

Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Jasa Pelayanan

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang

SKRIPSI



ditulis oleh

Nama : Azis Bahtiar

Nomor Mahasiswa : 02311226

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2008

**Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Jasa Pelayanan
PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang**

SKRIPSI

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



ditulis oleh

Nama : Azis Bahtiar

Nomor Mahasiswa : 02311226

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2008

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 25 Agustus 2008

Penulis,

Azis Bahtiar

Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Jasa Pelayanan

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang

ditulis oleh :

Nama : Azis Bahtiar

Nomor Mahasiswa : 02311226

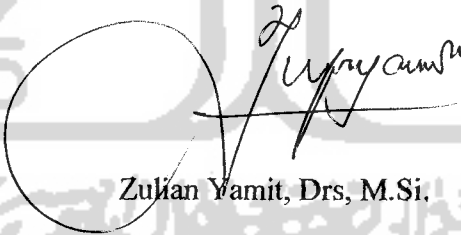
Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 25 Agustus 2008

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Zulian Yamit, Drs, M.Si.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

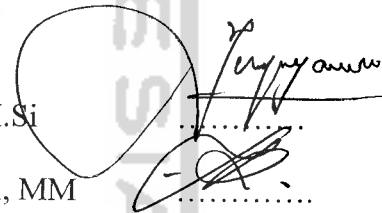
**Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Jasa Pelayanan PT.
Bank Rakyat Indonesia (PERSERO) Unit Karang Pucung Cabang
Majenang**

Disusun Oleh: **AZIS BAHTIAR**
Nomor Mahasiswa: 02311226

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 19 Agustus 2008

Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Zulian Yamid, M.Si

Penguji : Dra. Siti Nurul Ngaini, MM



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Asmai Ishak, M.Bus, Ph.D

Telah dipertahankan/diuji dan disahkan
untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

ditulis oleh

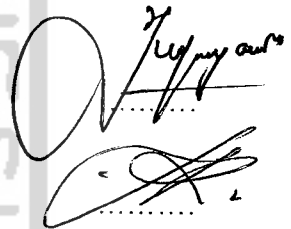
Nama : Azis Bahtiar
Nomor Mahasiswa : 02311226
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 29 Agustus 2008

Disahkan oleh

Penguji/Pembimbing Skripsi : Drs. Zulian Yamit, M. Si.

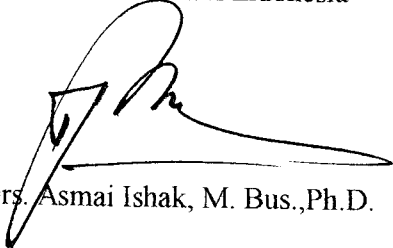
Penguji : Dra. Hj. Nurul Ngaini, MM



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia



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

MOTTO

Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya. Ia mendapat pahala (dari kebaikan) yang diusahakannya dan ia mendapat siksa (dari kejahatan) yang dikerjakannya.

(Mereka berdoa):

“ Ya Allah, janganlah Engkau hukum kami jika kami lupa atau kami bersalah.

Ya Allah, janganlah Engkau bebankan kepada kami beban yang berat sebagaimana Engkau bebankan kepada orang-orang sebelum kami.

Ya Allah, janganlah Engkau pikulkan kepada kami apa yang tak sanggup kami memikulnya.

Beri maafilah kami, ampunilah kami, dan rahmatilah kami.

Engkau penolong kami, maka tolonglah kami terhadap kaum yang kafir”.

(Q.S Al – Baqarah 286)

Tak Wajar Bagi Orang Yang Bodaoh, Berdiam Diri Atas Kebodohnya

Dan Tak Wajar Bagi Orang Yang Berilmu , Berdiam Diri Atas Ilmunya

(Blecozz 92)

HALAMAN PERSEMBAHAN



Tak akan pernah lupa kusampaikan rasa syukur yang paling dalam pada Allah SWT atas karunianya sehingga terselesaikannya skripsi ini dan kupersembahkan skripsi ini sebagai rasa kagum dan terima kasihku untuk :

- *Keluargaku, terutama Bapak Narso dan Ibu Siti*

Masitoh atas kasih sayang yang tak ternilai, doa restu serta dukungan yang selalu mengiringi langkahku dengan kasih dan nasehat.

- *Seseorang yang datang dan pergi, yang sejenak menyinggahi hatiku kemudian meredupkan jiwaku..*

HALAMAN ABSTRAKSI

Skripsi ini berjudul Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Jasa Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang. Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui, apakah kualitas pelayanan dari PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang sudah sesuai dengan harapan nasabah dan apakah ada pengaruh yang signifikan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Perusahaan akan sangat beruntung apabila mengetahui apa yang diinginkan konsumen atas produknya. Hal tersebut merupakan informasi yang sangat berharga yang dapat digunakan untuk mengevaluasi perusahaannya. Dalam persaingan yang sangat ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan jasa adalah kualitas yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Penelitian ini dilakukan dengan metode statistik dan deskriptif, hal ini bertujuan agar penelitian dapat memperoleh hasil yang akurat, sehingga dapat dicari solusi yang tepat. Penilaian statistik dilakukan dengan menggunakan instrument kuisioner, selanjutnya diolah dengan menggunakan bantuan computer program SPSS.12. Sedangkan populasi yang diteliti adalah para nasabah yang sedang melakukan transaksi Perbankan di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang. Sampel yang digunakan sebanyak 40 responden dengan metode *convenience sampling*. Metode pengolahan dan analisis menggunakan *uji korelasi pearson product moment* dan *one shot* dengan menggunakan Diagram Kartesius untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh dimensi-dimensi kualitas pelayanan/pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Melalui analisis yang dilakukan, secara keseluruhan pelayanan (jasa) yang diberikan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang sudah sesuai harapan nasabah, hal ini dikarenakan karena adanya gap positif antara kinerja karyawan dengan harapan nasabah dan dengan adanya tingkat kesesuaian diatas 100 % pada tiap dimensi.. Dimensi kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Tetapi secara pervariabel kualitas jasa atau pelayanan tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah dan variable kualitas pelayanan/ jasa mempunyai pengaruh yang berbeda-beda, namun dari keseluruhan variabel terdapat beberapa atribut pemuas pada dimensi tersebut yang nilainya kurang memuaskan untuk nasabah.

KATA PENGANTAR

Assalamu 'alaikum wr wb,

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

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

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini, penulis memperoleh bantuan dari berbagai pihak, oleh karenanya pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang selalu memberikan Rahmat, Hidayat dan Rizqi-Nya serta kesehatan kepadaku sehingga aku dapat memberikan yang terbaik bagi Umat.
2. Bapak Rektor Universitas Islam Indonesia
3. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi.
4. Bp Zulian Yamit, selaku pembimbing skripsi.
5. Ucapan spesial teruntuk kedua orangtuaku Bapak Narso dan Ibu Siti Masitoh, adikku tersayang Chantyant Fezona, Cholbie Firman Syah, Intan Lentera yang tak henti-hentinya memberikan dukungan dan do'a untuk kesuksesanku.....Maturtengkyu.
6. Almarhumah Nenek Tersayang Hj. Nariah, Gapailah cita-cita setinggi langit.
7. Bungaku yang menghiasi dan selalu mendukungku Eli Yanti, Terima kasih selalu ada disampingku.
8. Sobatku Gentong dan Babah kebersamaan kita tak ternilai harganya dan tak akan terlupakan Thanks Bro.
9. Teman – teman manajemen “C” '02 Raymon, Widodo, Andhika, Eko Cilik, Eko Gede, Ari, Wahyu, Bule, Black, Sony, Arso, Raymon, Iwan, Panji, Hatori, Rian, Meener dan temen-temen manajemen '02 lain yang belum tertulis yang sudah banyak membantu dalam menyelesaikan tugas akhirku ini.

10. Anak-anak kos Nanang, Kempler, Nangduks, RT, Ari Bahlul, Dayat, Hidup Gamers.
11. Anak – anak engkel Creampie dan OTD Concept yang sudah mengajari makna dari kehidupan ini, Bravo Drag Bike.
12. Keluarga Pak, bimbingannya tidak akan saya lupakan meskipun kadang-kadang menjengkelkan..
13. Tempat-tempat yang pernah memberi kenangan terindah, Pabrik SGM Klaten Sirkuit Kenjeran, Tawang Mas, Juanda, Sentul Parangtritis, Kaliurang, Lembah UGM, Mandala Krida, Lesehan-lesehan Jogja yang tidak bisa disebutkan satu-satu, terima kasih atas makanan dan tempat yang asyik buat nongkrong serta bengkel-bengkel tempat melepaskan lelah dan penatku .
14. Dan semua temen-temen yang lain yang tidak bisa disebutkan satu-satu terimakasih banyak atas dukungannya..

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang sifatnya membangun dari pembaca yang budiman akan sangat penulis harapkan dengan senang hati. Semoga penulisan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca yang budiman jurusan manajemen pada umumnya dan konsentrasi operasional pada khususnya.

Wassalamu'alaikum wr. Wb.

Yogyakarta, 25 Agustus 2008

Azis Bahtiar

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Sampul Depan Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan	vii
Halaman Abstraksi	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi.....	xi
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah Penelitian	7
C. Batasan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori	10
B. Kepuasan Pelanggan.....	14
C. Dimensi Kualitas Jasa Pelayanan.....	14
D. Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....	15
E. Kajian Pustaka	16

F. Hipotesis	21
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Lokasi Penelitian	22
B. Gambaran Perusahaan	22
C. Populasi dan Sampel Penelitian	30
D. Variabel Penelitian.....	32
E. Definisi Operasional	34
F. Uji Instrumen Penelitian	34
G. Metode Pengumpulan Data	35
H. Metode Analisis Data.....	35
BAB IV ANALISIS DATA	
A. Uji Validitas	42
B. Uji Reliabilitas	45
C. Analisa Kuantitatif.....	46
D. Diagram Kartesius.....	62
E. Pembahasan.....	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	85
B. Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	
Daftar Pustaka	89

DAFTAR TABEL

4.1.1	Tabel Validitas Variabel Kinerja Bank	43
4.1.2	Tabel Validitas Variabel Kepentingan Nasabah	44
4.2.1	Tabel Reliabilitas	45
A. Berwujud (Tangibles)		
4.3.1	Tabel Hasil Penilaian Kepentingan Nasabah	47
4.3.2	Tabel Hasil Penilaian Kinerja Bank	48
B. Keandalan (Relibility)		
4.3.3	Tabel Hasil Penilaian Kepentingan Nasabah	49
4.3.4	Tabel Hasil Penilaian Kinerja Bank	50
C. Ketanggapan (Responsiveness)		
4.3.5	Tabel Hasil Penilaian Kepentingan Nasabah	51
4.3.6	Tabel Hasil Penilaian Kinerja Bank	52
D. Jaminan (Assurance)		
4.3.7	Tabel Hasil Penilaian Kepentingan Nasabah	53
4.3.8	Tabel Hasil Penilaian Kinerja Bank	54
E. Empati (Empathy)		
4.3.9	Tabel Hasil Penilaian Kepentingan Nasabah	55
4.3.10	Tabel Hasil Penilaian Kinerja Bank	56
4.3.11	Tabel Gap Nilai Rata-rata antara Kinerja dan Kepentingan	57

DAFTAR GAMBAR

Diagram Hasil Rata-rata terhadap Dimensi Reliability.....	76
Diagram Hasil Rata-rata terhadap Dimensi Responsiveness.....	76
Diagram Hasil Rata-rata terhadap Dimensi Assurance.....	77
Diagram Hasil Rata-rata terhadap Dimensi Emphaty.....	77
Diagram Hasil Rata-rata terhadap Dimensi Tangibles.....	78
Diagram Kartesius.....	79



DAFTAR LAMPIRAN

- Daftar Pernyataan Kuisisioner Untuk Responden
- Tabel Jawaban Kuisisioner Kepentingan Konsumen
- Tabel Jawaban Kuisisioner Kinerja Bengkel
- Tabel Korelasi Pearson Product Moment pada α 5%
- Reliabilitas Kepentingan Nasabah (SPSS. 12)
- Reliabilitas Kinerja Bank (SPSS. 12)



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan yang terjadi dalam dunia Perbankan di Indonesia dewasa ini semakin pesat. Hal itu berdasar pada Deregulasi yang ditetapkan pemerintah. Masa Repelita V, untuk pertama kalinya dilakukan Deregulasi Perbankan untuk menentukan kebijakan sendiri usahanya. Beberapa paket Deregulasi itu telah dilaksanakan yang semuanya bertujuan menciptakan situasi baru dalam dunia Perbankan di Indonesia sehingga mendorong berdirinya Bank-Bank swasta baru yang mengakibatkan terjadinya persaingan di dunia Perbankan. Dalam kondisi inilah setiap Bank harus mampu bertahan agar dapat hidup dan terus berkembang.

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

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

1. Menghimpun dana dari masyarakat. Dalam hal ini Bank mengumpulkan atau mencari dana dari masyarakat dalam bentuk Giro, Tabungan, Deposito.
2. Menjadi perantara untuk menyalurkan penawaran dan penentuan kredit.
3. Memberi jasa dalam lalu lintas pembayaran peredaran uang.

Dalam kondisi Perbankan di Indonesia yang semakin kompetitif, cangguh dan dinamis. Dimana persaingan semakin tajam dalam memperebutkan dana dari nasabah, dan nasabah semakin mengerti serta menuntut produk yang lebih bervariasi, kenyamanan dan pelayanan yang lebih baik. Maka Bank harus dapat menarik simpati masyarakat untuk menjadikannya nasabah dengan memberikan pelayanan yang baik dan promosi yang menarik.

Salah satu perbankan terbesar yang ada di Indonesia adalah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero). Pada awalnya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) 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). Berdiri 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.

Kecakapan BRI dalam melakukan inovasi yang tiada henti baik dalam hal produk maupun layanan, BRI memosisikan dirinya sebagai Universal Banking yang menawarkan beragam produk dan layanan prima kepada nasabahnya dan berharap persepsi nasabah terhadap BRI akan semakin kuat tidak hanya sebagai Bank yang dapat dipercaya dan aman, namun juga Bank yang selalu siap melayani

nasabahnya dengan produk-produk yang inovatif dan memiliki layanan yang cepat. Persepsi ini sangat penting artinya dalam mempertahankan posisi BRI (Bank Rakyat Indonesia) sebagai *Universal Banking*.

Produk yang inovatif tidak akan memiliki arti tanpa didukung oleh pelayanan yang prima. Oleh karena itu PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) mempertahankan pentingnya upaya peningkatan kualitas pada pelayanan kepada nasabah. Untuk mencapai sasaran tersebut PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) memanfaatkan teknologi teknis serta aktif dalam menyelenggarakan berbagai program pelatihan bagi para pegawai digaris terdepan atau front liner. Produk dan Layanan BRI dapat dinikmati diberbagai saluran distribusi, yang berada didalam maupun diluar negeri.

Oleh karena, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) unit Karang Pucung Cabang Majenang merupakan anak cabang BRI Cilacap Jawa Tengah berdiri awal tahun 1978 dan merupakan salah satu bentuk pelayanan jasa yang diberikan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) kepada para nasabah tepatnya yang berdomisili di daerah Karang Pucung dan sekitarnya agar lebih mudah untuk melakukan kegiatan Perbankan.

Pada dasarnya pengertian kualitas pelayanan merupakan penilaian harapan dan kinerja yang dirasakan (Yamit 2002). Jadi, kualitas pelayanan berarti bahwa kinerja suatu produk sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan. Kualitas juga berhubungan dengan para karyawan yang secara langsung tampak dan berhubungan dengan pemakai jasa, sehingga perbaikan kualitas pelayanan

juga menuntut adanya perbaikan dari karyawan. Apabila kualitas pelayanan perusahaan baik maka omzet atau tingkat penjualan akan meningkat.

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

Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan oleh perusahaan jasa adalah kualitas pelayanan yang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Kualitas menjadi topik yang menarik untuk dikaji. Kepuasan Pelayanan dapat menentukan kepuasan konsumen atas produk yang ditawarkannya sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi perusahaan atau yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Atas dasar uraian telah dilakukan diatas penulis akan melakukan penelitian dengan judul ***Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Jasa Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang.***

1.2 Rumusan Masalah

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

1. Apakah atribut pelayanan jasa di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang memiliki tingkat kepentingan yang tinggi bagi nasabah?
2. Apakah atribut pelayanan jasa di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang dalam pelaksanaannya telah dapat dikatakan sangat baik bagi nasabah?
3. Apakah nasabah sudah merasa puas dengan pelayanan jasa PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang?

1.3 Batasan Masalah

Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini sebagai batasan masalah yaitu mencakup analisis pelaksanaan atribut-atribut kualitas pelayanan jasa di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat kepentingan nasabah terhadap atribut pelayanan jasa di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang.
2. Untuk mengetahui penilaian nasabah terhadap pelaksanaan atribut pelayanan jasa di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan jasa PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Secara Teoritis

Dari penelitian ini diharapkan dapat mengetahui pentingnya pelayanan kualitas jasa yang diberikan terhadap konsumen walaupun pelayanan terhadap jasa sulit dilakukan namun terdapat standarisasi pelayanan jasa yang sudah menjadi pedoman wajib dan juga dapat mengatasi kesulitan-kesulitan yang dihadapi dalam memberikan layanan jasa yang secara tidak langsung dapat dijadikan langkah antisipasi sehingga dapat meminimalisir kerugian yang terjadi.

2. Secara Praktis

a. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai kegiatan pemberian layanan kualitas jasa terutama pengamatan secara langsung sehingga ditemukan adanya standar khusus bagi pemberian pelayanan jasa yang berkualitas.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan yang terkait dengan layanan jasa Perbankan, yang nantinya dipastikan berkaitan erat dengan tingkat penjualan produk perusahaan.

c. Bagi Peneliti-peneliti lain

Sebagai bahan referensi bagi peneliti-peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian tentang kegiatan monitoring layanan jasa yang dapat dikatakan berkualitas baik.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

Meskipun sulit mendefinisikan kualitas dengan tepat dan tidak ada definisi kualitas yang dapat diterima secara universal, dari perspektif David Garvin dapat bermanfaat dalam mengatasi konflik-konflik yang sering timbul di antara para manajer dalam departemen fungsional yang berbeda. Dalam kerangka kerja seperti ini sebaiknya pihak perusahaan menggunakan perpaduan antara beberapa perspektif kualitas dan secara aktif selalu melakukan perbaikan yang berkelanjutan atau melakukan perbaikan secara terus menerus. Perusahaan jasa dan pelayanan lebih menekankan pada kualitas proses, karena konsumen biasanya terlibat langsung dalam proses tersebut. Sedangkan perusahaan yang menghasilkan produk lebih menekankan pada hasil, karena konsumen umumnya tidak terlibat langsung dalam prosesnya. Untuk itu diperlukan sistem manajemen kualitas yang dapat memberikan jaminan kepada pihak konsumen bahwa produk atau layanan tersebut dihasilkan oleh proses yang berkualitas (Yamit Zulian, Manajemen Kualitas 2004 hal : 9).

Kualitas dapat didefinisikan ke dalam banyak pengertian tergantung pada konteks dan sudut pandang kualitas, serta kriteria yang akan mendukung definisi kualitas itu sendiri. Beberapa definisi kualitas menurut para pakar antara lain

menurut Edward Downing kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, menurut Philip B. Crosby kualitas adalah zero impact (nihil cacat); kesempurnaan dan kesesuaian terhadap pelayanan, menurut Goetsch Davis (1994) kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang melebihi harapan.

Menurut David Garvin definisi kualitas dapat dilihat dari 5 sudut pandang yaitu :

- a. Transcedental Approach ; kualitas hanya dapat dirasakan, sulit didefinisikan, dan sulit diukur.
- b. Product Based Approach ; kualitas memiliki atribut yang dapat diukur.
- c. User Based Approach ; kualitas dipandang cocok dengan selera pemakai.
- d. Manufacturer Based Approach ; kualitas sesuai dengan persyaratan dan produk.
- e. Value Based Approach ; kualitas diukur dari nilai dan harga.

Kualitas jasa merupakan suatu pembahasan yang sangat kompleks karena penilaian terhadap kualitas jasa melibatkan konsumen secara langsung dalam proses jasa tersebut, sehingga dapat didefinisikan kualitas jasa adalah bagaimana tanggapan konsumen terhadap jasa konsumsi yang dirasakannya. Di dalam teori mengenai manajemen jasa, penilaian ini disebut sebagai costumer perceived service quality yang mencakup beberapa dimensi. Melalui penelitian pasar, setiap penyedia jasa harus dapat menentukan apa yang menjadi kebutuhan atau keinginan konsumen. Dimensi kualitas jasa sangat berhubungan dengan apa yang diinginkan konsumen. Penilaian konsumen terhadap kualitas jasa yang terjadi

selama proses penyampaian jasa menimbulkan kontak yang melibatkan penyedia jasa dengan konsumen merupakan suatu gambaran mengenai suatu “momen of truth” yaitu suatu peluang untuk memuaskan atau tidak memuaskan pelanggan.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi konsumen (Kotler, 2000). Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasar pada persepsi pihak penyedia jasa, melainkan melalui persepsi konsumen. Persepsi konsumen terhadap kualitas jasa merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa dari sudut pandang konsumen. Namun perlu diperhatikan bahwa sifat jasa yang tidak nyata (intangible) menyebabkan sangat sulit bagi konsumen untuk menilai jasa sebelum dia mengalaminya bahkan setelah di konsumsikan jasa tertentu pun sulit bagi pelanggan untuk menilai kualitas jasa tersebut. Kinerja jasa sering kali tidak dievaluasi, sehingga konsumen menggunakan isyarat intrinsik dan isyarat ekstrinsik jasa sebagai acuan.

Berkaitan dengan sulitnya konsumen untuk menilai suatu kualitas jasa, Zeithaml (1981) mencoba mengembangkan sebuah kerangka berpikir untuk menjelaskan masalah ini. Dia membedakan 3 kategori kualitas yang dapat ditawarkan. Isyarat intrinsik berkaitan dengan output dan penyampaian jasa itu sendiri, yang merupakan search quality, yaitu atribut kualitas jasa yang dapat diukur konsumen misalnya warna, harga, aroma, dan rasa. Sedangkan yang dimaksud isyarat ekstrinsik adalah unsur-unsur yang merupakan pelengkap bagi suatu jasa yang merupakan experience quality dan credence quality.

Experience quality adalah kualitas yang hanya bisa dievaluasi konsumen setelah membeli atau mengonsumsi suatu jasa, misalnya kecepatan pelayanan pengiriman barang dan kerapian rambut setelah selesai masuk salon. Sedangkan credence quality adalah kualitas jasa yang sulit dievaluasi konsumen meskipun telah mengonsumsi suatu jasa misalnya kualitas operasi jantung. Perbedaan antara experience quality dan credence quality sangatlah subjektif, karena sulit bagi seseorang untuk menilai kualitas jasa Perbankan meskipun dia telah melakukan kegiatan Perbankan pada Bank-bank tertentu. (credence quality). Sedangkan bagi orang lain, dia dapat merasakan perubahan atau perbedaan kualitas pelayanan setelah ia melakukan kegiatan Perbankan di suatu Bank (experience quality). Pada umumnya isyarat ekstrinsik dipergunakan sebagai indikator kualitas jasa apabila tidak ada informasi isyarat intrinsik yang memadai.

Dalam konteks penilaian kualitas jasa maupun produk telah diperoleh kesepakatan, bahwa harapan konsumen memiliki peranan besar sebagai standar perbandingan dalam kualitas maupun kepuasan. Menurut Dolsan dan Dover (dalam Zethamlet al., 1993), harapan konsumen merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba lalu membeli suatu produk yang dijadikan standar dan acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Harapan ini terbentuk dari pengalamannya mengonsumsi jasa itu pada waktu lalu, informasi dari teman, keluarga dan lain-lain (word of mouth) serta bisa juga dari kebutuhannya (personnal need). Untuk membuktikan apakah kualitas suatu produk baik atau tidak, dapat diukur dari tingkat kepuasan konsumen (Kotler, 2000).

A. Kepuasan Pelanggan

Yang dimaksud kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa adalah perbandingan antara persepsinya terhadap jasa yang diterima dengan harapan sebelum menggunakan jasa tersebut. Apabila harapannya terlampaui, berarti jasa tersebut telah memberikan suatu kualitas yang luar biasa dan juga akan menimbulkan kepuasan yang sangat tinggi. Sebaliknya, apabila harapannya itu tidak tercapai, maka diartikan kualitas jasa tersebut tidak memenuhi apa yang diinginkannya atau perusahaan tersebut gagal melayani konsumennya. Apabila harapannya sama dengan apa yang diperolehnya, berarti konsumen itu sudah merasa puas. Harapan maupun penilaian konsumen terhadap kinerja perusahaan menyangkut beberapa dimensi kualitas jasa.

B. Dimensi Kualitas Jasa Pelayanan

Dimensi kualitas adalah atribut-atribut dari kualitas jasa yang dapat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa yang diberikan. Parasuraman et al. (1988) mengemukakan lima dimensi pokok kualitas jasa pelayanan, yaitu :

1. Bukti langsung (tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (reliability), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

3. Daya tanggap (responsiveness), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (assurance), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
5. Empati (empathy), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

C. Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Kotler, 1994 mengemukakan beberapa metode yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, metode tersebut antara lain :

1. Sistem Pengaduan.

Sistem ini memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan saran, keluhan, dan bentuk ketidakpuasan lainnya dengan cara menyediakan kotak saran. Setiap saran dan keluhan yang masuk harus menjadi perhatian bagi perusahaan, sebab saran dan keluhan itu pada umumnya dilandasi oleh pengalaman mereka dan hal ini sebagai bentuk kecintaan mereka terhadap produk maupun terhadap perusahaan.

2. Survey pelanggan

Survey pelanggan merupakan cara yang umum digunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan misalnya melalui surat pos, telepon, atau wawancara secara langsung.

3. Panel pelanggan

Perusahaan mengundang pelanggan yang setia terhadap produk dan mengundang pelanggan yang telah berhenti membeli lalu berpindah menjadi pelanggan perusahaan lain. Dari pelanggan setia akan diperoleh informasi tingkat kepuasan yang mereka rasakan dan dari pelanggan yang telah berhenti membeli, perusahaan akan memperoleh informasi mengapa hal itu dapat terjadi. Apabila pelanggan yang berhenti membeli ini meningkat hal ini menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggan.

2.2 Kajian Pustaka

Untuk melengkapi data yang telah ada, maka peneliti mencantumkan hasil dari penelitian-penelitian terdahulu yang pernah dilakukan di dalam konsep pelaksanaan pelayanan kualitas jasa ini antara lain sebagai berikut :

1. Martania Cahyasari (2003) dengan judul penelitian “ Analisis Kepuasan Konsumen terhadap jasa Rumah Makan Ayam Goreng Suharti Yogyakarta “. Peneliti mengangkat rumusan masalah antara lain bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap masing-masing atribut jasa pada Rumah Makan Ayam Goreng Suharti dan juga bagaimana tingkat kepuasan

konsumen terhadap jasa Rumah Makan Ayam Goreng Suharti secara keseluruhan. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian tersebut yaitu untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap atribut-atribut pemuas jasa pada Rumah Makan Ayam Goreng Suharti Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan oleh peneliti yaitu konsumen merasa puas terhadap masing-masing atribut pemasaran jasa dan konsumen merasa puas terhadap jasa Rumah Makan Ayam Goreng Suharti secara keseluruhan. Metode penelitian yang digunakan peneliti yaitu untuk mengumpulkan data selain menggunakan metode kuisisioner dan wawancara peneliti menggunakan metode studi pustaka. Sedangkan teknik pengambilan sampel menggunakan metode Quota Sampling yaitu jumlah subyek yang akan diselidiki ditetapkan terlebih dahulu. Jika quota telah ditentukan maka penyelidikan tentang siapa subyeknya dapat dimulai. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh konsumen Rumah Makan Ayam Goreng Suharti dan ditetapkan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis yang digunakan peneliti melalui analisis deskriptif dimana dengan menggunakan kuisisioner yang telah disebarkan kemudian dilakukan analisis data, sehingga mendapatkan gambaran yang jelas. Metode analisa ini diterangkan dalam bentuk prosentasi disertai penyajiannya. Analisa lain yang digunakan peneliti yaitu dengan analisa kuantitatif melalui penggunaan data yang diperoleh responden kemudian dilakukan analisa statistik. Untuk mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen digunakan teknik Importance Performance Analysis (Martilla dan Janmes, pp. 77-79

- dalam Tjiptono, 1995, hal, 41). Responden diminta untuk merangking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat kepentingan setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen. Pengujian instrument penelitian dilakukan dengan uji validitas yaitu proses pengukuran untuk menguji butir-butir dalam daftar pertanyaan untuk melakukan fungsi ukurnya, dimana pengujian dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing-masing item dengan skor totalnya kemudian diolah dengan bantuan SPSS 11.0. Pengujian dalam penelitian ini dibagi dalam 2 bagian yaitu melalui tingkat kinerja Rumah Makan Ayam Goreng Suharti dan melalui tingkat kepentingan atau harapan konsumen terhadap jasa Rumah Makan Ayam Goreng Suharti. Peneliti menyimpulkan bahwa faktor-faktor yang ada dalam kualitas pelayanan jasa kurang dioptimalkan dalam kinerja perusahaan, terutama faktor empati dimana ditemukan kurangnya perhatian secara khusus terhadap konsumen dengan penuh tanggung jawab.
2. Penelitian lain yang dilakukan oleh Mahdi Agus Riyadi (2003) dengan judul penelitian “ Evaluasi Kualitas Pelayanan pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah Yogyakarta “ mengangkat masalah kualitas pelayanan pada RS PKU Muhammadiyah, dimensi kualitas apa yang paling berkualitas serta bagaimana kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh RS PKU Muhammadiyah. Tujuan yang ingin dicapai peneliti adalah untuk mengetahui bagaimana kualitas pelayanan pada RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta dan untuk

mengetahui dimensi kualitas pelayanan apa yang paling berkualitas pada RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta serta untuk mengetahui bagaimana kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta. Peneliti mengangkat hipotesis terdapat adanya kualitas pelayanan yang berkualitas pada variabel bukti langsung, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan perhatian di RS PKU Muhammadiyah dan dugaan bahwa variabel kehandalan merupakan variabel yang paling berkualitas serta tingginya tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh RS PKU Muhammadiyah. Populasi dalam penelitian ini meliputi para konsumen yang dirawat di RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagian jumlah populasi konsumen di RS PKU Muhammadiyah Yogyakarta yang dianggap representatif. Dalam mengumpulkan data untuk menunjang penelitian tersebut peneliti menggunakan kuisisioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian tersebut melalui analisis deskriptif. Untuk uji instrumen penelitian, peneliti menggunakan skala Likert. Dengan skala Likert maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan maupun pernyataan. Dari hasil penelitiannya peneliti menyimpulkan bahwa variabel reliability memiliki kualitas yang paling baik. Tingkat kehandalan pada Rumah Sakit PKU Muhammadiyah yang meliputi ketepatan dalam memenuhi

perjanjian, kesesuaian dengan jadwal, keakuratan dalam mendiagnosis suatu penyakit serta kerjasama antara pihak rumah sakit dengan konsumen sudah berkualitas.

3. Demikian halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Ita Martasari (2004) dengan judul penelitian “ Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan di Hotel Sheraton Mustika Yogyakarta.” Dalam penelitian tersebut masalah yang paling menonjol yaitu ketika peneliti mengangkat masalah mengenai dimensi kualitas apa yang perlu diprioritaskan. Hipotesis yang diajukan peneliti adalah dugaan bahwa tingkat harapan dengan kinerja Hotel Sheraton pada dimensi tangibles lebih besar dari reliability, assurance, emphaty, dan responsiveness, dan juga dugaan bahwa dimensi kualitas yang perlu diprioritaskan dalam kinerja pelayanan Hotel Sheraton adalah dimensi assurance. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti melalui kuisioner dan juga wawancara. Sampel yang diambil melalui Metode Purposive Sampling dimana pemilihan sekelompok subyek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang memiliki hubungan yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Untuk proses pengukuran data dalam penelitian ini dibagi atas 2 tahap yaitu tahap pemberian pertanyaan mengenai karakteristik konsumen pada Hotel Sheraton dan tahap pemberian pertanyaan mengenai harapan dan kinerja yang dirasakan oleh konsumen Hotel Sheraton Mustika Yogyakarta. Untuk menguji instrument dalam penelitian ini digunakan uji validitas dan

uji reliabilitas sedangkan untuk menganalisis data digunakan persentase dan diagram kartesius. Kesimpulan yang ditulis peneliti menyebutkan bahwa atribut yang paling dominan mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen adalah variabel pemberian pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, pihak hotel memberikan pelayanan kepada konsumen dari awal dan staf hotel memberikan perhatian secara individu kepada tamu hotel.

2.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang mungkin benar atau mungkin salah. Hipotesis akan ditolak jika salah dan diterima jika fakta-fakta membenarkannya. Prinsip untuk sementara dianggap benar dan kemudian diadakan pengujian tentang kebenaran tersebut dengan menggunakan data hasil penelitian. Dalam penelitian ini penulis mengajukan hipotesis :

1. Bahwa rata-rata nasabah atau pelanggan memiliki tingkat kepentingan yang tinggi terhadap atribut pelayanan jasa PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang.
2. Bahwa penilaian nasabah terhadap pelaksanaan atribut pelayanan jasa PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang dapat dikatakan baik.
3. Bahwa tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan jasa PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang terbilang tinggi.

BAB III

METODE PENELITIAN

Salah satu keberhasilan suatu penelitian adalah menentukan cara-cara penelitian yang sesuai untuk memecahkan masalah penelitian. Karena itu dalam bagian ini akan dibahas tentang cara-cara tersebut, yaitu :

3.1 Lokasi Penelitian

Lokasi yang dipilih untuk melakukan penelitian atas layanan kualitas jasa yaitu di BRI (Bank Rakyat Indonesia) Unit Karang Pucung Cabang Majenang sebagai salah satu pusat transaksi Perbankan.

3.2 Gambaran Umum Perusahaan

3.2.1 Sejarah Perusahaan

Kegiatan usaha PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) diawali sejak tahun 1894 oleh Patih Banyumas, Raden Bei Aria Wirjaatmadja yaitu dengan mendirikan "*De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden*". Pada awalnya kegiatan bank itu hanya untuk menampung pemasukan angsuran dari para peminjam kas Masjid yang dikelola oleh Patih tersebut selanjutnya setelah modal usaha terkumpul, melalui bantuan Assisten Residen Banyumas, E Sieburgh, maka pada tanggal 16 Desember 1895, pendirian bank tersebut diresmikan. Tanggal itulah yang kemudian dijadikan tanggal berdirinya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero).

Ketika dimulai secara resmi, bank tersebut berganti nama menjadi "*Hulp en Spaarbank der Inlandsche Bestuurs Ambtenaren*" yang kemudian dikenal sebagai "Bank Perkreditan Rakyat" yang pertama di Indonesia. Bank yang dianggap sebagai embrio BRI itu melewati sejarah panjang dengan mengalami berkali-kali pergantian nama dengan kronologi sebagai berikut :

1. "*Poerwokertosche Hulp Spaar en Landbouw Creditbank*" pada tahun 1897 yang kemudian sejak tahun 1898 dikalangan masyarakat lebih dikenal sebagai "*Volksbank*" atau "Bank Rakyat"
2. "*Algemene Volkscreditbank (AVB)*" pada tahun 1934
3. "*Syomin Ginko*" pada tahun 1942
4. "Bank Rakyat Indonesia (BRI)" dengan status Bank Pemerintah pada tahun 1946, yaitu berdasarkan Peraturan Pemerintah RI (PP) No. 1 Tahun 1946.
5. Pada tahun 1948 saat Belanda menduduki Ibukota RI, kegiatan BRI terhenti untuk sementara waktu setelah perjanjian "*ROEM ROYEN*" (1949), BRI aktif kembali dengan wilayah kerja daerah Renville (Republik Yogyakarta), sedangkan di daerah lainnya BRI menjadi "Bank Rakyat Indonesia Serikat (BARRIS)". Perkembangan politik di Indonesia selanjutnya juga mempengaruhi sejarah BRI dan BARRIS sehingga keduanya menyatu kembali menjadi Bank Rakyat Indonesia (BRI).
6. Melalui Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang (PERPU) No. 41 tahun 1960 dibentuk "Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN)"

yang merupakan peleburan dari BRI, Bank Tani dan Nelayan (BTN), dan *Nederlandsche Handels Maatschapij (NHM)*.

7. Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (PENPRES) No. 9 tahun 1965 BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama “Bank Indonesia urusan Koperasi, Tani dan Nelayan (BIUKTN)”
8. Setelah PENPRES tersebut berjalan satu bulan, keluar PENPRES No. 17 tahun 1965 tentang pendirian Bank Tunggal Milik Negara dengan nama “Bank Negara Indonesia”. Dalam pendirian Bank Tunggal ini, BIUKTN eks BRI dan BTN diintegrasikan kedalamnya dengan nama “Bank Negara Unit II Bidang Rural”, sedangkan BIUKTN eks NHM diintegrasikan kedalamnya dengan nama “Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Ekspor-Impor” (sekarang PT. BEII Persero).
9. Dengan Undang-Undang (UU) No 21 tahun 1968 tentang Bank Rakyat Indonesia, Bank Negara Unit II Bidang Rural diubah menjadi “Bank Rakyat Indonesia (BRI)”. Selanjutnya UU No. 21 tahun 1968 tersebut dicabut dengan UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan berdasarkan PP No. 21 tahun 1992 tentang penyesuaian bentuk hukum Bank Rakyat Indonesia menjadi perusahaan perseroan (Persero), segala hak dan kewajiban, kekayaan serta pegawai BRI beralih kepada P.T Bank Rakyat Indonesia (Persero). Akta pendirian PT. BRI (Persero) dibuat dihadapan Notaris Muhani Salim Sarjan Hukum di Jakarta tanggal 31 Juli 1992 No. 133 dan disyahkan Menteri Kehakiman RI dengan Keputusan No. C2-6584.HT.01.01 tahun 1992 tanggal 12 Agustus 1992, diumumkan dalam

Berita Negara RI No. 73 tanggal 11 September 1992, Tambahan Berita Negara RI No. 3A tahun 1992. Meskipun BRI telah berubah statusnya menjadi PT (Persero) UU No. 7 tahun 1992 tidak secara spesifik menyebutkan suatu fungsi khusus untuk BRI. Oleh karena itu walaupun berstatus sebagai Bank Umum seperti Bank-Bank pada umumnya, BRI tidak meninggalkan tugasnya dalam menjalankan misinya sebagai agen pembangunan pemerintah. BRI masih tetap melakukan secara konsisten pengembangan sektor perekonomian tertentu seperti : koperasi, golongan ekonomi lemah, pengusaha kecil, pinjaman kepada para pensiunan dan mereka yang berpenghasilan tetap yang kesemuanya bertujuan untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak.

3.2.2 Visi, Misi dan Tujuan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)

1. Visi BRI

BRI menyediakan jasa perbankan bagi seluruh lapisan masyarakat melalui pelayanan yang bermutu, kemitraan usaha dan didukung teknologi yang handal dengan mengutamakan usaha kecil, menengah tanpa melupakan usaha besar berskala internasional

2. Misi BRI

Berdasarkan visi tersebut diatas misi BRI dapat dijabarkan sebagai berikut

- a. Menunjang program pembangunan ekonomi nasional
- b. Melayani seluruh lapisan masyarakat

- c. Memberikan perhatian khusus kepada penyediaan jasa perbankan di sektor ritel banking

3. Tujuan BRI

Diselaraskan bagi kepentingan para stocholder yaitu : pemegang saham, nasabah, karyawan, pemerintah dan masyarakat.

- a. Pemegang saham

Memberikan hasil yang wajar (maksimal) bagi pemegang saham tanpa meninggalkan tanggung jawab sosialnya.

- b. Nasabah.

Memberikan pelayanan terbaik dengan nilai tambah yang wajar demi terpeliharanya hubungan kemitraan dengan nasabah secara berkesinambungan.

- c. Karyawan

Menjadikan karyawan sebagai asset utama perusahaan dengan lingkungan dan suasana kerja yang memuaskan

- d. Pemerintah

Menjadikan persero yang sehat dengan mematuhi segala peraturan perundang undangan yang berlaku dan berperan serta dalam meningkatkan mutu industri perbankan Indonesia.

e. Masyarakat

Memberikan kontribusi kepada masyarakat setempat untuk pembangunan ekonomi maupun sosial dengan menyisihkan sebagian sisa hasil usaha yang diperoleh.

3.2.3 Kegiatan Usaha PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero)

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) menggolongkan kegiatan usahanya ke dalam 3 bidang utama yaitu :

1. Penghimpunan dana dari masyarakat.

Dalam usaha melakukan kegiatan penghimpunan dana masyarakat PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) mengutamakan produk-produk sebagai berikut:

a. GiroBRI

Girobri adalah simpanan yang dapat digunakan sebagai alat pembayaran dan penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, sarana perintah pembayaran lainnya atau dengan cara pemindah bukuan.

b. Tabungan

Tabungan merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek alat yang sama dengan itu. Tabungan yang diselenggarakan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) adalah tabungan BRITAMA, Tabungan Haji BRI atau ONHBRI..

c. DepoBRI (Deposito BRI)

Deposito berjangka merupakan simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu menurut perjanjian antara penyimpanan dengan bank. Deposito yang diselenggarakan oleh PT. Bank rakyat Indonesia (Persero) ini berjangka waktu 01 bulan, 02 bulan, 03 bulan, 06 bulan, 12 bulan, 18 bulan dan 24 bulan.

2. Usaha Jasa Bank

a. Transfer/pengiriman uang dalam negeri

Transfer uang merupakan pelayanan bank kepada masyarakat dan bank bersedia melaksanakan amanat nasabah untuk mengirimkan uang, ditujukan kepada pihak lain didalam negeri.

b. Inkaso

Inkaso adalah pemberian kuasa kepada bank untuk menagihkan atau memintakan persetujuan pembayaran kepada pihak lain atas cek atau bilyet giro.

b. Fasilitas ATM

Fasilitas ATM merupakan salah satu jasa yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) untuk memberikan kemudahan kepada nasabah dalam melakukan transaksi pengambilan uang tunai.

Fasilitas ATM BRI terdiri dri 3 jenis yaitu :

1. ATM Britama
2. ATM Bersama
3. ATM Himbara

c. CEPEBRI (Cek perjalanan BRI)

CEPEBRI merupakan surat berharga yang dapat dibeli diseluruh Kantor Cabang BRI dan dapat diuangkan di Cabang lain yang tujuannya adalah untuk mengurangi resiko di perjalanan.

d. Jasa-jasa Bank lainnya

Jasa-jasa ini berupa :

Penerimaan setoran Ongkos Naik Haji (ONH), dana GNOTA, biaya administrasi SSB (SIM, STNK dan BPKB), denda tilang, SPP dan setoran lain dari Universitas Terbuka (UT), pajak bea dan cukai, payment point rekening listrik dan biaya perolehan Hak Atas Tanah dan Bangunan (BPHTB).

Penyaluran dana

PT. Taspen, PT. Telkom, PT. Pegadaian, TNI Angkatan Darat, Beasiswa DEPDIKBUD.

3. Usaha Pemberian Kredit (Pinjaman)

Adapun fasilitas kredit yang dilayani oleh PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) dibagi dalam 2 katagori yaitu :

a. kredit prioritas dan program berupa :

- Kredit Usaha Tani (KUT) padi dan palawija
- Kredit kepada Koperasi (KKOP) untuk :
 - Penyaluran pangan dan pupuk
 - Distribusi beras, gula, meinyak goreng dan kedelai
 - Usaha agrobisnis

•Kredit Pengusaha Kecil dan Mikro (KPKM)

b. Kredit non prioritas berupa :

- Krdit Modal kerja untuk semua sektor
- Kredit Investasi
- Kredit untuk pegawai tetap dan untuk para Pensiunan
- Kredit Kelayakan Usaha (KKU)
- Kredit Kecil Investasi/Kredit Kecil Modal Kerja (KKI/KKMK)

3.2.4 Sejarah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang.

BRI (Bank Rakyat Indonesia) Unit Karang Pucung berdiri pada awal tahun 1978, pemilihan lokasi yang strategis menjadi faktor utama dibukanya unit di Karang Pucung. Karena Karang Pucung merupakan salah satu kecamatan yang tergolong besar yang menjadi pusat perekonomian wilayah Cilacap barat. Sehingga dibangunlah Kantor Unit Karang Pucung sebagai Cabang Majenang Cilacap Jawa Tengah yang diperuntukan untuk warga Karang Pucung itu sendiri dan wilayah-wilayah sekitarnya agar lebih mudah melakukan transaksi Perbankan dan memenuhi kebutuhan nasabah.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa atau satuan-satuan yang atributnya akan diteliti. Populasi dari obyek penelitian ini adalah nasabah atau nasabah BRI (Bank Rakyat Indonesia) Unit Karang Pucung Cabang Majenang.

Sampel adalah bagian dari populasi yang akan diteliti. Dalam penelitian teknik pengambilan sampel menggunakan metode *non probability sampling*, yaitu dengan *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan berdasarkan kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti (Sugiyono. 1999. p. 77). Dalam hal ini penulis menentukan jumlah sampel sebanyak 40 responden dengan metode penyebaran kuisisioner dilakukan selama 1 minggu, 8 kuisisioner per hari (dimulai dari waktu bank buka hingga bank tutup).

Penggunaan 40 kuisisioner tersebut dilakukan dengan alasan teknis (Ibnu Subiyanto, p. 103) sebagai berikut :

- a. Total populasi tidak diketahui.
- b. Penggunaan *probability* tidak operasional di lapangan karena cenderung akan bias.
- c. Analisis antar seksi tidak dipergunakan dalam penelitian.
- d. Biaya dan waktu yang tersedia tidak memungkinkan operasi penelitian menggunakan *probability sampling*.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi Variabel Dependen dan Variabel Independen, dimana kepuasan termasuk ke dalam variabel dependen sedangkan variabel independennya meliputi :

- X_1 = Tangibles (bukti langsung)
- X_2 = Reliability (kehandalan)
- X_3 = Responsiveness (daya tangkap)

X_4 = Assurance (jaminan)

X_5 = Empaty (empati)

3.5 Definisi Operasional

Dalam skala yang khusus diketahui untuk mengukur kualitas jasa lebih sulit daripada kualitas produk. Hal ini disebabkan jasa lebih bersifat sementara (temporary) daripada permanen, lebih bersifat subyektif daripada obyektif. Metode-metode tradisional yang dapat digunakan untuk mengendalikan kualitas jasa adalah dengan menetapkan tujuan atau standar yang tepat dijadikan karyawan dalam aktivitasnya. Penelitian yang dilakukan oleh Wyckof dalam Lovelock (1988) memberikan pengertian kualitas layanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen, sedangkan menurut Pasuraman, et al. (1988) kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) konsumen dengan kualitas layanan yang diharapkan konsumen. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan. 5 dimensi karakteristik kualitas layanan, yaitu :

1. Tangibles (bukti fisik) yaitu :
 - a. Bank memiliki peralatan yang modern
 - b. Bank memiliki fasilitas yang menarik
 - c. Karyawan Bank berpenampilan rapi dan menarik
 - d. Tersedianya fasilitas seperti TV, koran dan majalah diruang tunggu

- e. Fasilitas pendukung layanan Bank menarik
2. Reliability (kehandalan) yaitu :
- a. Bank memenuhi janji sesuai dengan yang dijanjikan
 - b. Bank bisa menyelesaikan permasalahan nasabah
 - c. Bank memberikan layanan pertama kali dengan benar
 - d. Bank menyelesaikan layanan tepat waktu
 - e. Bank bebas dari kesalahan pencatat
3. Responsiveness (daya tanggap) yaitu :
- a. Karyawan Bank menyampaikan pemberitahuan dengan benar ketika layanan akan dilakukan
 - b. Karyawan Bank memberi layanan dengan cepat
 - c. Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah
 - d. Karyawan Bank tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah
 - e. Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan nasabah
4. Assurance (jaminan) yaitu :
- a. Sikap dan perilaku karyawan Bank meyakinkan
 - b. Nasabah Bank merasa aman dalam bertransaksi
 - c. Karyawan Bank sopan dalam melayani nasabah
 - d. Karyawan Bank memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah
 - e. Karyawan Bank mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya

5. Empathy (empati) yaitu :
 - a. Bank memberi perhatian secara individual
 - b. Bank memiliki jam operasional sesuai dengan kebutuhan nasabah
 - c. Karyawan bank memahami kebutuhan nasabah secara spesifik
 - d. Bank memberikan perhatian secara tulus kepada nasabah
 - e. Bank memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada nasabah

3.6 Uji Instrumen Penelitian

Penelitian ini menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas dalam menguji instrumen penelitian. Sebelum kuisisioner digunakan untuk mengumpulkan data maka perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya data yang digunakan, data yang digunakan untuk pengujian ini diambil dari 40 responden dengan taraf signifikan 5%. Maka data akan dikatakan valid apabila r tabel lebih dari 0,263.

Sedangkan uji reliabilitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukuran dapat dipercaya atau diandalkan. Uji reliabilitas dilakukan terhadap 40 sampel. Data ini dikatakan handal apabila melewati alpha 0.6 (Nunally, dalam Ghozali : 2001). Hasil pengukuran uji reliabilitas ini dilakukan menggunakan komputerisasi program SPSS 12.

3.7 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan:

- a. Metode kuisisioner yaitu memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh data-data yang diinginkan.
- b. Metode observasi yaitu pengumpulan data dengan jalan mengamati dan mencatat secara langsung pada obyek yang diteliti
- c. Metode interview yaitu mengadakan wawancara langsung pada pihak yang dapat memberikan keterangan yang diperlukan dalam penelitian.

3.8 Metode Analisis Data

- a. Metode Kualitatif

Merupakan analisis yang tidak dinyatakan dalam bentuk angka yang sifatnya kuantitatif. Tetapi berupa pendapat atau keterangan mengenai situasi obyek penelitian yang dianalisa. Bisa berbasis pada perspektif teori tertentu yang digunakan untuk memberikan deskripsi yang lebih jelas tentang kaitan antara variabel-variabel yang digunakan dengan maksud untuk lebih mempercayai pemahaman atas hasil analisis kualitatif.

- b. Metode Kuantitatif

Dengan menggunakan data yang diperoleh dari responden kemudian dilakukan analisis statistik. Untuk mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen digunakan Teknik Importance Performance

Analysis (Nursya'bani Purnama, 2006). Responden diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat kepentingan setiap elemen baik kinerja perusahaan masing-masing elemen perusahaan. Indeks kepuasan konsumen dapat diperoleh dengan menggunakan skala Likert yang ditentukan dalam 4 poin skala 1 - 4 baik untuk penilaian tingkat kepentingan maupun tingkat kinerja.

Keempat penilaian tersebut adalah :

1. Skala Penilaian untuk tingkat Kepentingan (Importance) :

- a. Sangat Penting (SP) diberi bobot 4
- b. Penting (P) diberi bobot 3
- c. Kurang Penting (KP) diberi bobot 2
- d. Tidak Penting (TP) diberi bobot 1

2. Skala Penilaian untuk tingkat Kinerja (Performance) :

- a. Sangat baik (SB) diberi bobot 4
- b. Baik (B) diberi bobot 3
- c. Kurang Baik (KB) diberi bobot 2
- d. Tidak Baik (TB) diberi bobot 1

Berdasarkan skor kepentingan dan skor kinerja, maka dihasilkan suatu perhitungan tingkat kesesuaian responden. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor penilaian kinerja perusahaan dengan skor penilaian harapan konsumen. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan prioritas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel

yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian harapan konsumen.

Rumus yang digunakan (J. Supranto, 1997.p.241):

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

Keterangan :

Tki = Tingkat Kesesuaian Responden

Xi = Skor Penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian harapan konsumen

i = Atribut jasa

Selanjutnya sumbu horizontal (X) akan diisi oleh skor penilaian kinerja perusahaan dan sumbu vertikal (Y) akan diisi oleh skor penilaian harapan konsumen (J. Supranto, 1997, p. 241)

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

Keterangan :

\bar{X} : Skor rata-rata kinerja

\bar{Y} : Skor rata-rata harapan konsumen

n : Jumlah responden

Selanjutnya membuat diagram kartesius yaitu merupakan suatu bagan yang dibagi atas 4 bagian yang dibatasi oleh 2 buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (\bar{X}, \bar{Y}) dimana \bar{X} merupakan rata-rata dari skor skor rata-rata pelaksanaan atau kinerja perusahaan seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi dan \bar{Y} merupakan rata-rata dari skor harapan konsumen seluruh faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Dalam penelitian ini terdapat 12 faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga $K = 12$. Rumus yang digunakan (J. Supranto, 1997, p. 241) :

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

Keterangan :

\bar{X} : rata-rata dari skor kinerja

\bar{Y} : rata-rata dari skor harapan

$\frac{\sum_{i=1}^N X_i}{K}$: jumlah dari skor penilaian kinerja perusahaan

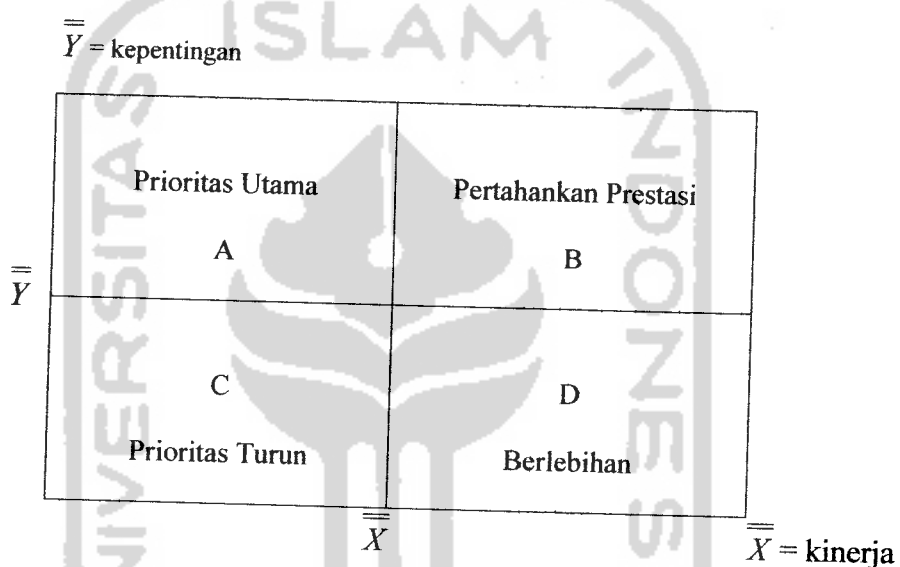
$\frac{\sum_{i=1}^N Y_i}{K}$: jumlah dari skor penilaian harapan konsumen

K : banyaknya atribut / faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen

Untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen, maka ditentukan melalui Indikator sebagai berikut (Sumber : Bilson Simamora, 2001, p. 197) :

$TK > 1$ sangat puas ; $TK = 1$ puas ; $TK < 1$ tidak puas

Selanjutnya tingkat unsur-unsur akan dijabarkan menjadi 4 bagian ke dalam diagram kartesius pada gambar berikut :



Keterangan :

A : Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi konsumen, termasuk unsur-unsur yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakan sesuai keinginan konsumen, sehingga mengecewakan atau tidak puas.

B : Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakn perusahaan. Untuk itu wajib dipertahankan, dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

- C : Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, pelaksanaannya biasa-biasa saja dianggap memuaskan.
- D : Menunjukkan faktor atribut yang mempengaruhi konsumen kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan, dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.



BAB IV

ANALISIS DATA

Dalam bab ini, penulis akan menguraikan dan menganalisis data yang telah terkumpul selama penelitian dilakukan, data tersebut berupa hasil jawaban responden dalam kuisioner, yang berbentuk pilihan (*multiple choice*) yaitu dengan memilih dan memberi tanda pada jawaban yang dianggap paling benar menurut pendapat masing-masing responden. Yang menjadi responden adalah para nasabah yang berada di BRI (Bank Rakyat Indonesia) Unit Karang Pucung Cabang Majenang. Hasil pengolahan data berupa informasi untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh BRI (Bank Rakyat Indonesia) Unit Karang Pucung Cabang Majenang, apakah ada perbedaan penilaian antara harapan dengan yang dirasakan oleh pelanggan. Serta untuk mengetahui apakah dimensi-dimensi kualitas jasa (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*) mempengaruhi kepuasan konsumen.

Berdasarkan permasalahan dan perumusan model yang telah dikemukakan, maka teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi analisis kualitatif dan kuantitatif. Analisis kualitatif merupakan analisis yang tidak dinyatakan dalam bentuk angka yang sifatnya kuantitatif. Tetapi berupa pendapat atau keterangan mengenai situasi obyek penelitian yang dianalisa. Bisa berbasis pada perspektif teori tertentu yang digunakan untuk memberikan deskripsi yang lebih jelas tentang kaitan antara variable-variabel yang digunakan dengan maksud untuk lebih mempercayai pemahaman atas hasil analisis kualitatif. Sedangkan

analisis kuantitatif merupakan analisis yang menggunakan data yang diperoleh dari responden kemudian dilakukan analisis statistik. Responden diminta untuk meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat kepentingan setiap elemen baik kinerja perusahaan masing-masing elemen perusahaan. Indeks kepuasan konsumen dapat diperoleh dengan menggunakan skala Likert yang ditentukan dalam 4 poin skala baik untuk penilaian tingkat harapan maupun tingkat kinerja.

4.1 Uji Validitas

Penelitian ini menggunakan uji validitas dalam menguji instrumen penelitian. Sebelum kuisioner digunakan untuk mengumpulkan data maka perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas. Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya data yang digunakan.

Pengujian variabel dilakukan dengan menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Pengujian validitas dengan menggunakan responden sebanyak 40 responden, dalam pengujian ini koefisien korelasi kritis (r tabel $N=40$) adalah sebesar 0.263 uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Jika r hitung (untuk tiap butir pertanyaan terhadap skor total) lebih besar dari nilai r tabel, maka butir atau pertanyaan tersebut dikatakan valid. Adapun hasil perhitungan dari setiap variabel yang diuji adalah sebagai berikut.

4.1.1 Tabel Validitas Variabel Kinerja Bank

	r Hitung	r Tabel	Keterangan
k01	.309	.263	Valid
k02	.693	.263	Valid
k03	.508	.263	Valid
k04	.662	.263	Valid
k05	.742	.263	Valid
k06	.626	.263	Valid
k07	.660	.263	Valid
k08	.587	.263	Valid
k09	.354	.263	Valid
k10	.684	.263	Valid
k11	.479	.263	Valid
k12	.723	.263	Valid
k13	.609	.263	Valid
k14	.658	.263	Valid
k15	.663	.263	Valid
k16	.563	.263	Valid
k17	.684	.263	Valid
k18	.698	.263	Valid
k19	.701	.263	Valid
k20	.677	.263	Valid
k21	.636	.263	Valid
k22	.706	.263	Valid
k23	.705	.263	Valid
k24	.681	.263	Valid
k25	.436	.263	Valid

Sumber : Data yang telah diolah

Seperti yang dikemukakan diatas bahwa bila koefisien korelasi sama dengan koefisien kritis (r tabel = 0.263) atau lebih, maka butir instrument dinyatakan valid. Hasil pengolahan data, kesemuanya berada diatas 0.263, sehingga semua butir instrument pertanyaan yang berhubungan dengan variable kinerja dapat dinyatakan valid .

4.1.2 Tabel Validitas Variabel Kepentingan Nasabah

	r Hitung	r Tabel	Keterangan
h01	.553	.263	Valid
h02	.277	.263	Valid
h03	.327	.263	Valid
h04	.429	.263	Valid
h05	.495	.263	Valid
h06	.618	.263	Valid
h07	.353	.263	Valid
h08	.514	.263	Valid
h09	.642	.263	Valid
h10	.420	.263	Valid
h11	.445	.263	Valid
h12	.429	.263	Valid
h13	.553	.263	Valid
h14	.270	.263	Valid
h15	.455	.263	Valid
h16	.319	.263	Valid
h17	.503	.263	Valid
h18	.361	.263	Valid
h19	.429	.263	Valid
h20	.353	.263	Valid
h21	.416	.263	Valid
h22	.495	.263	Valid
h23	.446	.263	Valid
h24	.624	.263	Valid
h25	.512	.263	Valid

Sumber : Data yang telah diolah

Seperti yang dikemukakan diatas bahwa bila koefisien korelasi sama dengan koefisien kritis ($r \text{ tabel} = 0.263$) atau lebih, maka butir instrument dinyatakan valid. Hasil pengolahan data, kesemuanya berada diatas 0.263, sehingga semua butir instrument pertanyaan yang berhubungan dengan variable harapan dapat dinyatakan valid .

4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk mengetahui handal atau tidaknya suatu alat ukur yang akan digunakan dalam suatu pengukuran dan dapat menunjukkan bahwa pengukuran tersebut dapat memberikan hasil yang relatif tidak sama apabila dilakukan pengukuran kembali terhadap subyek yang sama. Uji reliabilitas dilakukan terhadap 40 sampel dengan menggunakan metode *one shot* atau pengukuran sekali saja. Program *SPSS 12.0 for windows* memberikan fasilitas untuk reabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha (α) ≥ 0.60 (Ghozali, 2001). Adapun hasil penghitungannya adalah sebagai berikut :

4.2.1 Tabel Realibilitas

NO	Variabel	Koef. Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
1	Kinerja	0.944	0.6	Handal
2	Harapan	0.873	0.6	Handal

Sumber : Data yang telah diolah

Berdasarkan ringkasan hasil uji reabilitas seperti yang telah terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai Koefisien Cronbach Alpha pada masing-masing variabel nilainya lebih besar dari 0.60. dengan demikian maka semua variabel penelitian ini dapat dikatakan reliable. Artinya hasil pengukuran kuesioner akan konsisten apabila dilakukan pengukuran data.

4.3 Analisis Kuantitatif

Analisis kualitatif ini digunakan untuk memperoleh gambaran tentang karakteristik konsumen/nasabah yang akan diteliti berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu : tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy. Dalam setiap dimensi terdapat lima pernyataan dan ada dua jenis kuisisioner yang diisi, yaitu : Kepentingan dan Kinerja Bank, dengan menggunakan skala linkert 1-4, dimana jawaban untuk kepentingan adalah : sangat penting = 4, penting = 3, kurang penting = 2, tidak penting = 1. Sedangkan untuk kinerja bank adalah : sangat baik = 4, baik = 3, kurang baik = 2, tidak baik = 1. Dalam kuisisioner terdapat 25 pernyataan yang harus diisi oleh responden, yang terdiri dari :

- ✓ No 1-5 : dimensi Berwujud (tangibles)
- ✓ No 6-10 : dimensi Keandalan (reliability)
- ✓ No 11-15 : dimensi Tanggapan (responsiveness)
- ✓ No 16-20 : dimensi Jaminan (assurance)
- ✓ No 21-25 : dimensi empati (empathy)

Metode analisis deskriptif ini di jabarkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

A. Berwujud (Tangibles)

Tabel 4.3.1

Hasil Penilaian Kepentingan Nasabah

no	Pernyataan	Nilai total	Rata-rata
A1	Bank memiliki peralatan yang modern	142	3.55
2	Fasilitas fisik bank tampak menarik	132	3.3
3	Karyawan bank berpenampilan rapi dan menarik	135	3.375
4	Tersedianya fasilitas seperti TV, koran, dan majalah di ruang tunggu	132	3.3
5	Fasilitas pendukung layanan bank menarik	121	3.025
	Rata-rata Total		3.31

Sumber : Data yang telah diolah

Dari tabel hasil penilaian kepentingan BRI unit Karang Pucung pada dimensi Berwujud (tangibles) di atas, bahwa rata-rata jawaban dari setiap pernyataan yang dijawab oleh responden adalah 3,31 dan ini menunjukkan bahwa kinerja pelayanan pada Berwujud (tangibles) yang diberikan BRI unit Karang Pucung adalah *sangat penting* dimata para nasabah.

Tabel 4.3.2
Hasil Penilaian Kinerja Bank

no	Pernyataan	Nilai total	Rata-rata
A1	Bank memiliki peralatan yang modern	143	3.575
2	Fasilitas fisik bank tampak menarik	145	3.625
3	Karyawan Bank berpenampilan rapi dan menarik	148	3.7
4	Tersedianya fasilitas seperti TV, koran, dan majalah di ruang tunggu	147	3.675
5	Fasilitas pendukung layanan bank menarik	148	3.7
	Rata-rata Total		3.655

Sumber : Data yang telah diolah

Dari tabel hasil penilaian kinerja konsumen BRI unit Karang Pucung pada dimensi Berwujud (tangibles) di atas, bahwa rata-rata jawaban dari setiap pernyataan yang dijawab oleh responden adalah 3,655 dan ini menunjukkan bahwa kepentingan terhadap atribut Berwujud (tangibles) yang diberikan BRI unit Karang Pucung adalah *sangat baik* bagi para nasabah.

B. Kehandalan (reliability)

Tabel 4.3.3

Hasil Penilaian Kepentingan Nasabah

No	Pernyataan	Nilai total	Rata-rata
B1	Jika berjanji Bank menepati tepat waktu	143	3.575
2	Jika nasabah menghadapi masalah, Bank bisa menyelesaikan dengan sungguh-sungguh	118	2.95
3	Bank memberikan layanan pertama kali dengan benar	130	3.25
4	Bank menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan	144	3.6
5	Bank bebas dari kesalahan pencatatan	141	3.525
	Rata-rata Total		3.38

Sumber : Data yang telah diolah

Dari tabel hasil penilaian kepentingan BRI unit Karang Pucung pada dimensi Kehandalan (reliability) di atas, bahwa rata-rata jawaban dari setiap pernyataan yang dijawab oleh responden adalah 3,38 dan ini menunjukkan bahwa kinerja pelayanan pada Kehandalan (reliability) yang diberikan BRI unit Karang Pucung adalah *sangat penting* dimata para nasabah.

Tabel 4.3.4

Hasil Penilaian Kinerja Bank

No	Pernyataan	Nilai total	Rata-rata
B1	Jika berjanji Bank menepati tepat waktu	147	3.675
2	Jika nasabah menghadapi masalah, Bank bisa menyelesaikan dengan sungguh-sungguh	148	3.7
3	Bank memberikan layanan pertama kali dengan benar	131	3.275
4	Bank menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan	142	3.55
5	Bank bebas dari kesalahan pencatatan	132	3.3
	Rata-rata Total		3.5

Sumber : Data yang telah diolah

Dari tabel hasil penilaian kinerja konsumen BRI unit Karang Pucung pada dimensi Keandalan (reliability) di atas, bahwa rata-rata jawaban dari setiap pernyataan yang dijawab oleh responden adalah 3,5 dan ini menunjukkan bahwa kepentingan terhadap atribut Keandalan (reliability) yang diberikan BRI unit Karang Pucung adalah *sangat baik* bagi para nasabah.

C. Ketanggapan (Responsiveness)

Tabel 4.3.5

Hasil Penilaian Kepentingan Nasabah

No	Pernyataan	Nilai total	Rata-rata
C1	Karyawan Bank menyampaikan pemberitahuan dengan benar ketika layanan akan dilakukan	136	3.4
2	Karyawan memberkan layanan dengan cepat	132	3.3
3	Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah	142	3.55
4	Karyawan Bank tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah	131	3.275
5	Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan nasabah	134	3.35
	Rata-rata Total		3.375

Sumber : Data yang telah diolah

Dari tabel hasil penilaian kepentingan BRI unit Karang Pucung pada dimensi Ketanggapan (responsiveness) di atas, bahwa rata-rata jawaban dari setiap pernyataan yang dijawab oleh responden adalah 3,375 dan ini menunjukkan bahwa kinerja pelayanan pada Ketanggapan (responsiveness) yang diberikan BRI unit Karang Pucung adalah *sangat penting* dimata para nasabah.

Tabel 4.3.6

Hasil Penilaian Kinerja Bank

No	Pernyataan	Nilai total	Rata-rata
C1	Karyawan Bank menyampaikan pemberitahuan dengan benar ketika layanan akan dilakukan	140	3.5
2	Karyawan memberikan layanan dengan cepat	146	3.65
3	Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah	141	3.525
4	Karyawan Bank tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah	145	3.625
5	Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan nasabah	141	3.525
	Rata-rata Total		3.565

Sumber : Data yang telah diolah

Dari tabel hasil penilaian kinerja konsumen BRI unit Karang Pucung pada dimensi Ketanggapan (*responsiveness*) di atas, bahwa rata-rata jawaban dari setiap pernyataan yang dijawab oleh responden adalah 3,565 dan ini menunjukkan bahwa kepentingan terhadap atribut Ketanggapan (*responsiveness*) yang diberikan BRI unit Karang Pucung adalah *sangat baik* bagi para nasabah.

D. Jaminan (assurance)

Tabel 4.3.7

Hasil Penilaian Kepentingan Nasabah

no	Pernyataan	Nilai total	Rata-rata
D1	Sikap dan perilaku karyawan Bank meyakinkan	143	3.575
2	Nasabah Bank merasa aman dalam melakukan transaksi	140	3.5
3	Karyawan Bank selalu konsisten menjaga kesopanan terhadap nasabah	136	3.4
4	Karyawan Bank memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah	132	3.3
5	Karyawan Bank mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya	118	2.95
	Rata-rata Total		3.345

Sumber : Data yang telah diolah

Dari tabel hasil penilaian kepentingan BRI unit Karang Pucung pada dimensi Ketanggapan (responsiveness) di atas, bahwa rata-rata jawaban dari setiap pernyataan yang dijawab oleh responden adalah 3,345 dan ini menunjukkan bahwa kinerja pelayanan pada Ketanggapan (responsiveness) yang diberikan BRI unit Karang Pucung adalah *sangat penting* dimata para nasabah.

Tabel 4.3.8

Hasil Penilaian Kinerja Bank

no	Pernyataan	Nilai total	Rata-rata
D1	Sikap dan perilaku karyawan Bank meyakinkan	138	3.45
2	Nasabah Bank merasa aman dalam melakukan transaksi	147	3.675
3	Karyawan Bank selalu konsisten menjaga kesopanan terhadap nasabah	139	3.475
4	Karyawan Bank memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah	137	3.425
5	Karyawan Bank mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya	141	3.525
	Rata-rata Total		3.51

Sumber : Data yang telah diolah

Dari tabel hasil penilaian kinerja konsumen BRI unit Karang Pucung pada dimensi Ketanggapan (*responsiveness*) di atas, bahwa rata-rata jawaban dari setiap pernyataan yang dijawab oleh responden adalah 3,51 dan ini menunjukkan bahwa kepentingan terhadap atribut Ketanggapan (*responsiveness*) yang diberikan BRI unit Karang Pucung adalah *sangat baik* bagi para nasabah.

E. Empati (empathy)

Tabel 4.3.9

Hasil Penilaian Kepentingan Nasabah

no	Pernyataan	Nilai total	Rata-rata
E1	Bank memberikan perhatian terhadap nasabah secara individual	122	3.05
2	Bank memiliki jam operasional sesuai kebutuhan nasabah	121	3.025
3	Bank memberikan perhatian secara tulus kepada nasabah	141	3.525
4	Bank memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada nasabah	140	3.5
5	Karyawan bank memahami kebutuhan spesifik nasabah	140	3.5
	Rata-rata Total		3.32

Sumber : Data yang telah diolah

Dari tabel hasil penilaian kepentingan BRI unit Karang Pucung pada dimensi Empati (empathy) di atas, bahwa rata-rata jawaban dari setiap pernyataan yang dijawab oleh responden adalah 3,32 dan ini menunjukkan bahwa kinerja pelayanan pada Empati (empathy) yang diberikan BRI unit Karang Pucung adalah *sangat penting* dimata para nasabah.

Tabel 4.3.10

Hasil Penilaian Kinerja Bank

no	Pernyataan	Nilai total	Rata-rata
E1	Bank memberikan perhatian terhadap nasabah secara individual	143	3.575
2	Bank memiliki jam operasional sesuai kebutuhan nasabah	133	3.325
3	Bank memberikan perhatian secara tulus kepada nasabah	138	3.45
4	Bank memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada nasabah	135	3.375
5	Karyawan bank memahami kebutuhan spesifik nasabah	148	3.7
	Rata-rata Total		3.485

Sumber : Data yang telah diolah

Dari tabel hasil penilaian kinerja konsumen BRI unit Karang Pucung pada dimensi Empati (*emphaty*) di atas, bahwa rata-rata jawaban dari setiap pernyataan yang dijawab oleh responden adalah 3,485 dan ini menunjukkan bahwa kepentingan terhadap atribut Empati (*emphaty*) yang diberikan BRI unit Karang Pucung adalah *sangat baik* bagi para nasabah.

Selanjutnya untuk mengetahui kualitas pelayanan apakah sudah sesuai dengan harapan nasabah atau belum, dapat diketahui dengan mencari gap antara rata-rata jawaban kuisisioner kinerja karyawan dengan harapan nasabah seperti tabel di bawah ini.

Tabel 4.3.11

Gap nilai rata-rata antara Kinerja dengan Kepentingan

No	Atribut	Kinerja	Kepentingan	Gap
1	Bank memiliki peralatan yang modern	3.575	3.55	0.025
2	Fasilitas fisik Bank tampak menarik	3.625	3.3	0.325
3	Karyawan Bank berpenampilan rapi dan menarik	3.7	3.375	0.325
4	Tersedianya fasilitas seperti TV, koran, dan majalah di ruang tunggu	3.675	3.3	0.375
5	Fasilitas pendukung layanan Bank menarik	3.7	3.025	0.675
6	Jika berjanji Bank menepati tepat waktu	3.675	3.575	0.1
7	Jika nasabah menghadapi masalah, Bank bisa menyelesaikan dengan sungguh-sungguh	3.7	2.95	0.75
8	Bank memberikan layanan pertama kali dengan benar	3.275	3.25	0.025
9	Bank menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan	3.55	3.6	-0.05

10	Bank bebas dari kesalahan pencatatan	3.3	3.525	-0.225
11	Karyawan Bank menyampaikan pemberitahuan dengan benar ketika layanan akan dilakukan	3.5	3.4	0.1
12	Karyawan memberikan layanan dengan cepat	3.65	3.3	0.35
13	Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah	3.525	3.55	-0.025
14	Karyawan Bank tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah	3.625	3.275	0.35
15	Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan nasabah	3.525	3.35	0.175
16	Sikap dan perilaku karyawan Bank meyakinkan	3.45	3.575	-0.125
17	Nasabah Bank merasa aman dalam melakukan transaksi	3.675	3.5	0.175

18	Karyawan Bank selalu konsisten menjaga kesopanan terhadap nasabah	3.475	3.4	0.075
19	Karyawan Bank memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah	3.425	3.3	0.125
20	Karyawan Bank mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya	3.525	2.95	0.575
21	Bank memberikan perhatian terhadap nasabah secara individual	3.575	3.05	0.525
22	Bank memiliki jam operasional sesuai kebutuhan nasabah	3.325	3.025	0.3
23	Bank memberikan perhatian secara tulus kepada nasabah	3.45	3.525	-0.125
24	Bank memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada nasabah	3.375	3.5	-0.125
25	Karyawan Bank memahami kebutuhan spesifik nasabah	3.7	3.5	0.2

Sumber : Data yang telah diolah

Berdasarkan tabel gap antara kinerja karyawan dengan kepentingan nasabah BRI unit Karang Pucung diatas dapat dilihat bahwa nasabah cenderung sudah merasa puas terhadap atribut pelayanan jasa yang diberikan oleh BRI unit Karang Pucung. Namun demikian terdapat beberapa atribut jasa yang menurut penilaian nasabah belum merasa puas atas apa yang mereka terima.

Nilai-nilai yang tersebut pada masing-masing dimensi adalah sebagai berikut:

1. Dimensi tangibles

- ✓ Jika berjanji Bank menepati waktu yang mempunyai nilai positif tertinggi terdapat pada A5 (0,675)

2. Dimensi reliability

- ✓ Jika nasabah menghadapi masalah, Bank bisa menyelesaikan dengan sungguh-sungguh yang mempunyai nilai positif tertinggi terdapat pada B7 (0,75)
- ✓ Bank bebas dari kesalahan pencatatan yang mempunyai nilai negatif tertinggi terdapat pada B10 (-0,255)

3. Dimensi responsiveness

- ✓ Karyawan memberikan layanan dengan cepat yang mempunyai nilai positif tertinggi terdapat pada C12 (0,35)
- ✓ Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah yang mempunyai nilai negatif tertinggi terdapat pada C13 (-0,025)

4. Dimensi assurance

- ✓ Karyawan Bank mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya yang mempunyai nilai positif tertinggi terdapat pada D20 (0,575)
- ✓ Sikap dan perilaku karyawan Bank meyakinkan yang mempunyai nilai negatif tertinggi terdapat pada D16 (-0,125)

5. Dimensi empathy

- ✓ Bank memberikan perhatian terhadap nasabah secara individual yang mempunyai nilai positif tertinggi terdapat pada E21 (0,525)
- ✓ Bank memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada yang mempunyai nilai negatif tertinggi terdapat pada E23 (-0,125)

Kinerja karyawan BRI unit Karang Pucung sudah sesuai dengan harapan para nasabah, semua pernyataan yang ada dalam kuisisioner dijawab dengan baik oleh para nasabah, jawaban dari pernyataan kinerja lebih besar dari jawaban pernyataan kepentingan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja BRI unit Karang Pucung sudah sesuai dengan harapan para nasabah bahkan rata-rata melebihi harapan para nasabah.

4.4 Diagram Kartesius

Setelah mengetahui hasil penelitian tentang kepuasan terhadap berbagai atribut yang dimiliki oleh BRI unit Karang Pucung, selanjutnya dapat diketahui tentang posisi penempatan data yang telah dianalisis tersebut dengan menggunakan diagram kartesius. Diagram ini memiliki 4 kuadran atau posisi yang dapat diindikasikan sebagai berikut :

1. Kuadran A, menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi nasabah, termasuk unsur-unsur yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakan sesuai keinginan nasabah, sehingga mengecewakan atau tidak puas.
2. Kuadran B, menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan. Untuk itu wajib dipertahankan, dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
3. Kuadran C, menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi nasabah, pelaksanaannya biasa-biasa saja dianggap memuaskan.
4. Kuadran D, menunjukkan faktor atribut yang mempengaruhi nasabah kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan, dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

Dalam hal ini digunakan skala empat tingkat yang terdiri dari : Sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

1. Jawaban sangat setuju berarti sangat penting diberi bobot 4
2. Jawaban setuju berarti penting diberi bobot 3

3. Jawaban tidak setuju berarti kurang penting diberi bobot 2
4. Jawaban sangat tidak setuju berarti di beri bobot 1

Sedangkan untuk persepsi diberikan penilaian dengan bobot sebagai berikut :

1. Jawaban sangat setuju diberi bobot 4 berarti nasabah sangat puas
2. Jawaban setuju diberi bobot 3 berarti nasabah puas
3. Jawaban netral diberi bobot 2 berarti nasabah tidak puas
4. Jawaban tidak setuju diberi bobot 1 berarti nasabah sangat tidak puas

Untuk memberikan interpretasi rata-rata tingkat penilaian pelaksanaan dan kepentingan perlu dihitung skala masing-masing seperti sebagai berikut :

Tingkat Kepentingan				Tingkat Kinerja			
SP	T	P	STP	SB	B	TB	STB
4	3	2	1	4	3	2	1

Jawaban rata-rata

Tertinggi = 4

Terendah = 1

$$\text{Interval antar kelas} = \frac{(4-1)}{4} = 0,75$$

INTERVAL KELAS	SKALA	
1,00 – 1,74	STP	STB
1,75 - 2,49	P	TB
2,50 - 3,24	T	B
3,25 - 4,59	SP	SB

Sumber : Data yang telah diolah

Keterangan :

- STP : Sangat Tidak Penting dan STB : Sangat Tidak Baik
- P : Penting dan TB : Tidak Baik
- T : Tinggi dan B : Baik
- SP : Sangat Penting dan SB : Sangat Baik

Dalam pembahasan hasil penelitian ini akan dilakukan analisis dan pembahasan dari setiap variabel dan atribut-atributnya yang terdiri dari Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, dan Tangibles yang terangkum dalam tingkat harapan (X) dan tingkat kinerja (Y) pada BRI unit Karang Pucung Cabang Majenang.

Selanjutnya untuk dapat menentukan posisi atribut pelayanan jasa BRI unit Karang Pucung ke dalam diagram kartesius, dilakukan perhitungan rata-rata penilaian kinerja dan rata-rata penilaian kepentingan dari masing-masing atribut pemuas. Untuk menentukan penilaian rata-rata kinerja dan rata-rata kepentingan secara keseluruhan dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Skor rata-rata kinerja dan rata-rata kepentingan masing-masing atribut pelayanan jasa BRI unit Karang Pucung.

a. Tangibles

a.1. Bank memiliki peralatan yang modern.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{143}{40} = 3,575$$

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{142}{40} = 3,55$$

a.2. Fasilitas fisik Bank tampak menarik.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{145}{40} = 3,625$$

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{132}{40} = 3,3$$

a.3. Karyawan Bank berpenampilan rapi dan menarik.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{148}{40} = 3,7$$

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{135}{40} = 3,375$$

a.4. Tersedianya fasilitas seperti TV, koran, dan majalah di ruang tunggu.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{147}{40} = 3,675$$

$$\bar{Y} = \frac{132}{40} = 3,3$$

a.5. Fasilitas pendukung layanan bank menarik.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{148}{40} = 3,7$$

$$\bar{Y} = \frac{121}{40} = 3,025$$

b. Reliability

b.1. Jika berjanji Bank menepati tepat waktu.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{147}{40} = 3,675$$

$$\bar{Y} = \frac{143}{40} = 3,575$$

b.2. Jika nasabah menghadapi masalah, Bank bisa menyelesaikan dengan sungguh-sungguh.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{148}{40} = 3,7$$

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{118}{40} = 2,95$$

b.3. Bank memberikan layanan pertama kali dengan benar.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{131}{40} = 3,275$$

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{130}{40} = 3,25$$

b.4. Bank menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{142}{40} = 3,55$$

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{144}{40} = 3,6$$

b.5 Bank bebas dari kesalahan pencatatan.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{132}{40} = 3,3$$

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{141}{40} = 3,525$$

c. Responsiveness

c.1. Karyawan Bank menyampaikan pemberitahuan dengan benar ketika layanan akan dilakukan

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{140}{40} = 3,5$$

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{136}{40} = 3,4$$

c.2. Karyawan memberikan layanan dengan cepat.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{146}{40} = 3,5$$

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{132}{40} = 3,3$$

c.3. Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{141}{40} = 3,525$$

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{142}{40} = 3,55$$

c.4. Karyawan Bank tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{145}{40} = 3,625$$

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{131}{40} = 3,275$$

c.5. Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan nasabah.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{141}{40} = 3,525$$

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{134}{40} = 3,35$$

d. Assurance

d.1. Sikap dan perilaku karyawan Bank meyakinkan.

Rata-rata Kinerja (\bar{X}) Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{138}{40} = 3,45$$

$$\bar{Y} = \frac{143}{40} = 3,575$$

d.2. Nasabah Bank merasa aman dalam melakukan transaksi.

Rata-rata Kinerja (\bar{X}) Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{147}{40} = 3,675$$

$$\bar{Y} = \frac{140}{40} = 3,5$$

d.3. Karyawan Bank selalu konsisten menjaga kesopanan terhadap nasabah.

Rata-rata Kinerja (\bar{X}) Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{139}{40} = 3,475$$

$$\bar{Y} = \frac{136}{40} = 3,4$$

d.4. Karyawan Bank memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{X} = \frac{X_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{Y_i}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{137}{40} = 3,425 \quad \bar{Y} = \frac{132}{40} = 3,3$$

d.5. Karyawan Bank mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{X} = \frac{X_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{Y_i}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{141}{40} = 3,525$$

$$\bar{Y} = \frac{118}{40} = 2,95$$

e. Emphaty

e.1. Bank memberikan perhatian terhadap nasabah secara individual.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{X} = \frac{X_i}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{Y_i}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{143}{40} = 3,575$$

$$\bar{Y} = \frac{122}{40} = 3,05$$

e.2. Bank memiliki jam operasional sesuai kebutuhan nasabah.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{133}{40} = 3,325$$

$$\bar{Y} = \frac{121}{40} = 3,025$$

e.3. Bank memberikan perhatian secara tulus kepada nasabah.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{138}{40} = 3,45$$

$$\bar{Y} = \frac{141}{40} = 3,525$$

e.4. Bank memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada nasabah.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

$$\bar{X} = \frac{Xi}{n}$$

$$\bar{Y} = \frac{Yi}{n}$$

$$\bar{X} = \frac{135}{40} = 3,375$$

$$\bar{Y} = \frac{140}{40} = 3,5$$

e.5. Karyawan bank memahami kebutuhan spesifik nasabah.

Rata-rata Kinerja (\bar{X})

Rata-rata Kepentingan (\bar{Y})

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

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

$$\bar{X} = \frac{148}{40} = 3,7$$

$$\bar{Y} = \frac{140}{40} = 3,5$$

Rata-rata dari skor rata-rata kinerja dan rata-rata dari skor rata-rata kepentingan konsumen seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi, dapat diuraikan melalui perhitungan berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N X_i}{K}$$

\bar{X}

$$= \frac{3,575 + 3,625 + 3,7 + 3,675 + 3,7 + 3,675 + 3,7 + 3,275 + 3,55 + 3,3 + 3,5 +$$

25

$$= \frac{3,65 + 3,525 + 3,625 + 3,525 + 3,45 + 3,675 + 3,475 + 3,425 + 3,525 +$$

25

$$= \frac{3,575 + 3,325 + 3,45 + 3,375 + 3,7}{25}$$

$$\bar{X} = 3,543$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N Y_i}{K}$$

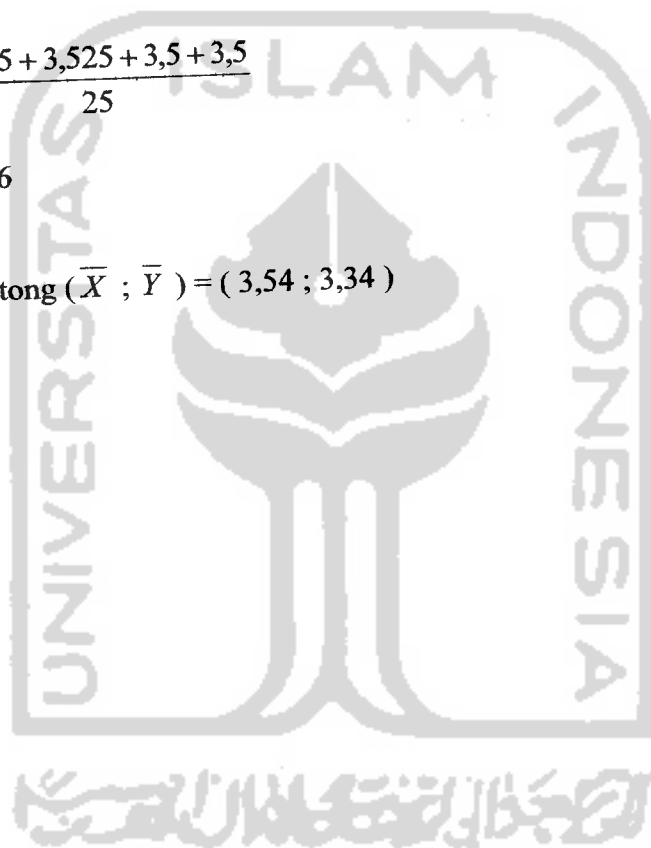
$$\bar{Y} = \frac{3,55 + 3,3 + 3,375 + 3,3 + 3,025 + 3,575 + 2,95 + 3,25 + 3,6 + 3,525 +$$

$$= \frac{3,4 + 3,3 + 3,55 + 3,275 + 3,35 + 3,575 + 3,5 + 3,4 + 3,3 + 2,95 + 3,05 +$$

$$= \frac{3,025 + 3,525 + 3,5 + 3,5}{25}$$

$$= 3,346$$

Titik Potong $(\bar{X} ; \bar{Y}) = (3,54 ; 3,34)$



Analisis Diagram Kartesius

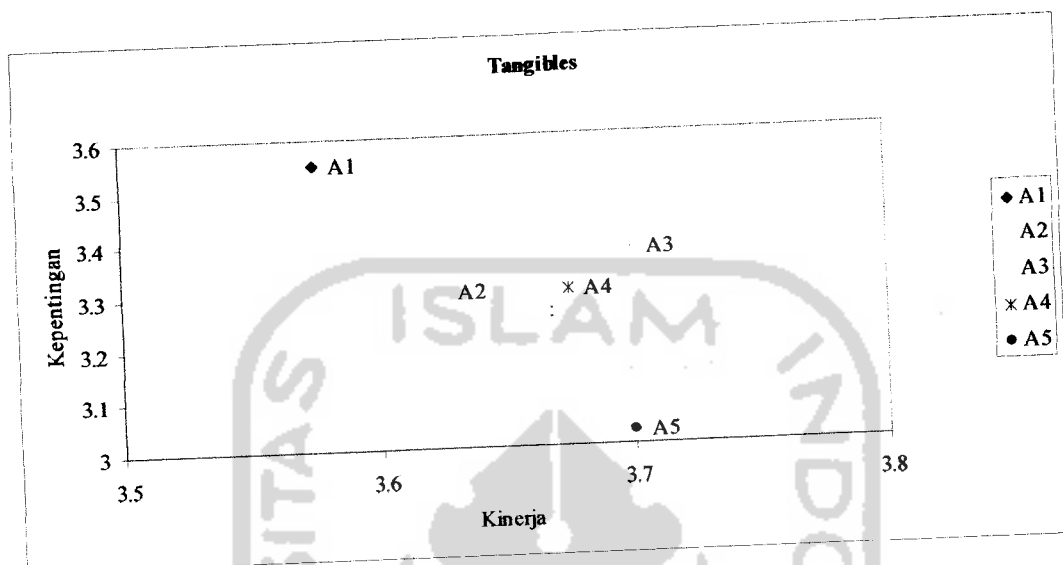
Keterangan :

Titik Koordinat Kartesius (X,Y)

A1	(3,57 ; 3,55)	A4	(3,67 ; 3,3)
A2	(3,62 ; 3,3)	A5	(3,7 ; 3,02)
A3	(3,7 ; 3,37)		
B1	(3,67 ; 3,57)	B4	(3,55 ; 3,6)
B2	(3,7 ; 2,95)	B5	(3,3 ; 3,52)
B3	(3,27 ; 3,25)		
C1	(3,5 ; 3,4)	C4	(3,62 ; 3,27)
C2	(3,65 ; 3,3)	C5	(3,52 ; 3,35)
C3	(3,52 ; 3,55)		
D1	(3,45 ; 3,57)	D4	(3,42 ; 3,3)
D2	(3,67 ; 3,5)	D5	(3,52 ; 2,95)
D3	(3,47 ; 3,4)		
E1	(3,57 ; 3,05)	E4	(3,37 ; 3,5)
E2	(3,32 ; 3,02)	E5	(3,7 ; 3,5)
E3	(3,45 ; 3,52)		

Diagram Hasil Rata-rata Terhadap Dimensi Tangibles

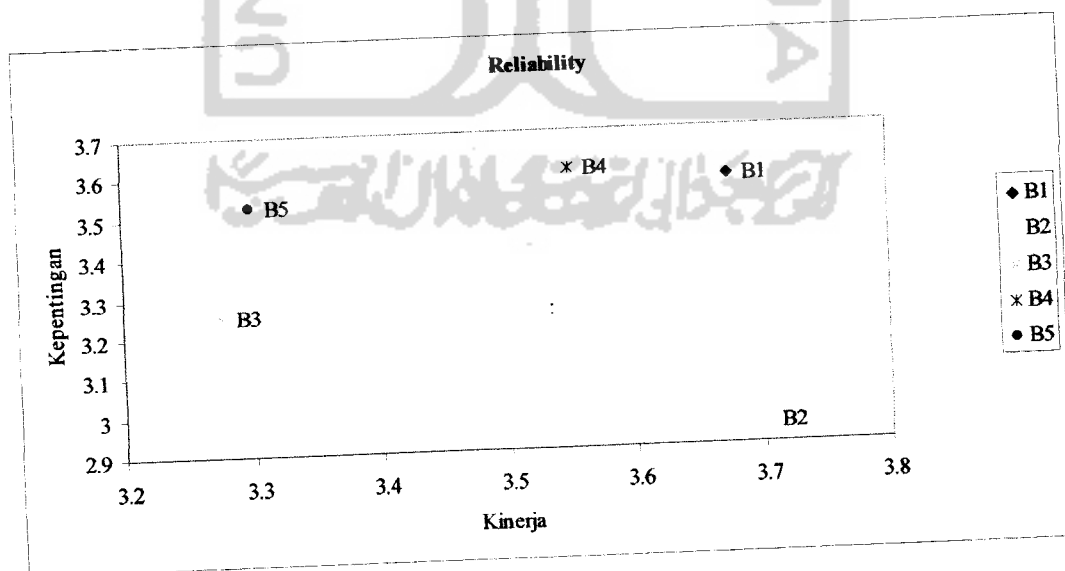
Gambar 1



Sumber : Data yang telah diolah

Diagram Hasil Rata-rata Terhadap Dimensi Reliability

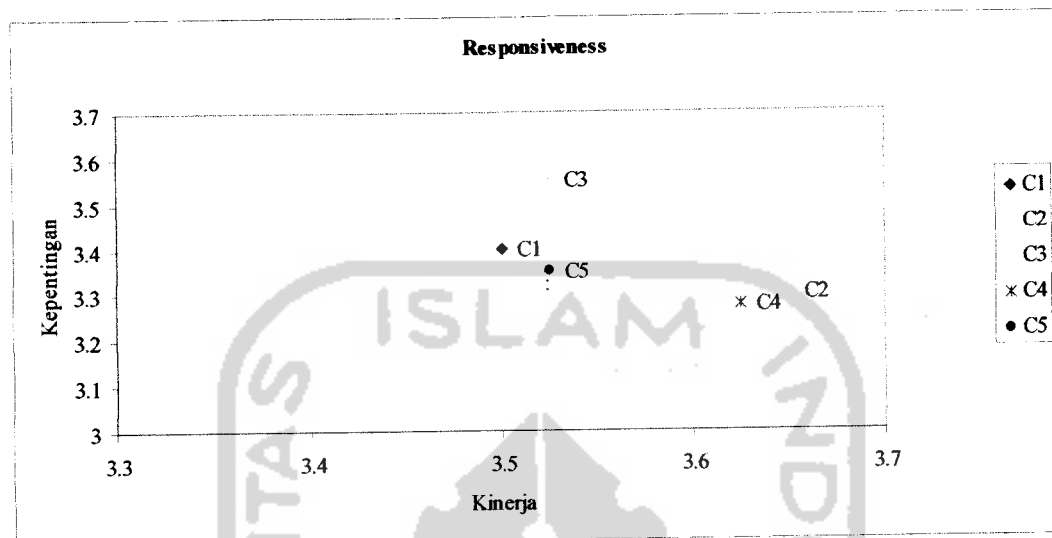
Gambar 2



Sumber : Data yang telah diolah

Diagram Hasil Rata-rata Terhadap Dimensi Responsiveness

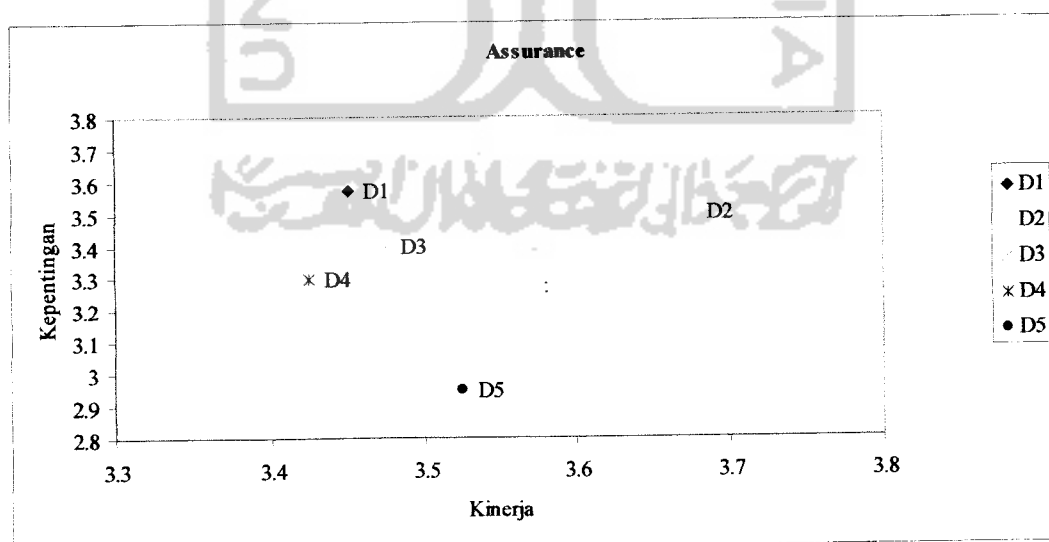
Gambar 3



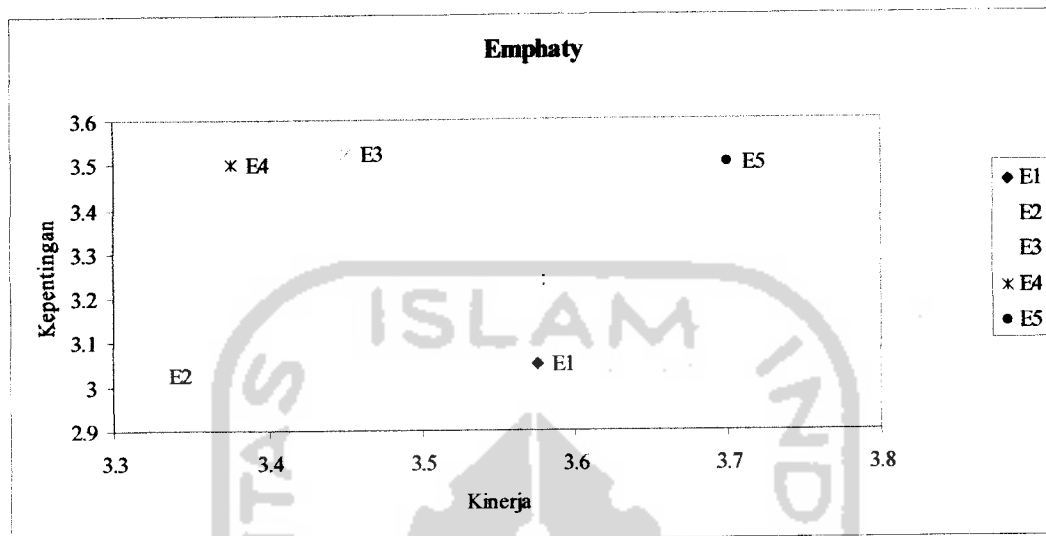
Sumber : Data yang telah diolah

Diagram Hasil Rata-rata Terhadap Dimensi Assurance

Gambar 4



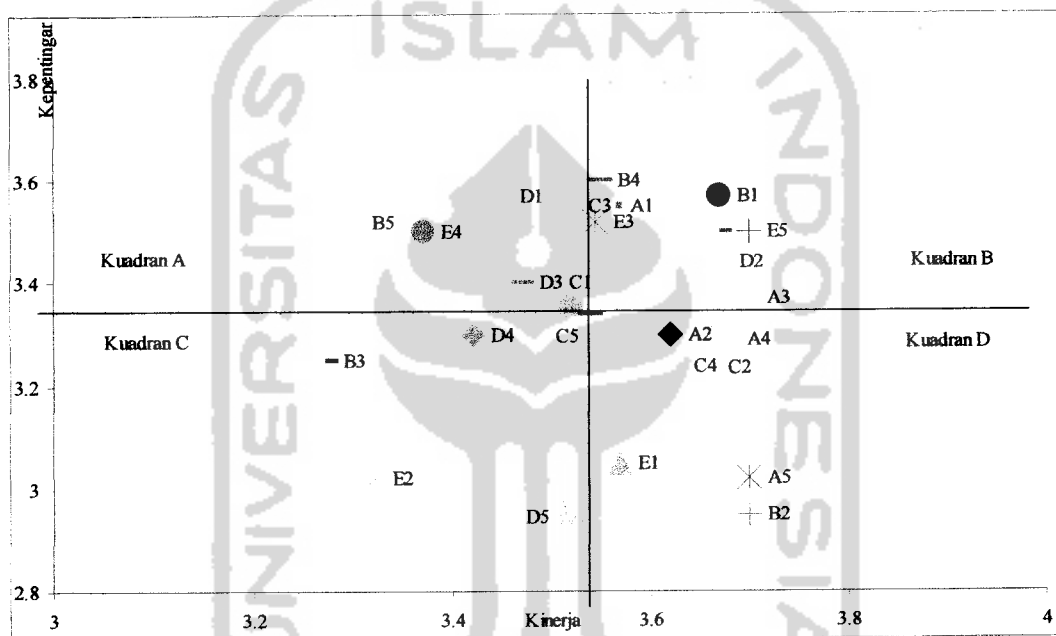
Sumber : Data yang telah diolah

Diagram Hasil Rata-rata Terhadap Dimensi Empathy**Gambar 5**

Sumber : Data yang telah diolah

**DIAGRAM HASIL RATA-RATA KEPENTINGAN KONSUMEN
DAN KINERJA YANG DIRASAKAN KONSUMEN
TERHADAP ATRIBUT PELAYANAN JASA
BRI Unit KARANG PUCUNG Cabang MAJENANG**

Gambar 6



Sumber : Data yang telah diolah

Berdasarkan diagram kartesius tentang analisis kepuasan konsumen terhadap atribut pelayanan jasa yang mampu mempengaruhi konsumen yang tertera pada diagram di atas, dapat ditentukan Tingkat Kesesuaian masing-masing atribut pemuas melalui rumus :

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

Keterangan :

Tki = Tingkat Kesesuaian Responden i = Atribut jasa

Xi = Skor Penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian harapan nasabah

Dari rumus diatas 25 atribut pemuas dapat dipresentasikan melalui uraian berikut

:

1. Kuadran A

menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi konsumen, termasuk unsur-unsur yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakan sesuai keinginan nasabah, sehingga mengecewakan atau tidak puas. Atribut yang masuk dalam kuadran ini yaitu :

- b 5, Bank bebas dari kesalahan pencatat, memiliki tingkat kesesuaian = 93 %
- c 1, Karyawan Bank menyampaikan pemberitahuan dengan benar ketika layanan akan dilakukan, memiliki tingkat kesesuaian = 102 %
- c 3, Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah, memiliki tingkat kesesuaian = 99 %
- d 1, Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah, memiliki tingkat kesesuaian = 96 %

- d 3, Karyawan Bank sopan dalam melayani nasabah, memiliki tingkat kesesuaian = 102 %
- e 4, Bank memberikan perhatian secara tulus kepada nasabah, memiliki tingkat kesesuaian = 96 %

2. Kuadran B

Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan. Untuk itu wajib dipertahankan, dianggap sangat penting dan sangat memuaskan. Atribut yang masuk dalam kuadran ini yaitu :

- a 1, Bank memiliki peralatan yang modern, memiliki tingkat kesesuaian = 100 %
- a 3, Bank memiliki fasilitas yang menarik, memiliki tingkat kesesuaian = 109 %
- b 1, Bank memenuhi janji sesuai dengan yang dijanjikan, memiliki tingkat kesesuaian = 102 %
- b 4, Bank menyelesaikan layanan tepat waktu, memiliki tingkat kesesuaian = 98 %
- d 2, Nasabah Bank merasa aman dalam bertransaksi, memiliki tingkat kesesuaian = 104 %
- e 3, Karyawan bank memahami kebutuhan nasabah secara spesifik, memiliki tingkat kesesuaian = 98 %
- e 5, Bank memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada nasabah, memiliki tingkat kesesuaian = 105 %

3. Kuadran C

Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi konsumen, pelaksanaannya biasa-biasa saja dianggap memuaskan. Atribut yang masuk dalam kuadran ini yaitu :

- b 3, Bank memberikan layanan pertama kali dengan benar, memiliki tingkat kesesuaian = 100 %
- c 5, Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan nasabah, memiliki tingkat kesesuaian = 105 %
- d 4, Karyawan Bank memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah, memiliki tingkat kesesuaian = 103 %
- d 5, Karyawan Bank mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya, memiliki tingkat kesesuaian = 119 %
- e 2, Bank memiliki jam operasional sesuai dengan kebutuhan nasabah, memiliki tingkat kesesuaian = 108 %

4 Kuadran D, menunjukkan faktor atribut yang memengaruhi konsumen kurang penting, tetapi pelaksanaannya berlebihan, dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan. Atribut yang masuk dalam kuadran ini yaitu :

- a 2, Bank memiliki fasilitas yang menarik, memiliki tingkat kesesuaian = 109 %
- a 4, Tersedianya fasilitas seperti TV, koran dan majalah diruang tunggu, memiliki tingkat kesesuaian = 111 %

- a 5, Fasilitas pendukung layanan Bank menarik, memiliki tingkat kesesuaian = 122 %
- b 2, Bank bisa menyelesaikan permasalahan nasabah, memiliki tingkat kesesuaian = 125 %
- c 2, Karyawan Bank memberi layanan dengan cepat, memiliki tingkat kesesuaian = 110 %
- c 4, Karyawan Bank tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah, memiliki tingkat kesesuaian = 110 %
- e 1, Bank memberi perhatian secara individual, memiliki tingkat kesesuaian = 117 %

4.5 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat ditentukan hasil sebagai berikut :

1. Hasil penelitian kepuasan konsumen terhadap beberapa atribut pelayanan jasa bank menunjukkan konsumen merasa kurang puas. Hal ini ditunjukkan dengan nilai rasio yang dicapai kurang dari 100 % atau dengan indikasi Tingkat Kesesuaian lebih kecil dari 1 ($TK < 1$) yang berarti tingkat kepentingan lebih besar dari kinerja Walaupun Tingkat Kesesuaian masing-masing atribut hampir mendekati 100 % . Tetapi terdapat beberapa atribut yang dirasakan oleh konsumen sudah merasa puas terhadap kualitas jasa pelayanan BRI unit Karang Pucung cabang Majenang.

2. Berdasarkan 5 dimensi kualitas pelayanan, atribut-atribut yang kurang memuaskan konsumen antara lain :
- a. Dimensi Keandalan (reliability) :
 - B 4, Bank menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan
 - B 5, Bank bebas dari kesalahan pencatatan
 - b. Daya Tanggap (responsiveness) :
 - C 3, Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah
 - c. Dimensi Jaminan (assurance) :
 - D 1, Sikap dan perilaku Bank meyakinkan
 - d. Dimensi Empati (empathy) :
 - E 3, Bank memberikan perhatian secara tulus kepada nasabah
 - E 4, Bank memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada nasabah

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

- A. Atribut Pelayanan Jasa di PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Karang (Persero) Pucung Cabang Majenang, memiliki tingkat Kepentingan yang tinggi bagi nasabah. Hal ini terbukti dari keseluruhan dimensi dengan nilai Interval diatas 3.25 yang merupakan tingkat penilaian *sangat penting*, adapun masing-masing nilai dari setiap dimensi adalah sebagai berikut : *tangibles* (3.31), *reliability* (3.38) *responsiveness* (3.375), *assurance* (3.345), *empathy* (3.32).
- B. Dalam pelaksanaan atribut pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Karang (Persero) Pucung Cabang Majenang, Hal ini terbukti dari keseluruhan dimensi dengan nilai Interval diatas 3.25 yang merupakan tingkat penilaian *sangat baik*, adapun masing-masing nilai dari setiap dimensi adalah sebagai berikut : *tangibles* (3.655), *reliability* (3.5) *responsiveness* (3.565), *assurance* (3.51), *empathy* (3.485).
- C. Nasabah sudah merasa puas dengan pelayanan jasa PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Karang (Persero) Pucung Cabang Majenang dan terbukti dengan adanya tingkat kesesuaian diatas 100 % pada tiap

dimensi. Namun dari keseluruhan dimensi tersebut terdapat beberapa atribut yang nilainya kurang yaitu :

1. Dimensi Keandalan (reliability) :

✓ B 4, Bank menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan

✓ B 5, Bank bebas dari kesalahan pencatatan

2. Daya Tanggap (responsiveness) :

✓ C 3, Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah

3. Dimensi Jaminan (assurance) :

✓ D 1, Sikap dan perilaku Bank meyakinkan

4. Dimensi Empati (empathy) :

✓ E 3, Bank memberikan perhatian secara tulus kepada nasabah

✓ E 4, Bank memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada nasabah

5.2 Saran

Penulis merasa perlu memberikan beberapa saran kepada pihak manajemen PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Karang (Persero) Pucung Cabang Majenang yaitu :

- A. Pelayanan yang diberikan PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Karang (Persero) Pucung Cabang Majenang sejauh ini sudah cukup baik (berkualitas). Dan diharapkan mampu mempertahankan kualitas

yang sudah cukup baik ini, tetapi akan lebih baik lagi apabila kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah ditingkatkan lagi untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Terutama pada dimensi kualitas pelayanan yang berhadapan langsung dengan para nasabah atau yang dirasakan secara langsung oleh nasabah, untuk lebih ditingkatkan lagi karena ini akan mempengaruhi nasabah pada saat menggunakan atau merasakan jasa pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Karang (Persero) Pucung Cabang Majenang.

Beberapa hal yang perlu diperbaiki antara lain :

1. Dimensi Kehandalan

- a. B 4, Bank menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan
- b. B 5, Bank bebas dari kesalahan pencatatan

2. Daya Tanggap

- a. C 3, Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah

3. Dimensi Jaminan

- a. D 1, Sikap dan perilaku Bank meyakinkan

4. Dimensi Emapti

- a. E 3, Bank memberikan perhatian secara tulus kepada nasabah

- b. E 4, Bank memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada nasabah

Dari keseluruhan data yang diperoleh penulis merasa perlu beberapa saran yang berkaitan dengan hal tersebut diatas :

1. Bank dirasa perlu memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawan untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada.
 2. Untuk meningkatkan motivasi kerja, pihak manajemen memberikan reward kepada para karyawan sesuai dengan tingkat kinerja masing-masing.
- B. Nasabah secara keseluruhan sudah merasa puas dengan semua fasilitas dan pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Karang (Persero) Pucung Cabang Majenang, oleh karena itu setiap karyawan harus dapat mempertahankan kondisi ini dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan pada bidang-bidang pelayanan lainnya yang dirasa masih terdapat beberapa kekurangan, agar nantinya nasabah dapat merasa puas atas seluruh pelayanan yang diberikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia Unit Karang (Persero) Pucung Cabang Majenang.

Telah dipertahankan/diuji dan disahkan
untuk memnuhi syarat guna memperoleh gelar
Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

ditulis oleh

Nama : Azis Bahtiar
Nomor Mahasiswa : 02311226
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 25 Agustus 2008

Disahkan oleh

Penguji/Pembimbing Skripsi : Zulian Yamit, Drs, M. Si.
Penguji : Siti Nurul Ngaini Dra. MM

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

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

Daftar Pustaka

- Jasfar Farida, *Manajemen Jasa : Pendekatan Terpadu*, Penerbit Ghalia Indonesia, Yogyakarta, Jakarta, 2005.
- Tjiptono Fandy, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi Yogyakarta, 2004.
- Wahyu Dorothea Ariani, *Manajemen Kualitas : Pendekatan Sisi Kualitatif*, Penerbit Ghalia Indonesia, Yogyakarta, 2003.
- Yamit Zulian, *Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Kedua, Penerbit Ekonisia Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2003.
- _____, *Manajemen Kualitas : Produk dan Jasa*. Edisi Pertama, Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2004.
- Nursya'bani Purnama, *Manajemen Kualitas Perspektif Global Edisi Pertama*, Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2006.



LAMPIRAN

KUISIONER

Dengan Hormat,

Perkenankan saya memohon kesediaan waktu bapak/ibu, saudara/saudari untuk mengisi kuisisioner ini dalam rangka penelitian mengenai ***Analisis Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Jasa Pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Unit Karang Pucung Cabang Majenang.*** Jawaban yang jujur dan obyektif sangat diperlukan untuk terjaminnya kesuksesan penelitian ini.

Atas bantuan dan kesediaan anda dalam meluangkan waktu untuk pengisian kuisisioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

(Azis Bahtiar)

**Tingkat Kepentingan (Importance) Kualitas Jasa Pelayanan
BRI (Bank Rakyat Indonesia)**

Pernyataan berikut ini berkenaan dengan harapan anda akan kualitas jasa pelayanan BRI (Bank Rakyat Indonesia) Unit Karang Pucung Cabang Majenang.

Berdasarkan harapan anda tersebut, berilah tanda (√) pada salah satu kolom yang tersedia berikut ini :

Keterangan :

- SP : Sangat Penting
P : Penting
KP : Kurang Penting
TP : Tidak Penting

NO	Pertanyaan	SP	P	KP	TP
A	Tangibles (Bukti Langsung)				
1	Bank memiliki fasilitas yang modern				
2	Fasilitas fisik Bank tampak menarik				
3	Karyawan Bank berpenampilan rapi dan menarik				
4	Tersedianya fasilitas seperti TV, koran, dan majalah di ruang tunggu				
5	Fasilitas pendukung layanan Bank menarik				
B	Reliability (Kehandalan)				
1	Jika berjanji Bank menepati waktu				
2	Jika nasabah menghadapi masalah, Bank bisa menyelesaikan dengan sungguh-sungguh				
3	Bank memberikan layanan pertama kali dengan benar				
4	Bank menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan				
5	Bank bebas dari kesalahan pencatatan				
C	Responsiveness (Daya Tangkap)				
1	Karyawan Bank menyampaikan pemberitahuan dengan benar ketika layanan akan dilakukan				
2	Karyawan memberikan layanan dengan cepat				
3	Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah				

4	Karyawan Bank tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah				
5	Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan nasabah				
D	Assurance (Jaminan)				
1	Sikap dan perilaku karyawan Bank meyakinkan				
2	Nasabah Bank merasa aman dalam melakukan transaksi				
3	Karyawan Bank selalu konsisten menjaga kesopanan terhadap nasabah				
4	Karyawan Bank memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah				
5	Karyawan Bank mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya				
E	Emphaty (Empati)				
1	Bank memberikan perhatian terhadap nasabah secara individual				
2	Bank memiliki jam operasional sesuai kebutuhan nasabah				
3	Bank memberikan perhatian secara tulus kepada nasabah				
4	Bank memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada nasabah				
5	Karyawan Bank memahami kebutuhan spesifik nasabah				

**Tingkat Kinerja (Performance) Kualitas Jasa Pelayanan
BRI (Bank Rakyat Indonesia)**

Pernyataan berikut ini berkenaan dengan pendapat anda mengenai kinerja BRI (Bank Rakyat Indonesia) Unit Karang Pucung Cabang Majenang yang sesungguhnya, setelah anda menikmati jasa Bank yang diberikan. Berilah tanda (√) pada salah satu kolom yang tersedia berikut ini :

Keterangan :

- SB : Sangat baik
 B : Baik
 KB : Kurang baik
 TB : Tidak baik

NO	Pertanyaan	SB	B	KB	TB
A	Tangibles (Bukti Langsung)				
1	Bank memiliki fasilitas yang modern				
2	Fasilitas fisik Bank tampak menarik				
3	Karyawan Bank berpenampilan rapi dan menarik				
4	Tersedianya fasilitas seperti TV, koran, dan majalah di ruang tunggu				
5	Fasilitas pendukung layanan Bank menarik				
B	Reliability (Kehandalan)				
1	Jika berjanji Bank menepati waktu				
2	Jika nasabah menghadapi masalah, Bank bisa menyelesaikan dengan sungguh-sungguh				
3	Bank memberikan layanan pertama kali dengan benar				
4	Bank menyediakan layanan sesuai dengan yang dijanjikan				
5	Bank bebas dari kesalahan pencatatan				
C	Responsiveness (Daya Tangkap)				
1	Karyawan Bank menyampaikan pemberitahuan dengan benar ketika layanan akan dilakukan				
2	Karyawan memberikan layanan dengan cepat				

3	Karyawan Bank selalu bersedia membantu nasabah				
4	Karyawan Bank tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah				
5	Karyawan memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan nasabah				
D	Assurance (Jaminan)				
1	Sikap dan perilaku karyawan Bank meyakinkan				
2	Nasabah Bank merasa aman dalam melakukan transaksi				
3	Karyawan Bank selalu konsisten menjaga kesopanan terhadap nasabah				
4	Karyawan Bank memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan nasabah				
5	Karyawan Bank mempunyai sifat jujur dan dapat dipercaya				
E	Emphaty (Empati)				
1	Bank memberikan perhatian terhadap nasabah secara individual				
2	Bank memiliki jam operasional sesuai kebutuhan nasabah				
3	Bank memberikan perhatian secara tulus kepada nasabah				
4	Bank memiliki karyawan yang bisa memberikan perhatian secara personal kepada nasabah				
5	Karyawan Bank memahami kebutuhan spesifik nasabah				

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

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

Sumber : Database Microsoft Excel

Reliability

Warnings

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

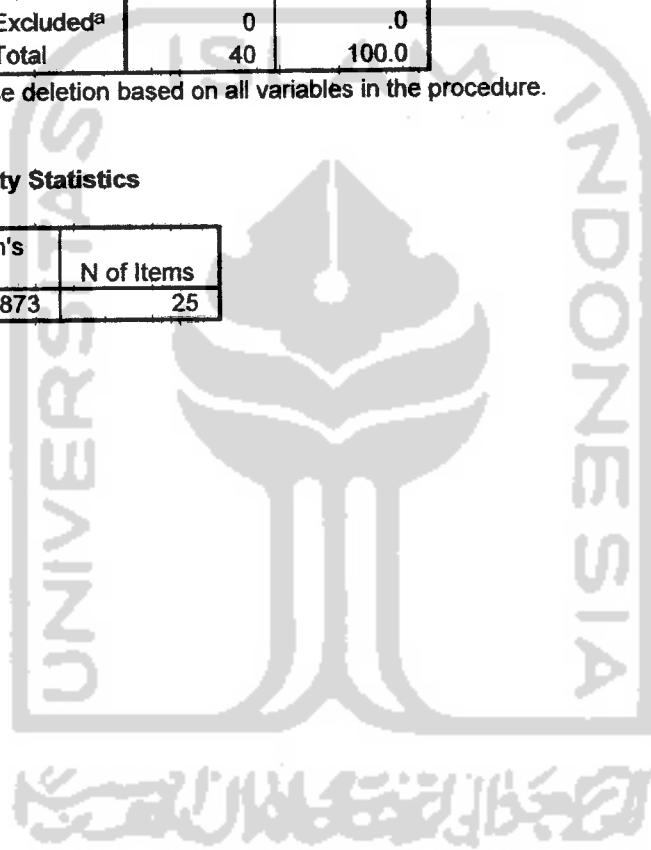
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	25



Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
h1	3.5500	.63851	40
h2	3.3000	.88289	40
h3	3.3750	.70484	40
h4	3.3000	.79097	40
h5	3.0250	.97369	40
h6	3.5750	.54948	40
h7	2.9500	.95943	40
h8	3.2500	.80861	40
h9	3.6000	.54538	40
h10	3.5250	.71567	40
h11	3.4000	.74421	40
h12	3.3000	.79097	40
h13	3.5500	.63851	40
h14	3.2750	.87669	40
h15	3.3500	.76962	40
h16	3.5750	.59431	40
h17	3.5000	.64051	40
h18	3.4000	.67178	40
h19	3.3000	.79097	40
h20	2.9500	.95943	40
h21	3.0500	.98580	40
h22	3.0250	.97369	40
h23	3.5250	.67889	40
h24	3.5000	.59914	40
h25	3.5000	.67937	40

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
h1	80.1000	84.810	.553	.866
h2	80.3500	86.387	.277	.873
h3	80.2750	86.922	.327	.871
h4	80.3500	84.849	.429	.868
h5	80.6250	82.035	.495	.867
h6	80.0750	85.148	.618	.865
h7	80.7000	84.574	.353	.872
h8	80.4000	83.477	.514	.866
h9	80.0500	84.972	.642	.865
h10	80.1250	85.651	.420	.869
h11	80.2500	85.064	.445	.868
h12	80.3500	84.849	.429	.868
h13	80.1000	84.810	.553	.866
h14	80.3750	86.548	.270	.874
h15	80.3000	84.677	.455	.868
h16	80.0750	87.815	.319	.871
h17	80.1500	85.362	.503	.867
h18	80.2500	86.756	.361	.870
h19	80.3500	84.849	.429	.868
h20	80.7000	84.574	.353	.872
h21	80.6000	83.272	.416	.870
h22	80.6250	82.035	.495	.867
h23	80.1250	85.651	.446	.868
h24	80.1500	84.490	.624	.864
h25	80.1500	84.849	.512	.866

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
83.6500	91.721	9.57708	25

Reliability

Warnings

The space saver method is used. That is, the covariance matrix is not calculated or used in the analysis.

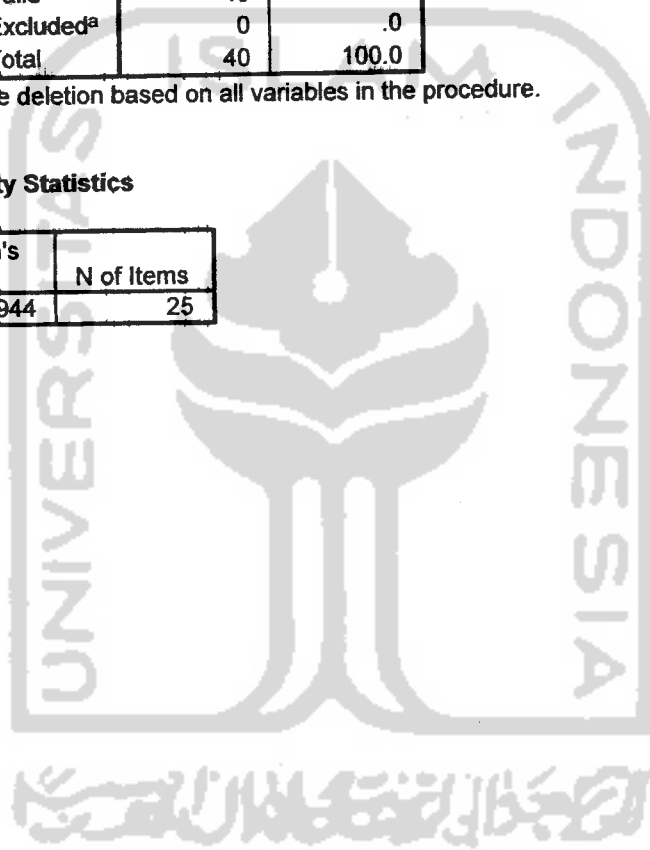
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.944	25



Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
k1	3.5750	.50064	40
k2	3.6250	.49029	40
k3	3.7000	.46410	40
k4	3.6750	.47434	40
k5	3.7000	.46410	40
k6	3.6750	.47434	40
k7	3.7000	.46410	40
k8	3.2750	.50574	40
k9	3.5500	.55238	40
k10	3.3000	.46410	40
k11	3.5000	.50637	40
k12	3.6500	.48305	40
k13	3.5250	.50574	40
k14	3.6250	.49029	40
k15	3.5250	.50574	40
k16	3.4500	.50383	40
k17	3.6750	.47434	40
k18	3.4750	.50574	40
k19	3.4250	.50064	40
k20	3.5250	.50574	40
k21	3.5750	.50064	40
k22	3.3250	.47434	40
k23	3.4500	.50383	40
k24	3.3750	.66747	40
k25	3.7000	.46410	40

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
k1	85.0000	63.487	.309	.945
k2	84.9500	60.664	.693	.940
k3	84.8750	62.266	.508	.943
k4	84.9000	61.067	.662	.941
k5	84.8750	60.625	.742	.940
k6	84.9000	61.323	.626	.941
k7	84.8750	61.189	.660	.941
k8	85.3000	61.292	.587	.942
k9	85.0250	62.794	.354	.945
k10	85.2750	61.025	.684	.941
k11	85.0750	62.122	.479	.943
k12	84.9250	60.533	.723	.940
k13	85.0500	61.126	.609	.941
k14	84.9500	60.921	.658	.941
k15	85.0500	60.715	.663	.941
k16	85.1250	61.497	.563	.942
k17	84.9000	60.913	.684	.940
k18	85.1000	60.451	.698	.940
k19	85.1500	60.490	.701	.940
k20	85.0500	60.613	.677	.941
k21	85.0000	60.974	.636	.941
k22	85.2500	60.756	.706	.940
k23	85.1250	60.420	.705	.940
k24	85.2000	58.779	.681	.941
k25	84.8750	62.779	.436	.943

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
88.5750	66.199	8.13630	25