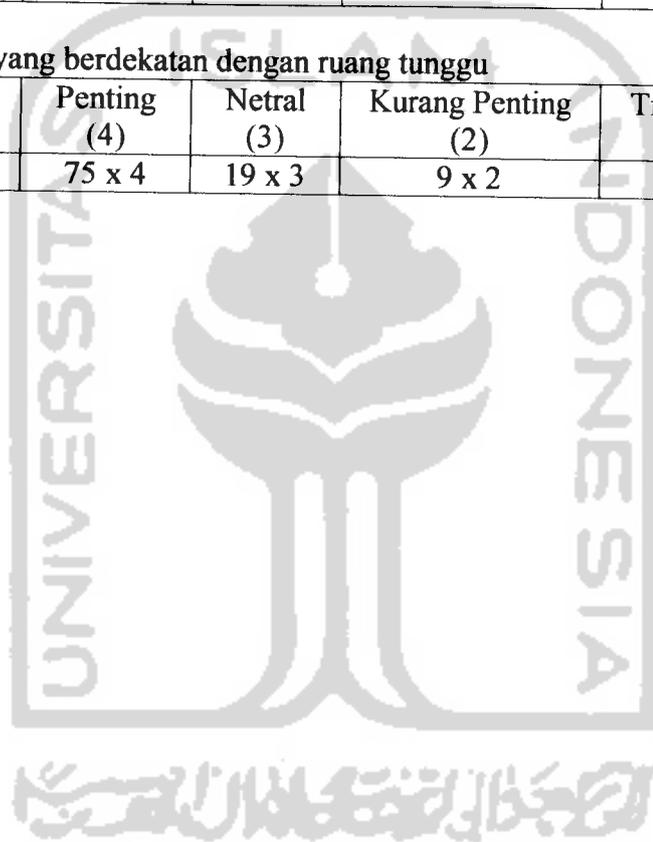
Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
84 x 5	73 x 4	14 x 3	7 x 2	2 x 1	764

7. Ruang pelayanan memberikan perasaan nyaman pada nasabah

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
86 x 5	75 x 4	14 x 3	1 x 2	1 x 1	775

8. Adanya TV yang berdekatan dengan ruang tunggu

Sangat penting (5)	Penting (4)	Netral (3)	Kurang Penting (2)	Tidak Penting (1)	Bobot
70 x 5	75 x 4	19 x 3	9 x 2	4 x 1	729



Lampiran 5
Out Put Validitas Kuesioner

A. Untuk Aspek Pelayanan

Reliability

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ITEM1	3.5200	1.0736	50.0
2.	ITEM2	3.8400	.8418	50.0
3.	ITEM3	3.6000	1.0302	50.0
4.	ITEM4	2.6600	1.1886	50.0
5.	ITEM5	3.9000	.7354	50.0
6.	ITEM6	4.0000	.6061	50.0
7.	ITEM7	3.8200	.8497	50.0
8.	ITEM8	3.7200	.7296	50.0
9.	ITEM9	3.7200	.7296	50.0
10.	ITEM10	3.8800	.9613	50.0
11.	ITEM11	3.5800	.9916	50.0
12.	ITEM12	3.8400	.8657	50.0
13.	ITEM13	3.8400	.8657	50.0
14.	ITEM14	3.7600	.7709	50.0
15.	ITEM15	3.8200	.8254	50.0
16.	ITEM16	3.8200	.8254	50.0
17.	ITEM17	3.5200	.8862	50.0
18.	ITEM18	3.8800	.7730	50.0
19.	ITEM19	4.0200	.4281	50.0
20.	ITEM20	3.6200	1.0280	50.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	74.3600	85.7045	9.2577	20

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA A)

Item-total Statistics

Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted

Item	Mean	Std. Dev.	Reliability
ITEM1	70.8400	78.7902	.2319
ITEM2	70.5200	77.3976	.5130
ITEM3	70.7600	72.0229	.7218
ITEM4	71.7000	75.2347	.4393
ITEM5	70.4600	77.5596	.5870
ITEM6	70.3600	78.6841	.6187
ITEM7	70.5400	78.0902	.4589
ITEM8	70.6400	81.7045	.2629
ITEM9	70.6400	81.7045	.2629
ITEM10	70.4800	78.3771	.3762
ITEM11	70.7800	79.5220	.2940
ITEM12	70.5200	74.6220	.6909
ITEM13	70.5200	74.6220	.6909
ITEM14	70.6000	78.1224	.5128
ITEM15	70.5400	76.4167	.5964
ITEM16	70.5400	77.7637	.4987
ITEM17	70.8400	78.7494	.3923
ITEM18	70.4800	78.2547	.5010
ITEM19	70.3400	84.0249	.1907
ITEM20	70.7400	76.0331	.4805

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0 N of Items = 20

Alpha = .8682

B. Untuk Aspek Fasilitas

Reliability

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

-

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item	Mean	Std Dev	Cases
1. ITEM21	3.4400	1.1457	50.0
2. ITEM22	3.8400	.8418	50.0
3. ITEM23	3.8600	.9260	50.0
4. ITEM24	3.5200	.8862	50.0
5. ITEM25	3.3000	1.0738	50.0
6. ITEM26	3.6400	.8020	50.0
7. ITEM27	3.9400	.7117	50.0
8. ITEM28	3.9400	.5115	50.0
9. ITEM29	3.8800	.7730	50.0
10. ITEM30	3.3000	1.0546	50.0

4.	ITEM4	3.7400	.7775	50.0
5.	ITEM5	3.8400	.7656	50.0
6.	ITEM6	3.8800	.8953	50.0
7.	ITEM7	3.7200	.9697	50.0
8.	ITEM8	3.4800	1.0925	50.0
9.	ITEM9	3.4800	1.2329	50.0
10.	ITEM10	3.7000	.9530	50.0
11.	ITEM11	3.7000	1.1824	50.0
12.	ITEM12	3.7800	1.0554	50.0
13.	ITEM13	4.0200	.8687	50.0
14.	ITEM14	3.7600	1.2216	50.0
15.	ITEM15	3.6200	1.0476	50.0
16.	ITEM16	3.4200	1.1265	50.0

will be used fo:

A L Y S I S -

an Std

00 1.0
00 1.1
00 1.08
00 1.2
00 1.22
00 1.09
00 1.15
00 .89

ance Std De
6473 5.970

ale Corre
ance Ite
Item Tot
eted Correl

8678 .3
6735 .5
2739 .4
3739 .6
3045 .4
6086 .6
5506 .6
3690 .62

Statistics for Mean Variance Std Dev N of
SCALE 58.8600 93.1841 9.6532 Variables 16

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEM1	54.9000	84.9898	.4726	.8680
ITEM2	54.9600	87.9167	.3595	.8719
ITEM3	56.0000	78.2041	.5259	.8671
ITEM4	55.1200	84.1894	.5881	.8644
ITEM5	55.0200	84.4282	.5807	.8648
ITEM6	54.9800	82.3873	.6149	.8624
ITEM7	55.1400	83.5922	.4879	.8672
ITEM8	55.3800	82.2404	.4921	.8672
ITEM9	55.3800	78.2404	.6155	.8612
ITEM10	55.1600	82.2596	.5794	.8635
ITEM11	55.1600	81.2392	.4948	.8673
ITEM12	55.0800	77.2996	.7959	.8530
ITEM13	54.8400	84.3412	.5069	.8667
ITEM14	55.1000	84.5408	.3183	.8765
ITEM15	55.2400	82.4310	.5076	.8664
ITEM16	55.4400	83.1494	.4267	.8704

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

N of I

Reliability Coefficients

N of Cases = 50.0

N of Items = 16

Alpha = .8735

Lampiran 7

ANGKA KRITIK NILAI r

Derajat Kebebasan (df)	5%	1%	Derajat Kebebasan (df)	5%	1%
1	0.997	1.000	24	0.388	0.495
2	0.950	0.990	25	0.381	0.485
3	0.878	0.959	26	0.374	0.478
4	0.811	0.917	27	0.367	0.463
5	0.754	0.874	28	0.361	0.463
6	0.707	0.834	29	0.355	0.456
7	0.666	0.798	30	0.349	0.449
8	0.632	0.765	35	0.325	0.418
9	0.602	0.735	40	0.304	0.393
10	0.576	0.708	45	0.288	0.372
11	0.553	0.684	50	0.273	0.354
12	0.532	0.661	60	0.250	0.325
13	0.497	0.623	70	0.232	0.302
14	0.497	0.623	80	0.217	0.283
15	0.482	0.606	90	0.205	0.267
16	0.468	0.590	100	0.195	0.254
17	0.456	0.575	125	0.174	0.228
18	0.444	0.561	150	0.159	0.208
19	0.433	0.549	200	0.138	0.181
20	0.423	0.537	300	0.113	0.148
21	0.413	0.526	400	0.098	0.128
22	0.404	0.515	500	0.088	0.118
23	0.396	0.505	1000	0.062	0.081

Sumber : Fisher dan Yates, "Statistical Tables For Biological Agricultural and Medical Research", dikutip dari R.P. Kolstoe, *Introduction to Statistic for Behavioral Science*, Homewood, Illinois, Dorsey Press, 1973.



**PT. BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO)
KANTOR CABANG**

Jalan Cik Ditiro No. 3 Telp. (0274) 520261, 520262, 520581
Facsimile (0274) 512110, Telex 25121 BRI YKIA
Y O G Y A K A R T A

SURAT KETERANGAN

NO.B. 01011 VII/KC/UMU/02/2004

Pimpinan Bank Rakyat Indonesia Cabang Yogyakarta Cik Ditiro menerangkan bahwa:

Nama : Retno Kurniyanti
No.Mhs : 00611037
Jurusan : Statistika F.MIPA
Universitas : UII

Telah melaksanakan Penelitian di PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Kantor Cabang Yogyakarta Cik Ditiro dengan judul penelitian :

“Analisis Hubungan Pelayanan dan Fasilitas Yang Ddiberikan Bank Rakyat Indonesia Terhadap Kepuasan Nasabah”

Demikian surat keterangan ini di berikan kepada yang bersangkutan agar dapat di pergunakan sebagaimana mestinya

Yogyakarta, 1 Maret 2004
PT. Bank Rakyat Indonesia(Persero)
Kantor Cabang



Sugiyatno

Manager Operasional