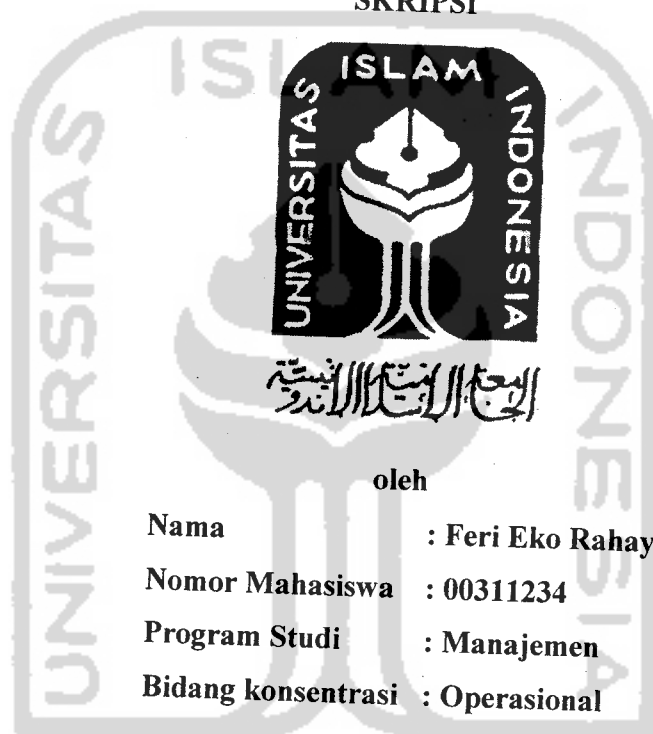


Evaluasi Kinerja Kualitas Pelayanan
Studi Kasus pada Kantor Cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah
di Jl. K. H Achmad Dahlan, Jogjakarta

SKRIPSI



oleh

Nama : Feri Eko Rahayu
Nomor Mahasiswa : 00311234
Program Studi : Manajemen
Bidang konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

JOGJAKARTA

2007

Evaluasi Kinerja Kualitas Pelayanan
Studi Kasus pada Kantor Cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah
di Jl. K. H Achmad Dahlan, Jogjakarta

SKRIPSI

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



الجامعة الإسلامية
الاندونيسية

oleh

Nama : Feri Eko Rahayu

Nomor Mahasiswa : 00311234

Program Studi : Manajemen

Bidang konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

JOGJAKARTA

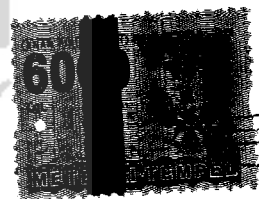
2007

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepengetahuan saya tidak terdapat pula karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar dan terbukti terdapat pelanggaran dalam penulisan naskah ini, saya sebagai pihak yang bertanggung jawab bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku”.

Jogyakarta, 5 Oktober 2007

Penulis



Feri Eko Rahayu

Evaluasi Kinerja Kualitas Pelayanan
Studi Kasus pada Kantor Cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah
di Jl. K. H Achmad Dahlan, Jogjakarta



Jogjakarta, 5 Oktober 2007

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Nursya'bani Purnama', is written over a faint, stylized background graphic that resembles a calligraphic element or a decorative flourish.

Nursya'bani Purnama, Drs, H, Msi.

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Evaluasi Penerapan Kualitas di Bidang Jasa Studi Kasus Pada
Pelayanan Kantor Cabang Bank Rakyat Indonesia di Jl. K.H. Achmad
Dahlan Jogjakarta**

Disusun Oleh: FERI EKO RAHAYU
Nomor mahasiswa: 00311234

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
Pada tanggal : 19 November 2007

Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Nursya'bani Purnama, M.Si

Penguji : Drs. Zulian Yamit, M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

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

ABSTRAK

Kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi informasi dan komunikasi, dan persepsi dunia yang seragam terhadap kehidupan yang lebih baik menuntut perusahaan-perusahaan untuk lebih kritis terhadap keinginan pasar. Barang atau jasa yang bermutu tinggi merupakan trend yang sedang berkembang belakangan ini. Produsen memanfaatkan peluang ini sebagai senjata ampuh untuk melakukan ekspansi pasar dan mempertahankan pelanggan dengan memproduksi barang atau jasa yang berkualitas. Bagi konsumen, memperoleh barang atau jasa yang berkualitas merupakan sebuah keuntungan yang didambakan. Permasalahannya adalah bagaimana mengetahui output yang telah dihasilkan produsen dianggap berkualitas oleh konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur sejauh mana harapan konsumen akan layanan yang berkualitas dapat dipenuhi oleh produsen. Metode yang digunakan adalah SERVQUAL yang kemudian dikembangkan ke bentuk metode CARTER dan *gap model*, yaitu pengukuran dengan menggunakan kuisisioner yang meliputi *compliance, assurance, reability, tangibles, empathy, dan responsiveness*. Pada kesempatan ini objek yang diteliti adalah kacab BRI Syariah Jogjakarta.

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Untuk data primer dilakukan dengan cara observasi dan penyebaran kuisisioner dengan metode *convenience random sampling* terhadap 100 nasabah yang sering mengunjungi kacab BRI Syariah Jogjakarta. Sedangkan untuk data sekunder diperoleh melalui kepustakaan dengan cara membaca atau mempelajari buku-buku referensi dan dokumentasi arsip yang dimiliki perusahaan. Untuk menguji validitas penelitian ini digunakan korelasi *pearson product moment* dan *cronbach alpha* untuk menguji reliabilitas.

Hasil dari perhitungan rata-rata kesenjangan *gap* yang diperoleh dari penelitian ini adalah $-0,05$ yang berarti menunjukkan bahwa nasabah merasa kacab BRI Syariah Jogjakarta belum berkualitas, dengan perhitungan rata-rata persepsi $4,22$ dan harapan $4,27$.

Berdasarkan penelitian ini dapat diambil kesimpulan bahwa kualitas layanan yang dihasilkan oleh kacab BRI Syariah Jogjakarta belum memuaskan. Oleh sebab itu diperlukan adanya perbaikan terus menerus untuk mencapai performansi yang optimal.

KATA PENGANTAR

*Bismillaahirrahmaannirrahiim,
Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatu.*

Atas rahmat yang dilimpahkan Allah SWT kepada umat-Nya, tiada satupun ungkapan maupun tindakan yang pantas dipersembahkan selain rasa syukur yang tulus untuk segala kemurahan-Nya. Kesempatan untuk menyusun dan menyelesaikan skripsi ini meskipun telah melalui proses yang cukup lama merupakan salah satu bentuk karunia yang tak ternilai yang penulis sangat menyadari dan sungguh mensyukurinya termasuk didalamnya kesempatan untuk bersyukur.

Penyusunan skripsi yang berjudul “Evaluasi Kinerja Kualitas Pelayanan, Studi Kasus pada Kantor Cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah di Jl. K. H Achmad Dahlan, Jogjakarta” ini merupakan titik awal penulis untuk langkah selanjutnya selain sebagai persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia. Tidak hanya itu, skripsi juga memiliki nilai yang sangat penting untuk berbagai pihak pada umumnya dan pihak-pihak yang terkait langsung dalam proses penyusunannya.

Kesempurnaan atas segala hal merupakan bentuk harapan yang ideal bagi setiap manusia, namun untuk mencapai tingkat tersebut bahkan hanya untuk mendekati tidaklah semudah mengungkapkannya. Begitu pula dalam penyusunan skripsi ini, keterbatasan kemampuan penulis, data dan referensi, maupun waktu merupakan kendala untuk mendekati sebuah kesempurnaan. Penulis sadar

kesempurnaan adalah milik-Nya dan tanpa uluran tangan dan seluruh makhluk-Nya penyusunan skripsi ini tidak akan pernah selesai. Oleh sebab itu, dalam kesempatan ini penulis dengan sepenuh kerendahan hati ingin mempersembahkan ungkapan terimakasih yang tulus kepada:

1. Allah SWT raja segalanya serta inspirasiku
2. Ayah, Bunda, dan Adik. Setiap orang akan mengatakan keluarga merekalah yang terbaik. Aku pun akan mengucapkan hal yang sama, tetapi aku lebih beruntung dikaruniakan untuk berada di lingkungan keluarga yang sangat tepat
3. Bapak Asma'i Ishak selaku dekan Fakultas Ekonomi UII yang telah berkenan mengizinkan penulis untuk menyusun skripsi ini
4. Bapak Nur Sya'bani Purnama selaku dosen pembimbing yang penulis sangat meminta maaf dan berterimakasih sekali atas kesabarannya untuk menunggu sekian lama selesainya skripsi ini
5. Ibu Nur Fuziah dan Bapak Suwarsono, yang secara tidak langsung telah memberikan pengertian dari cara mereka bersosialisasi di lingkungan fakultas bahwa setiap aktifitas akan menyenangkan jika kita mengkondisikannya demikian
6. Ibu Siti Nurul Ngaini, Ibu Suhartini, Bapak Zaenal Arifin, dan Bapak Asma'i Ishak yang telah meluluskan pada ujian komprehensif yang ke-2. Berkat

beliau-beliaulah penulis bersemangat kembali untuk menyelesaikan skripsi ini

7. Seluruh staff dan karyawan UII khususnya pak Wid dan pak Gun
8. Seluruh kerabatku alumni SMU 70, Fakultas Ekonomi UII, Palafne D-3 Ekonomi UGM, Sande Monink Filsafat UGM, komunitas Buku Jogja, dan yang pernah mengenalku meskipun hanya sesaat yang maaf tidak dapat disebutkan satu per satu karena ada sebuah keterbatasan. Hanya dengan bertemu kalianlah proses mempelajari berbagai hal tidak pernah membosankan
9. BRI Syariah Jogjakarta, semua penulis yang memperbolehkan karyanya dikutip untuk dijadikan referensi, dan seluruh pihak yang telah memfasilitasi proses penyusunan skripsi ini.

Semoga kemurahan hati mereka dalam berbagi memiliki manfaat yang membangun dan diberikan berkah yang tak kunjung henti oleh Allah SWT.

Tidak menutup kemungkinan terjadi banyak kekeliruan di dalam tulisan ini meskipun penulis sudah berusaha untuk meminimalisir, oleh sebab itu saran serta kritikan yang konstruktif akan sangat membantu. Penulis berharap karya yang sederhana ini tidak hanya bermanfaat untuk beberapa pihak melainkan setiap orang yang sadar akan pentingnya ilmu pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatu

Jogjakarta,.....

Penulis

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN SAMPUL DEPAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Batasan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	11

BAB II. KAJIAN PUSTAKA

2.1	Landasan Teori.....	12
2.1.1	Pengertian Jasa.....	12
2.1.2	Karakteristik Jasa.....	14
2.1.3	Pengertian Kualitas.....	16
2.1.4	Manfaat Penerapan Kualitas.....	19
2.1.5	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas.....	22
2.1.6	Dimensi Kualitas Layanan.....	22
2.1.7	Dimensi Kualitas Layanan Perbankan Syariah.....	24
2.2	Hasil Penelitian Terdahulu.....	25

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1	Lokasi Penelitian.....	27
3.2	Alat Analisis Data.....	27
3.3	Data yang Diperlukan.....	27
3.4	Metode Pengambilan Data.....	28
3.5	Populasi dan Pengambilan Sampel.....	29
3.6	Uji Instrumen Alat Pengumpul Data.....	31

BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Perusahaan.....	34
-----	--------------------------	----

4.1.1	Sejarah Berdirinya BRI.....	34
4.1.2	Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan.....	37
4.1.3	Aspek Manajemen.....	38
4.2	Uji Instrumen Penelitian.....	40
4.3	Analisis Deskriptif.....	43
4.4	Analisis Kuantitatif.....	46
4.5	Pembahasan	65
BAB V.	KESIMPULAN DAN SARAN	68
5.1	Kesimpulan	68
5.2	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA		
DAFTAR LAMPIRAN		



DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
2.1 Perbandingan Filosofis Kualitas.....	18
4.1 Hasil Uji Validitas.....	41
4.2 Hasil Pengujian Reabilitas.....	42
4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	44
4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia.....	44
4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	45
4.6 Hasil Rekapitulasi Analisis Harapan.....	47
4.7 Hasil Rekapitulasi Analisis Persepsi.....	48
4.8 Analisis Gap Dimensi <i>Complaine</i>	50
4.9 Analisis Gap Dimensi <i>Assurance</i>	50
4.10 Analisis Gap Dimensi <i>Reability</i>	51
4.11 Analisis Gap Dimensi <i>Tangibles</i>	52
4.12 Analisis Gap Dimensi <i>Emphaty</i>	52
4.13 Analisis Gap Dimensi <i>Responsiveness</i>	53
4.14 Hasil Rekapitulasi Analisis GAP.....	53

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
3.1 Struktur Organisasi.....	38



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perbankan syariah pertama kali muncul di Mesir tanpa menggunakan embel-embel Islam. Hal itu disebabkan oleh adanya kekhawatiran rezim yang berkuasa saat itu akan melihatnya sebagai gerakan fundamentalis. Pemimpin perintis usaha ini Ahmad El Najjar, mengambil bentuk sebuah bank simpanan yang berbasis *profit sharing* (pembagian laba) di kota Mit Ghamr pada tahun 1963. Eksperimen ini berlangsung hingga tahun 1967, dan saat itu sudah berdiri 9 bank dengan konsep serupa di Mesir. Bank-bank ini, yang tidak memungut maupun menerima bunga, sebagian besar berinvestasi pada usaha-usaha perdagangan dan industri secara langsung dalam bentuk *partnership* dan membagi keuntungan yang didapat dengan para penabung.

Masih di negara yang sama, pada tahun 1971, *Nasir Social bank* didirikan dan mendeklarasikan diri sebagai bank komersial bebas bunga. Walaupun dalam akta pendiriannya tidak disebutkan rujukan kepada agama maupun syariat Islam.

Islamic Development Bank (IDB) kemudian berdiri pada tahun 1974 disponsori oleh negara-negara yang tergabung dalam Organisasi Konferensi

Islam, walaupun utamanya bank tersebut adalah bank antar pemerintah yang bertujuan untuk menyediakan dana untuk proyek pembangunan di negara-negara anggotanya. IDB menyediakan jasa finansial berbasis *fee* dan *profit sharing* untuk negara-negara tersebut dan secara eksplisit menyatakan diri berdasar pada syariah Islam.

Dibelahan negara lain pada kurun 1970-an, sejumlah bank berbasis Islam kemudian muncul. Di Timur Tengah antara lain berdiri *Dubai Islamic Bank* (1975), *Faisal Islamic Bank of Sudan* (1977), *Faisal Islamic Bank of Egypt* (1977) serta *Bahrain Islamic Bank* (1979). Di Asia-Pasifik, *Phillipine Amanah Bank* didirikan tahun 1973 berdasarkan dekrit presiden, dan di Malaysia tahun 1983 berdiri *Muslim Pilgrims Savings Corporation* yang bertujuan membantu mereka yang ingin menabung untuk menunaikan ibadah haji.

Di Indonesia pelopor perbankan syariah adalah Bank Muamalat Indonesia. Berdiri tahun 1991, bank ini diprakarsai oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan pemerintah serta dukungan dari Ikatan Cendekiawan Muslim Indonesia (ICMI) dan beberapa pengusaha muslim. Bank ini sempat terimbas oleh krisis moneter pada akhir tahun 90-an sehingga ekuitasnya hanya tersisa sepertiga dari modal awal. IDB kemudian memberikan suntikan dana kepada bank ini dan pada periode 1999-2002 dapat bangkit dan menghasilkan

laba. Saat ini keberadaan bank syariah di Indonesia telah di atur dalam Undang-undang yaitu UU No. 10 tahun 1998 tentang Perubahan UU No. 7 tahun 1992 tentang Perbankan.

Hingga tahun 2007 terdapat 3 institusi bank syariah di Indonesia yaitu Bank Muamalat Indonesia, Bank Syariah Mandiri dan Bank Mega Syariah. Sementara itu bank umum yang telah memiliki unit usaha syariah adalah 19 bank diantaranya merupakan bank besar seperti Bank Negara Indonesia (Persero) dan Bank Rakyat Indonesia (Persero). Sistem syariah juga telah digunakan oleh Bank Perkreditan Rakyat, saat ini telah berkembang 104 BPR Syariah.

Laju pertumbuhan perbankan syariah di tingkat global tidak diragukan lagi. Aset lembaga keuangan syariah di dunia diperkirakan mencapai 250 miliar dollar AS, tumbuh rata-rata lebih dari 15 persen per tahun. Di Indonesia, volume usaha perbankan syariah selama lima tahun terakhir rata-rata tumbuh 60 persen per tahun.

Tahun 2005, perbankan syariah Indonesia membukukan laba Rp 238,6 miliar, meningkat 47 persen dari tahun sebelumnya. Meski begitu, Indonesia yang memiliki potensi pasar sangat luas untuk perbankan syariah, masih tertinggal jauh di belakang Malaysia. Tahun lalu, perbankan syariah Malaysia mencetak profit lebih dari satu miliar ringgit (272 juta dollar AS). Akhir Maret

2006, aset perbankan syariah di negeri jiran ini hampir mencapai 12 persen dari total aset perbankan nasional.

Di Indonesia, aset perbankan syariah periode Maret 2006 baru tercatat 1,40 persen dari total aset perbankan. Bank Indonesia memprediksi, akselerasi pertumbuhan perbankan syariah di Indonesia baru akan dimulai tahun ini. Hasil penelitian dan permodelan potensi serta preferensi masyarakat terhadap bank syariah yang dilakukan BI tahun lalu menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap perbankan syariah. Namun, sebagian besar responden mengeluhkan kualitas pelayanan, termasuk keterjangkauan jaringan yang rendah.

Kecenderungan pertumbuhan ekonomi sebuah negara saat ini tidak selalu ditopang oleh tingkat produktivitas suatu barang tertentu. Di negara-negara industri, manufaktur tidak lagi menjadi hal yang pertama. Amerika Serikat, 80% dari tenaga kerjanya berkecimpung dalam sektor jasa, di Jepang 75%, dan proporsi pekerjaan di Eropa untuk industri jasa adalah 72%. Secara otomatis angka-angka tersebut telah memposisikan industri jasa sebagai kekuatan ekonomi yang dominan dalam dunia industri saat ini.

Perbankan sebagai suatu lembaga intermediasi keuangan yang paling penting merupakan salah satu motor utama perekonomian yang berkecimpung dan menekankan operasinya di bidang jasa. Menempatkan diri sebagai mediator yang menjadi indikator perbankan termasuk dalam kategori ini.

Menyediakan tempat untuk menipkan uang dengan aman dan menyediakan alat pembayaran untuk transaksi adalah fungsi dasar sebuah bank. Sebagai mediator, bank dituntut untuk selalu inovatif dalam memperlakukan pelanggannya. Kemajuan ilmu pengetahuan, teknologi informasi dan komunikasi, dan persepsi dunia yang seragam terhadap kehidupan yang lebih baik yang mengharuskan bukan hanya bank bahkan setiap perusahaan untuk lebih kritis atas keinginan konsumen.

Berbicara mengenai jasa berarti menyinggung tentang pelayanan yang menyangkut interaksi beberapa pihak. Tentu saja konsumen merupakan pihak yang vital yang mendapat perhatian lebih dalam hubungan ini. Sama seperti kegiatan-kegiatan ekonomi lain yang secara langsung ataupun tidak berkaitan dengan konsumen, disadari atau tidak kepentingan konsumen selalu diunggulkan walaupun biasanya tersirat melalui sebuah produk yang tahan lama, praktis, atau mungkin barang sekali pakai.

Setiap orang mempunyai berbagai kisah favorit mengenai pelayanan yang buruk. Mengapa anda tidak dapat memperoleh perbaikan mobil anda secara tepat pada saat pertama kali, atau kapan terakhir kali anda mendapatkan pelayanan yang memuaskan pada beberapa perjalanan dengan pesawat terbang atau kereta api? Pertanyaan-pertanyaan seperti inilah yang perlu ditelaah sebab-musababnya untuk kemudian ditindaklanjuti. Masalah pelayanan yang jelek

menjadi semacam kebiasaan, dan kebanyakan dari masalah ini dapat langsung dikaitkan dengan cara memproduksi jasa suatu perusahaan.

Pada dasarnya perusahaan hanyalah perantara antara sumber faktor produksi dengan konsumen. Konsumen memiliki kebutuhan dan keinginan, mewujudkannya untuk menjadi sebuah kenyataan sesuai dengan harapan mereka adalah tugas perusahaan. Sebuah perusahaan khususnya jasa dapat memenangkan persaingan dengan menyampaikan secara konsisten layanan yang bermutu lebih tinggi dibandingkan para pesaing dan yang lebih tinggi daripada harapan pelanggan. Harapan-harapan itu dibentuk oleh pembicaraan dari mulut ke mulut dan pengalaman masa lalu. Setelah menerima jasa, pelanggan membandingkan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan. Jika jasa yang dialami memenuhi atau melebihi harapan, mereka akan menggunakan penyedia jasa itu lagi. Jika jasa yang dialami berada di bawah jasa yang diharapkan maka pelanggan akan meninggalkannya. Konsumen adalah nyawa bagi sebuah badan bisnis dan bagaimana menjaga agar hubungan timbal balik ini tetap langgeng bukan pekerjaan yang mudah bagi perusahaan, baik manufaktur maupun jasa.

Dalam perkembangannya bank tidak hanya beroperasi menjalankan fungsi dasarnya melainkan memberikan berbagai paket pelayanan yang lebih variatif atas kebutuhan-kebutuhan konsumen yang memerlukan kemudahan. Kredit usaha, kepemilikan rumah, mobil, dan akses pembayaran rekening

listrik dan telpon adalah beberapa produk yang bisa diperoleh melalui bank. Seluruh rangkaian produk ini ditujukan tidak hanya untuk memperoleh nasabah tetapi juga untuk mengimbangi bank-bank lain dalam suatu kondisi persaingan yang ketat. Setiap bank memiliki strateginya sendiri sebagai upaya mendapatkan sebuah kedudukan penting di pasar. Strategi tidak dapat berdiri sendiri, setelah strategi yang diterapkan tepat mengenai sasaran diperlukan sebuah alat yang bisa memeliharanya.

Kualitas adalah media yang tepat yang dapat digunakan sebagai pagar untuk menjaga keberhasilan sebuah perusahaan dalam memenangkan pasar yang juga dapat digunakan sebagai strategi untuk memperoleh pasar baru. Hasil sebuah survey yang diungkapkan Al-Ries (1993) dalam Majalah Manajemen (2003) terhadap para manajer di Amerika, sebanyak 80% berpendapat bahwa kualitas akan menjadi sumber fundamental keunggulan bersaing abad 21. Sedangkan ketika 455 manajer senior pada industri elektronika ditanya apa yang menjadi faktor utama keberhasilan bersaing, kualitas merupakan jawaban yang menduduki tingkat pertama. Sebesar 87% menempatkan kualitas sebagai faktor terpenting keberhasilan perusahaan mereka.

Selain itu kualitas berfungsi untuk mencegah kerugian yang timbul akibat kekecewaan konsumen. Rasa kecewa ini muncul ketika ada ketidakcocokan antara harapan dan kenyataan. Hal ini bisa mengakibatkan

reaksi yang tidak menguntungkan. Konsumen dapat berpindah ke produsen lain atau memuat pernyataan di media massa yang dapat menurunkan citra perusahaan. Kondisi seperti ini dapat ditanggulangi dengan cara mengalihkan tanggungan beban kerugian yang diderita konsumen yang biasa disebut sebagai biaya penanggungan kualitas (*quality assurance cost*). Contoh, ketika sebuah perusahaan pengiriman barang menerima *complain* atas sebuah keterlambatan pengiriman yang sangat penting. Untuk memulihkan kepercayaan pelanggan, langkah yang bisa diambil adalah memberikan pelayanan cuma-cuma untuk beberapa transaksi berikutnya. Jika kebijakan pengalihan beban tersebut tidak dilakukan maka perusahaan akan kehilangan pelanggan dan kesempatan memperoleh pelanggan baru.

Salah satu nilai utama yang diharapkan pelanggan dari para produsen adalah kualitas produk dan pelayanan yang tinggi. Kualitas bukanlah sekedar nilai pendamping melainkan komponen yang harus dijadikan prioritas. Kenyataan ini dikarenakan adanya hubungan yang erat antara kualitas dan pelayanan, kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan. Kualitas yang dikelola secara seksama akan memberikan dampak positif kepada bisnis melalui dua cara, yaitu dampak terhadap biaya produksi dan dampak terhadap pendapatan. John F. Welch, Jr – direktur *General Electric* – mengatakan, “kualitas merupakan jaminan terbaik kita atas kesetiaan pelanggan, pertahanan terkuat kita dalam menghadapi persaingan asing, dan satu-satunya jalan menuju

pertumbuhan dan pendapatan yang langgeng”. Semakin tinggi tingkat kualitas menyebabkan semakin tinggi kepuasan pelanggan yang hasil akhirnya mendongkrak profitabilitas.

Melihat kedudukan kualitas yang begitu penting bagi suatu lembaga bisnis dan merupakan trend dalam era industrialisasi yang semakin kompetitif saat ini, maka dalam kesempatan ini penulis mencoba melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas khususnya di bidang pelayanan. Judul yang diambil untuk mewakili topik ini adalah: **“Evaluasi Kinerja Kualitas Pelayanan, Studi Kasus pada Kantor Cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah di Jl. K. H Achmad Dahlan, Jogjakarta”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian tersebut, maka pokok permasalahan yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. diantara kinerja pelayanan yang telah dilakukan perusahaan, menurut persepsi nasabah bagian manakah yang dirasa kurang?
2. sejauh manakah upaya yang telah dilakukan perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan faktor apa saja yang menjadi kendala dalam proses penyampaian pelayanan bagi perusahaan?

1.3 Batasan Masalah

Mengingat pembahasan tentang kualitas bukanlah permasalahan dalam lingkup kecil, maka agar dapat lebih fokus terhadap objek yang akan diteliti serta data yang akan dikumpulkan untuk dibahas dipergunakan batasan masalah sebagai berikut:

1. lokasi penelitian adalah Kantor Cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah di Jl. K.H Achmad Dahlan Jogjakarta
2. objek penelitian adalah nasabah bank yang bersangkutan yang sering berkunjung, dalam hal ini umur dan jenjang pendidikan hanya sebagai data pendukung tidak dipergunakan sebagai batasan dengan asumsi setiap konsumen – siapa dan apa pun statusnya – memiliki konsep kenyamanan masing-masing terhadap pelayanan.

1.4 Tujuan Penelitian

Diselenggarakannya penelitian tentang kualitas pelayanan ini adalah dalam rangka:

1. untuk mengetahui sejauh mana kinerja perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan diterima nasabah
2. untuk mengetahui komitmen perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan apa yang menyebabkan program peningkatan kualitas pelayanan yang telah disusun tidak tersampaikan sesuai target.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah dapat memberi faedah bagi beberapa pihak, antara lain:

1. Bagi Perusahaan

Informasi yang dihasilkan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan pendamping atau referensi tambahan dari data-data perusahaan yang sudah ada dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan

2. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat dijadikan media untuk lebih mengetahui gambaran riil tatanan kerja sebuah perusahaan khususnya di bidang jasa beserta permasalahannya dan sebagai sarana penerapan ilmu pengetahuan

3. Bagi Pihak Tekait Lain

Hasil dari penelitian ini bisa digunakan sebagai tambahan wacana bagi siapa saja yang sekedar ingin mengetahui atau mengkajinya secara lebih lanjut mengenai perusahaan jasa terutama dalam hal kualitas pelayanan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Jasa

Pemahaman yang lebih mendalam terhadap pengertian jasa dan lingkup disekitarnya merupakan hal penting yang sangat membantu perusahaan dalam mencapai suatu kedudukan kompetitif di pasar. Ada beberapa situasi yang terkadang menjadi kendala untuk memetakan antara apa yang disebut dengan menghasilkan jasa murni dan bukan jasa atau biasa disebut produk. Tidak sedikit dari sekian banyak perusahaan yang memproduksi keduanya dalam satu rangkaian sebagai penunjang satu sama lain. Sebagai contoh, pabrik otomotif menyediakan berbagai jasa tambahan untuk melengkapi strategi penjualan yang mereka lakukan. Tambahan jasa tersebut biasanya berwujud asuransi, perbaikan, jaminan dan sebagainya. Berbeda dengan penghasil barang murni seperti perusahaan pertambangan, pabrik kertas, plastik dan perusahaan yang memproduksi barang sejenis lainnya. Letak perbedaan itu dapat dilihat dari intensitas komunikasi langsung dengan pelanggan. Richard Chase tahun 1978 (Roger G Schroeder, 1993, hlm. 21) berpendapat bahwa :

“Perusahaan-perusahaan jasa dapat diklasifikasikan berdasarkan presentase lama kontak langsung dengan pelanggan, saat produk tersebut diproduksi. Penghasil barang murni nilai kontaknya 0%, sedangkan penghasil jasa murni nilai kontaknya 100%”.

Jasa sendiri memiliki berbagai pengertian yang hasil akhirnya mengacu pada proses interaksi yang melibatkan beberapa pihak secara langsung. Tetapi dalam mendefinisikannya tidak jarang terjadi sedikit kekeliruan meskipun sesungguhnya mendekati benar. Sebagian besar definisi jasa menekankan pada ketidakmampuan jasa untuk diraba (*intangible*) sebagai kebalikan dari kemampuan bisa diraba (*tangible*) dari suatu barang. Ini suatu hasil pemikiran yang tidak memuaskan sebab tidak mengatasi sifat fundamental jasa. Sebuah pandangan yang lebih baik adalah bahwa jasa merupakan sesuatu yang diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Philip Kotler (2002, hlm. 486) menjelaskan :

“Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik”.

Selain itu Normann tahun 1984 (Roger G Schroeder, 1993, hlm. 139) mengemukakan :

“Jasa terdiri dari tindakan dan interaksi yang merupakan kontak sosial. Jasa lebih dari sekedar hasil sesuatu yang tak terlihat; jasa merupakan interaksi sosial antara produsen dan konsumen”.

Jadi, jasa tidak pernah ada karena hasilnya hanya dapat dilihat atau dirasakan setelah terjadi sebagai sebuah kenyataan. Jika seseorang berkunjung ke rumah sakit untuk berobat, jasa dikonsumsi ketika diproduksi, tetapi hasil atau pengaruhnya akan tampak dan berakhir beberapa waktu kemudian.

2.1.2 Karakteristik Jasa

Menurut Philip Kotler (2002, hlm 488) jasa memiliki empat karakter utama, yaitu:

1. *Intangible*

Jasa bersifat tidak berwujud. Tidak seperti halnya produk fisik, jasa tidak dapat dilihat, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, para pembeli akan mencari tanda atau bukti dari mutu jasa. Mereka akan menarik kesimpulan mengenai mutu jasa dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, simbol, dan harga yang mereka lihat. Oleh karena itu, tugas penyedia jasa adalah "mengelola bukti itu", untuk "mewujudkan yang tidak berwujud"

2. *Inseparability*

Jasa tidak terpisahkan. Umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan. Tidak seperti barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan melalui berbagai penjual, dan kemudian baru dikonsumsi. Jika seseorang memberikan pelayanan, maka penyediannya merupakan bagian dari jasa itu. Karena klien juga hadir saat jasa itu dilakukan, interaksi penyedia-klien merupakan ciri khusus pemasaran jasa. Baik penyedia maupun klien mempengaruhi hasil jasa

3. *Variability*

Karena tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu diberikan, jasa sangat bervariasi. Beberapa dokter memiliki perawatan yang sempurna dan sangat baik dengan anak-anak; yang lain lebih lugas dan kurang sabar. Beberapa ahli bedah memiliki catatan prestasi keberhasilan dalam melakukan jenis operasi tertentu; ahli bedah lain kurang berhasil dalam bidang tersebut. Pembeli jasa menyadari keragaman yang tinggi itu dan sering membicarakannya dengan orang lain sebelum memilih seorang penyedia jasa

4. *Perishability*

Jasa tidak dapat disimpan. Sebagian dokter memungut banyak kepada pasien atas pertemuan yang tidak dipenuhi karena nilai jasa itu hanya ada pada saat itu. Sifat jasa mudah lenyap (*perishability*) tidak masalah jika permintaan tetap. Jika permintaan berfluktuasi, perusahaan jasa menghadapi masalah yang rumit. Contohnya, perusahaan transportasi umum harus memiliki lebih banyak kendaraan karena adanya permintaan pada jam sibuk, dibandingkan jika permintaannya cukup merata sepanjang hari.

2.1.3 Pengertian Kualitas

Secara sederhana kualitas dapat dipandang sebagai keinginan pelanggan yang mungkin selama ini paling kurang dikelola. Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk seperti performansi (*performance*), mudah dalam penggunaan (*ease of use*), keandalan (*reability*), estetika (*esthetics*), dan sebagainya. Sedangkan definisi yang lebih strategik adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*). Contoh, sebuah salon terkemuka memberikan pelayanan konsultasi gratis kepada konsumennya pada hari dan jam khusus, tetapi yang diinginkan pelanggan adalah pelayanan yang ramah yang memungkinkan terjadi konsultasi di setiap transaksi. Sebuah produk – barang maupun jasa – tidak dapat dikatakan berkualitas jika tidak memenuhi standar klasifikasi pelanggan. W. Edward Deming (Zulian Yamit, 2001, hlm 7) berpendapat:

“Kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen”.

Banyak pakar di bidang kualitas yang mencoba menguraikan kualitas berdasarkan perspektif masing-masing. Menurut filsafat Jepang kualitas adalah “*zero defect*”, mengerjakan pertama kali dengan benar. Konsep ini pertama kali dikembangkan oleh Philip B. Crosby, mantan wakil presiden korporat dan direktur pengendalian mutu perusahaan ITT. Crosby mengusulkan “*zero*

defect” (kerusakan nol) sebagai tujuan kualitas. Philip B. Crosby (*ibid*, hlm 7) menyatakan:

“Kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan”.

Sedangkan J. M. Juran (Amin Widjaja Tunggal, 1993, hlm 58) mendefinisikan:

“Kualitas sebagai *Fitness for Use* yang berarti bahwa pemakai suatu produk atau jasa harus dapat dipenuhi seperti apa yang mereka butuhkan atau inginkan”.

Fitness for Use mempunyai 5 dimensi utama, yaitu: “*Quality of Design*”; adalah apa yang membedakan kendaraan Rolls Royce dengan Chevrolet dan mencakup konsep disain dan spesifikasinya. “*Quality of Conformance*”; merefleksi perbandingan antara produk aktual dan disain yang dimaksudkan dan dipengaruhi oleh pemilihan proses, kemampuan untuk memegang toleransi, pelatihan tenaga kerja dan supervisi, serta ketaatan pada program pengujian. “*Availability*”; merupakan kebebasan suatu produk terhadap masalah yang mengganggu dan merefleksi, baik *reliability* (probabilitas kegagalan) dan *maintainability* (kecepatan atau kemudahan separasi). “*Safety*”; dapat dinilai dengan mengkalkulasi resiko kecelakaan karena bahaya produk. Dan yang terakhir “*Field Use*”; merupakan suatu kesesuaian dan kondisi produk setelah produk tersebut mencapai tangan pelanggan yang dipengaruhi oleh pengemasan, transportasi, penyimpanan, dan kompetensi, serta ketepatan pada pelaporan lapangan.

Untuk lebih jelasnya di bawah ini disajikan tabel perbandingan filosofis ketiga guru kualitas tersebut.

Tabel 2.1

Perbandingan Filosofis Kualitas

	Crosby	Deming	Juran
Definisi kualitas	Kesesuaian dengan persyaratan	Derajat keseragaman produk yang bias diprediksi dan tergantung pada biaya rendah dan pasar	Kesesuaian dengan penggunaan (memuaskan kebutuhan konsumen)
Derajat pertanggungjawaban manajemen senior	Tanggung jawab terhadap kualitas	Tanggung jawab 94% masalah kualitas	Kurang dari 20% masalah kualitas ada pada pekerja
Standar kinerja/inovasi	<i>Zero defect</i>	Pengukuran kualitas dengan skala ukuran statistik, bukan <i>zero defect</i>	Menghindari kampanye dalam mengerjakan pekerjaan sempurna
Pendekatan umum	Pencegahan, bukan inspeksi	Mengurangi variabilitas dengan perbaikan kualitas	Pendekatan manajemen umum, khususnya elemen SDM
Struktur	14 langkah perbaikan kualitas	14 poin untuk manajemen	10 langkah perbaikan kualitas
Pengendalian proses statistik (SPC)	100% kualitas sempurna	Pengendalian kualitas dengan metode statistik	Merekomendasi pengendalian proses statistik
Dasar perbaikan	Proses, bukan pada perbaikan hasil	Terus-menerus mengurangi variasi kualitas	Pendekatan tim proyek demi proyek, mengatur hasil
Kerja tim	Tim atau dewan perbaikan kualitas	Partisipasi pekerja dalam pengambilan keputusan	Pendekatan tim dan siklus kualitas

Biaya kualitas	Biaya yang tidak sesuai, kualitas adalah bebas biaya	Tidak optimum, perbaikan terus-menerus	Kualitas tidak bebas dan tidak optimum
Tingkatan vendor	Ada	Tidak ada, kritis terhadap keseluruhan sistem	Ya, tetapi membantu perbaikan pemasok

Sumber: Chase, et al. 2004. (Nursya'bani Purnama, 2006, hlm 10)

Berdasar definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa definisi kualitas bersumber dari dua sisi, produsen dan konsumen. Produsen menentukan persyaratan atau spesifikasi kualitas, sedangkan konsumen menentukan kebutuhan dan keinginan. Pendefinisian akan akurat jika produsen mampu menterjemahkan kebutuhan dan keinginan atas produk kedalam spesifikasi produk yang dihasilkan.

2.1.4 Manfaat Penerapan Kualitas

Menurut Russel tahun 1996 (*ibid*, hlm 2) kualitas memiliki beberapa peran penting bagi perusahaan dalam konteks persaingan, yaitu:

1. Meningkatkan reputasi perusahaan

Perusahaan yang mampu menghasilkan produk berkualitas dan bisa diterima masyarakat, sebutan sebagai perusahaan yang mengedepankan kualitas akan melekat pada perusahaan tersebut. Jika hal ini dapat

dipertahankan secara konsisten, reputasi perusahaan tersebut akan meningkat di mata konsumen

2. Kualitas akan menurunkan biaya

Peningkatan kualitas yang dilakukan perusahaan seringkali mengakibatkan pembengkakan biaya atau antara peningkatan kualitas dengan biaya memiliki korelasi searah. Jika demikian yang terjadi, bisa diduga biaya pengembangan produk akan besar. Efek selanjutnya adalah produk harus diberi harga mahal. Hal ini terjadi karena perusahaan tidak melibatkan konsumen dalam menentukan ukuran kualitas produk. Mestinya perusahaan berorientasi pada kepuasan konsumen dengan terlebih dahulu mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, baru kemudian menterjemahkannya ke dalam spesifikasi produk. Langkah seperti ini akan menghemat biaya karena produk diterima baik oleh konsumen

3. Kualitas meningkatkan pangsa pasar

Konsumen saat ini semakin rasional yang hanya akan memilih produk berkualitas dengan harga yang wajar atau bahkan rendah. Jika perusahaan mampu memenuhi kualitas produk dengan harga rendah, pangsa pasar akan meningkat

4. Pertanggungjawaban produk

Pencapaian kualitas produk yang diterima konsumen akan membawa implikasi meningkatnya budaya kualitas perusahaan. Perusahaan yang telah menghasilkan produk berkualitas dan diterima konsumen, akan selalu berusaha menunjukkan pertanggungjawaban dan mempertahankan kualitas dengan cara menentukan disain, proses, dan penyampaian produk

5. Kualitas memiliki dampak internasional

Kualitas telah menjadi bahasa bisnis global. Jika kualitas produk diterima konsumen dan mampu dipertahankan secara konsisten dan kontinyu, maka akan membawa dampak semakin dikenalnya produk tersebut dalam lingkup yang semakin luas di tingkat internasional

6. Penampilan produk atau layanan

Produk akan mudah dikenal konsumen jika kualitas produk telah teruji dari waktu ke waktu. Produk yang mampu secara konsisten memenuhi keinginan konsumen, maka konsumen akan semakin akrab, percaya, dan familiar dengan produk tersebut. Jika hal itu telah tercipta, penampilan produk atau layanan tersebut akan menjadi ikon yang menjadi daya tarik

7. Mewujudkan kualitas yang dinilai penting

Idealnya penentuan spesifikasi produk dilakukan setelah mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta atribut

produk yang dinilai penting oleh konsumen. Dengan demikian perusahaan yang terobsesi terhadap kualitas hanya akan mewujudkan kualitas yang dinilai penting oleh konsumen.

2.1.5 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas

Menurut Zulian Yamit (1996, hlm. 339) secara khusus faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pasar atau tingkat persaingan
2. Tujuan organisasi (*organizational objective*)
3. Testing produk (*product testing*)
4. Desain produk (*product design*)
5. Proses produksi (*production process*)
6. Kualitas input (*quality of inputs*)
7. Perawatan perlengkapan (*equipment maintenance*)
8. Standar kualitas (*quality standard*)
9. Umpan balik konsumen (*customer feedback*).

2.1.6 Dimensi Kualitas Layanan

Wyckof dalam Lovelock tahun 1988 (Nursya'bani Purnama, 2006, hlm 19) memandang:

“Kualitas layanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen”.

Sedangkan menurut Parasuraman, et al. 1988. (*ibid*):

“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 layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan”.

Gronroos tahun 1990 (*ibid*, hlm 20) menyatakan bahwa kualitas layanan meliputi:

1. Kualitas fungsi, yang menekankan bagaimana layanan dilaksanakan, terdiri dari dimensi kontak dengan konsumen, sikap dan perilaku, hubungan internal, penampilan, kemudahan akses, dan *service mindedness*
2. Kualitas teknis dengan kualitas output yang dirasakan konsumen, meliputi harga, ketepatan waktu, kecepatan layanan, dan estetika output
3. Reputasi perusahaan, yang dicerminkan oleh citra perusahaan dan reputasi di mata konsumen.

Zeithaml, Berry, dan Parasuraman (Philip Kotler, 2002, hlm. 498) mengungkapkan bahwa ada lima penentu kualitas layanan. Kelimanya disajikan secara berturut-turut berdasarkan tingkat kepentingannya, yaitu:

1. Keandalan, kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya
2. Daya tanggap, kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat
3. Kepastian, pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan
4. Empati, kesediaan untuk peduli, memberi perhatian lebih pribadi kepada pelanggan
5. Berwujud, penampilan fasilitas fisik, peralatan, petugas, dan materi komunikasi.

2.1.7 Dimensi Kualitas Layanan Perbankan Syariah

Secara umum para peneliti menggunakan acuan 5 dimensi kualitas layanan yang dikembangkan oleh Parasuraman dan kawan-kawan. Namun dimensi kualitas layanan tersebut bersifat general, sehingga jika diterapkan pada perusahaan yang memiliki karakter spesifik diperlukan modifikasi, misalnya untuk kasus perbankan syariah. Berdasarkan hal tersebut Othman dan Owen (2001) menyodorkan dimensi CARTER untuk mengukur kualitas layanan perbankan Islam yang dikembangkan dari konsep SERVQUAL, dengan tambahan dimensi *Compliance* yang berupa prinsip dan hukum Islam.

Sedangkan dimensi yang lain sama dengan dimensi dalam SERVQUAL. CARTER terdiri dari 6 dimensi kualitas layanan, yaitu: *Compliance*, *Assurance*, *Reability*, *Tangibles*, *Empathy*, dan *Responsiveness*.

2.2 Hasil Penelitian Terdahulu

Penelitian yang mengangkat topik serupa sebelumnya pernah juga dilakukan oleh salah satu mahasiswi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia angkatan 1998. Hasil yang diperoleh dari penelitian saudara Naniek Nurhayati yang diberi judul “Analisis Kualitas Pelayanan dengan *Model House of Quality* pada Distrik Telekomunikasi Daerah Istimewa Jogjakarta” adalah sebagai berikut:

1. Lokasi penelitian dilakukan pada kantor Telekomunikasi Indonesia yang dalam kasus ini adalah Distrik Telekomunikasi DI Jogjakarta pada divisi Pelayanan Telekomunikasi (Yantel)
2. Sampel yang diteliti adalah 100 pelanggan yang mendatangi Yantel Distrik Telekomunikasi DI Jogjakarta
3. Alat analisis yang digunakan adalah *Model House of Quality*
4. Hasil penelitian

Dari analisis deskriptif pada Yantel Distrik Telekomunikasi DI Jogjakarta berdasar Tabel Distribusi Gap pada harapan dan persepsi, responden menilai variabel *tangibles* memiliki nilai paling tinggi. Sehingga dapat

ditarik kesimpulan bahwa pelanggan sudah merasakan kepuasan dari pelayanan yang diberikan oleh Yantel Distrik Telekomunikasi DI Jogjakarta atau rata-rata tingkat kepuasan pelanggan adalah baik.



BAB III

METODE PENELITIAN

Agar penelitian dapat dilakukan secara terarah maka diperlukan metode dalam mengumpulkan data. Metode tersebut antara lain:

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah di Jl. K.H Achmad Dahlan Jogjakarta.

3.2 Alat Analisis Data

Penelitian ini menggunakan metode SERVQUAL yang kemudian dikembangkan ke bentuk CARTER. Instrumen yang digunakan untuk mengukur kualitas layanan adalah daftar pertanyaan tertulis yang disebarakan kepada konsumen.

3.3 Data yang Diperlukan

a. Data primer

Adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat pertama kalinya untuk menjawab pertanyaan penelitian tertentu. Data tentang kualitas pelayanan terbagi dalam lima dimensi, yaitu: faktor fisik (*tangibles*), keandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*),

empati (*empathy*), dan untuk kasus perbankan Islam ditambah satu komponen yaitu *compliance* yang berupa prinsip dan hukum Islam.

b. Data sekunder

Adalah data yang diperoleh dari perusahaan tentang gambaran umum perusahaan dan dengan melakukan studi pustaka yang berkaitan langsung mengenai masalah tingkat kualitas pelayanan dengan maksud agar mengetahui teori-teori yang berhubungan dengan judul skripsi.

3.4 Metode Pengambilan Data

a. Untuk data primer

Data ini diperoleh dengan cara :

1) Observasi

Pengumpulan data yang diperoleh dengan cara mengadakan pengamatan secara langsung terhadap fenomena yang diteliti.

2) Kuisisioner

Pengumpulan data yang diperoleh dengan menyusun daftar pertanyaan mengenai masalah-masalah yang akan diteliti dan meminta jawaban secara tertulis dari para responden. Dalam hal ini tentang harapan dan tanggapan responden yang berkaitan dengan tingkat kualitas pelayanan.

3). Interview

Memperoleh data dengan melakukan komunikasi langsung dengan responden penelitian. Metode wawancara ini dengan cara mengadakan tanya jawab langsung dengan karyawan BRI Syariah.

b. Untuk data sekunder

Data ini diperoleh dengan cara :

1) Kepustakaan

Pengumpulan data dengan cara membaca atau mempelajari buku-buku referensi.

2) Dokumentasi

Pengumpulan data dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data atau dokumen-dokumen milik perusahaan.

3.5 Populasi dan Pengambilan Sampel

a. Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian kelompok yang mewakili jumlah populasi objek penelitian. Sampel yang dipakai dapat mewakili dan mencerminkan populasi

yang ada. Metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah *Convenience Random Sampling* yang merupakan teknik memilih anggota populasi yang paling mudah untuk dimintai informasi (Singarimbun dan Effendi, 1989).

Rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya sampel adalah:

$$n = \left[\frac{Z_{1/2\alpha} \cdot \delta}{E} \right]^2$$

keterangan: n = jumlah sampel yang diperlukan

Z = *coefficient confidence* atau luas kurva normal standar (dapat dilihat pada tabel Z)

α = tingkat kepercayaannya yang digunakan

δ = standar deviasi populasi

E = besarnya kesalahan yang diterima

Penentuan sampel dalam penelitian ini menggunakan taraf nyata α 5%, maka $Z_{1/2\alpha} = 0.05/2$, $Z = 0.025$. Jadi daerah antara 0 sampai Z adalah $0.5 - 0.025 = 0.475$, yang berarti $Z = 1.96$. Standar deviasi yang digunakan adalah 0.5, dan besarnya penyimpangan yang digunakan adalah 10%.

Maka perhitungannya adalah:

$$n = \left[\frac{1.96(0.5)}{0.10} \right]^2$$
$$= 96.04$$

Dibulatkan menjadi 100, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 orang.

3.6 Uji Instrumen Alat Pengumpul Data

a. Skala Likert

Skala ini berfungsi sebagai alat untuk menterjemahkan harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas layanan yang akan diukur dengan menggunakan kuisisioner yang meliputi: *compliance*, *assurance*, *reability*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*. Skala Likert yang digunakan adalah skala 1 – 5, yang terdiri dari:

5 Sangat setuju

4 Setuju

3 Ragu-ragu / Netral

2 Tidak setuju

1 Sangat tidak setuju

b. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana keakuratan suatu tes melakukan fungsi ukurnya. Semakin tinggi validitas suatu alat ukur, semakin tepat pula alat ukur tersebut menuju sasarannya. Pengujian validitas daftar pertanyaan dilakukan dengan mengkorelasikan skor pada masing-masing item dengan skor totalnya. Teknik korelasi ini dikenal dengan teknik korelasi *Product Moment* untuk mengetahui apakah nilai korelasinya signifikan atau tidak, maka diperlukan tabel signifikan nilai r *product moment*. Sedangkan reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Pengukuran yang mempunyai reliabilitas tinggi merupakan pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (*reliable*). Pengujian reliabilitas ini dilakukan hanya pada item-item pertanyaan yang sudah valid saja.

Pengujian validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan komputer melalui program statistik SPSS 2000.

Suatu alat ukur harus mempunyai validitas dan reliabilitas yang baik. Jika suatu alat ukur tidak memilikinya, maka perlu peninjauan ulang terhadap penelitian yang telah dilakukan.

c. Model Gap

Gap Model merupakan fungsi gap antara harapan konsumen terhadap layanan dan persepsi mereka terhadap kinerja perusahaan. Harapan konsumen terhadap kualitas layanan merupakan keinginan ideal terhadap layanan yang akan diberikan oleh penyedia layanan. Sedangkan persepsi konsumen adalah penilaian mereka terhadap layanan yang telah diterima dan dirasakan. Kualitas layanan merupakan selisih antara layanan yang dirasakan atau dipersepsikan konsumen dengan layanan yang diharapkan konsumen. Selisih ini disebut dengan gap atau kesenjangan kualitas layanan, yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Gap} = \text{Persepsi} - \text{Harapan}$$

Jika gap positif atau persepsi > harapan, maka layanan dikatakan *surprise* dan memuaskan. Jika gap nol atau persepsi = harapan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan. Dan jika gap negatif atau persepsi < harapan, maka layanan tidak berkualitas dan tidak memuaskan.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian dilakukan pada kualitas pelayanan kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta. Penelitian bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta, sehingga dapat diketahui keunggulan dan kelemahan dimensi pelayanan pada kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta.

Subyek penelitian ini adalah nasabah kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta. Obyek yang diteliti adalah kinerja (persepsi nasabah), dan harapan nasabah kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta. Dengan cara ini pihak Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta dapat melihat komponen mana saja yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya sehingga sesuai dengan harapan nasabah.

4.1 Gambaran Perusahaan

4.1.1 Sejarah Berdirinya BRI

Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia yang didirikan oleh Raden Aria Wirjaatmadja di Purwokerto Jawa Tengah bernama *Hulp-en Spaarbank der Islandsche Abtenaren* (Bank bantuan dan simpanan milik kaum priyayi yang

berkebangsaan Indonesia). Tepatnya berdiri pada 16 Desember 1895 yang kemudian diperingati sebagai hari lahirnya BRI.

Setelah Republik Indonesia merdeka, pemerintah mengeluarkan peraturan No.01 tahun 1946 pasal 1 yang menyebutkan “Bank Rakyat Indonesia adalah sebagai bank pemerintah pertama di Republik Indonesia”. Situasi perang untuk mempertahankan kemerdekaan di tahun 1948 menyebabkan kegiatan BRI terhenti untuk sementara waktu dan mulai aktif kembali setelah perjanjian *Renville* tahun 1949 yang kemudian berubah menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Pada masa itu melalui PERPU No. 41 tahun 1960 dibentuk Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan leburan dari BRI, Bank Tani Nelayan *Nederlandsche Maatschappij* (NHM). Kemudian berdasarkan penetapan Presiden (PenPres) No. 09 tahun 1965 BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Urusan Tani dan Nelayan.

Setelah beroperasi selama sebulan pemerintah mengeluarkan PenPres No. 17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia (BNI). Dalam ketentuan baru ini Bank Urusan Tani dan Nelayan (BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Rural, sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Ekspor Impor (Exim).

Berdasarkan UU No. 14 tahun 1967 tentang undang-undang pokok perbankan dan UU 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 Rural dan Bank Negara Indonesia Unit II Bidang Ekspor Impor dipisahkan menjadi dua bank, yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan UU No. 21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok Bank Rakyat Indonesia sebagai Bank Umum. Berdasarkan UU No. 7 tahun 1992 dan peraturan pemerintah Republik Indonesia No. 21 tahun 1992 status Bank Rakyat Indonesia (Persero) yang kepemilikannya 100% ditangan pemerintah sejak 1 Agustus 1992.

P.T Bank Rakyat Indonesia (Persero) yang berdiri sejak tahun 1895 yang didasarkan pelayanan pada masyarakat kecil sampai sekarang masih tetap konsisten, fokus dengan pemberian fasilitas kredit kepada pengusaha kecil. Hal ini tercermin pada perkembangan penyaluran dana KUK (Kredit Usaha Kecil) pada tahun 1994 sebesar Rp. 6.419,8 milyar meningkat menjadi 8.231,1 milyar di tahun 1995, kemudian pada tahun 1999 sampai dengan bulan September mencapai Rp.20.466 milyar.

Seiring dengan kemajuan di dunia perbankan yang semakin pesat, Bank Rakyat Indonesia memiliki dua unit usaha (*dual system*), yaitu sistem bunga dan bagi hasil. Oleh sebab itu Bank Rakyat Indonesia membuka unit syariah di beberapa daerah termasuk diantaranya Jogjakarta yang kemudian pada 3 Februari 2003 dibukalah kantor kas unit kegiatan perbankan dengan sistem

operasinya berdasar syariah. Adapun lokasinya terletak di Jl. K.H Achmad Dahlan No. 89 kelurahan Notoprajan, kecamatan Ngampilan, Jogjakarta yang mottonya adalah “Mitra Bisnis yang Amanah dan Maslahah”.

4.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan

a. Visi

Bank Rakyat Indonesia Syariah memiliki visi melaksanakan bisnis perbankan syariah secara kaffah.

b. Misi

1. Pemberdayaan ekonomi umat dengan melaksanakan bisnis perbankan syariah yang mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil, dan menengah
2. Memberikan keuntungan dan manfaat optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

c. Tujuan Perusahaan

1. Memenuhi kebutuhan jasa perbankan bagi masyarakat yang tidak dapat menerima konsep bunga
2. Terciptanya *Dual Banking System* di Indonesia yang mengakomodasikan baik perbankan konvensional dan perbankan syariah yang melahirkan kompetisi yang sehat dan perilaku bisnis

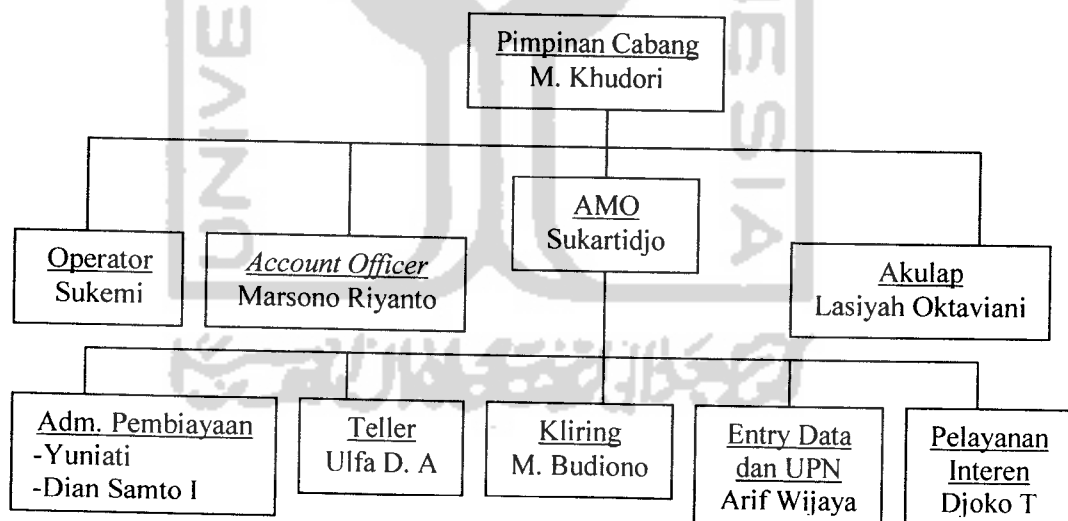
berdasarkan nilai-nilai moral, meningkatkan *market disciplines* dan pelayanan bagi masyarakat

3. Mengurangi resiko sistematis dari kegagalan sistem keuangan di Indonesia, karena pengembangan bank syariah sebagai alternatif dari bank konvensional akan memberikan penyebaran resiko.

4.1.3 Aspek Manajemen

Jumlah karyawan BRI Syariah ada 22 orang, dan yang termasuk ke dalam struktur organisasi hanya 10 orang.

A. Struktur Organisasi



Gambar 4.1

B. Pengembangan Usaha

1. Pengembangan SDM

Pengembangan SDM di suatu usaha sangat diperlukan agar usaha yang dijalaninya dapat berjalan lancar. Begitu pula dengan BRI Syariah, perlu adanya peningkatan kemampuan dan keahlian dari masing-masing bidang. Maka diperlukan beberapa hal seperti:

a) Pelatihan

BRI Syariah memberikan pelatihan-pelatihan kepada karyawannya yang biasanya disesuaikan dengan kebutuhan dan masing-masing bidang, sedangkan materi dan waktu pelaksanaannya disesuaikan dengan kondisi riil BRI Syariah saat itu. Pelatihan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas SDM masing-masing bidang agar menjadi lebih profesional

b) Diklat

Pendidikan dan pelatihan yang diadakan oleh BRI Syariah diperuntukkan bagi semua karyawan dengan tujuan untuk meningkatkan *skill* atau kemampuan pengetahuan karyawan sehingga diharapkan karyawan menjadi profesional dalam bekerja dan bertindak serta bekerja lebih baik lagi dari sebelumnya. Adapun diklat yang ada di BRI Syariah saat ini adalah:

- i) Bahasa Arab, yang diadakan setiap hari selasa jam 15.30 – 16.30 WIB. Pemateri diklat bahasa Arab ini didatangkan dari

luar, yaitu seseorang yang kompeten dibidangnya. Materi yang disampaikan adalah bahasa Arab dasar

ii) Tafsir al-Qur'an, diadakan setiap hari Jum'at jam 07.00 – 08.00 WIB.

Diklat tersebut dapat berubah sewaktu-waktu sesuai dengan kebutuhan karyawan BRI Syariah.

2. Perubahan manajemen

Dalam perubahan manajemen karyawan BRI Syariah cabang Jogjakarta terdapat *rolling*, dimana sebelum dan sesudahnya karyawan dibekali dengan latihan. Pelaksanaan *rolling* didasari pada kebutuhan karena BRI Syariah menerapkan tugas *special* pada karyawannya.

3. Ekspansi perusahaan

BRI Syariah melakukan ekspansi dengan membuka cabang pembantu di Sleman yang letaknya menjadi satu dengan BRI kantor cabang Sleman.

4.2 Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Instrumen pengukuran

dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur yang sesuai dengan tujuan dilakukan pengukuran tersebut. Secara statistik, angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r . Untuk taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang sebagai data penelitian maka angka kritiknya adalah 0,1965. Hasil uji validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Persepsi				Harapan			
Butir	r_{xy}	r tabel	Keterangan	Butir	r_{xy}	r tabel	Keterangan
P1	0,5739	0,1965	Valid	P1	0,3131	0,1965	Valid
P2	0,2699	0,1965	Valid	P2	0,6532	0,1965	Valid
P3	0,5826	0,1965	Valid	P3	0,6156	0,1965	Valid
P4	0,5293	0,1965	Valid	P4	0,4798	0,1965	Valid
P5	0,4769	0,1965	Valid	P5	0,5472	0,1965	Valid
P6	0,4927	0,1965	Valid	P6	0,5787	0,1965	Valid
P7	0,4624	0,1965	Valid	P7	0,6471	0,1965	Valid
P8	0,5574	0,1965	Valid	P8	0,6255	0,1965	Valid
P9	0,4793	0,1965	Valid	P9	0,4704	0,1965	Valid
P10	0,2886	0,1965	Valid	P10	0,6652	0,1965	Valid
P11	0,6311	0,1965	Valid	P11	0,6299	0,1965	Valid
P12	0,5089	0,1965	Valid	P12	0,5375	0,1965	Valid
P13	0,5680	0,1965	Valid	P13	0,6366	0,1965	Valid
P14	0,4005	0,1965	Valid	P14	0,4221	0,1965	Valid
P15	0,4469	0,1965	Valid	P15	0,5707	0,1965	Valid
P16	0,4784	0,1965	Valid	P16	0,6263	0,1965	Valid
P17	0,6273	0,1965	Valid	P17	0,6026	0,1965	Valid
P18	0,4852	0,1965	Valid	P18	0,5881	0,1965	Valid
P19	0,5303	0,1965	Valid	P19	0,3922	0,1965	Valid
P20	0,4712	0,1965	Valid	P20	0,5894	0,1965	Valid
P21	0,6544	0,1965	Valid	P21	0,4366	0,1965	Valid
P22	0,5874	0,1965	Valid	P22	0,5100	0,1965	Valid
P23	0,5719	0,1965	Valid	P23	0,5175	0,1965	Valid
P24	0,6438	0,1965	Valid	P24	0,5988	0,1965	Valid
P25	0,6592	0,1965	Valid	P25	0,3322	0,1965	Valid

P26	0,3987	0,1965	Valid	P26	0,3131	0,1965	Valid
-----	--------	--------	-------	-----	--------	--------	-------

Sumber: Data primer diolah, 2006

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang terdiri dari masing-masing 26 butir pada variabel persepsi dan harapan dapat dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar dari r tabel. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat

2. Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten bila digunakan untuk mengukur obyek yang sama dengan alat ukur yang sama. Teknik yang digunakan untuk menilai reliabilitas adalah *Cronbach Alpha*, dengan cara menyebarkan kuisioner kepada para nasabah kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta. Suatu instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel (konsisten) jika alpha lebih dari 0,60. Tabel berikut menunjukkan hasil pengujian reliabilitas:

Tabel 4.2
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Koef. Alpha Cronbach's	Nilai Kritis	Keterangan
Persepsi	0,9103	0,6	Reliabel
Harapan	0,9204	0,6	Reliabel

Sumber: Data primer , 2007

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach Alpha* baik pertanyaan persepsi maupun harapan seluruh dimensi lebih besar dari 0,6. Dengan mengacu pada pendapat di atas, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah reliabel. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.3 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan profil nasabah kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta berdasarkan karakteristik responden. Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, dan pendidikan. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

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

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Wanita	46	46%
Pria	54	54%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 54% responden berjenis kelamin pria dan 46% responden berjenis kelamin wanita. Ditinjau dari besarnya persentase menunjukkan bahwa responden mayoritas adalah nasabah dengan jenis kelamin pria.

2. Usia

Usia seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan penilaian nasabah karena pengalaman akan mempengaruhi keputusan dalam memilih obyek. Tabel 4.4 menunjukkan usia responden.

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
< 20 tahun	15	15%
20 – 29 tahun	28	28%
30 – 39 tahun	33	33%
40 – 49 tahun	12	12%
> 50 tahun	12	12%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2006

Dari data di atas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa di kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta mayoritas berusia antara 30 - 39 tahun, yaitu sebesar 33% (33 orang). Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu usia antara 20 - 29 tahun sebesar 28% (28 orang), berusia kurang dari 20 tahun sebesar 15% (15 orang) dan terakhir berusia antara 40 – 49 dan > 50 tahun masing – masing sebesar 12% (12 orang).

3. Pendidikan

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

Tabel 4.5

Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	2	2%
SMP	4	4%
SMA	43	43%
Sarjana	44	44%
Master	4	4%
Doktor	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2006

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden mayoritas berpendidikan terakhir Sarjana, yaitu sebesar 44% (44 orang). Distribusi tingkat pendidikan yang lain adalah berpendidikan terakhir SMA

yaitu sebesar 43% (43 orang), berpendidikan terakhir SMP dan Master masing-masing sebanyak 4 orang (4%), berpendidikan terakhir Doktor sebesar 3% (3 orang) dan berpendidikan terakhir SD sebesar 2 orang (2%).

Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang menggunakan jasa di kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta merupakan responden yang telah memiliki tingkat pendidikan tinggi. Hal ini berarti penilaian yang diberikan oleh nasabah terhadap kualitas pelayanan kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta lebih representatif karena responden telah memiliki tingkat pendidikan yang tinggi.

4.4 Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu analisis data berdasarkan pada masalah yang dapat dinyatakan dalam angka. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis *gap* antara analisis harapan dengan analisis persepsi (kinerja).

1. Analisis Harapan

Pada analisis ini terdapat enam dimensi alat ukur kualitas yang diuraikan menjadi 26 komponen pertanyaan mengenai harapan sesungguhnya nasabah terhadap layanan BRI Syariah. Berikut adalah hasil rekapitulasi dari analisis harapan yang telah diperoleh dari nasabah BRI Syariah.

Tabel 4.6
Hasil Rekapitulasi Analisis Harapan

No	Dimensi	Harapan
A. COMPLIENCE		
1	Melaksanakan prinsip islam	4.20
2	Menerapkan ketentuan layanan produk Islam	4.40
3	Meniadakan pembayaran bunga tabungan dan pinjaman	4.19
4	Pembagian keuntungan atas investasi dan pinjaman	4.55
Rata-rata		4.34
B. ASSURANCE		
1	Menjamin keamanan	4.31
2	Menjamin kerahasiaan keuangan nasabah	4.47
3	Bertanggung jawab jika terjadi kekeliruan	4.35
4	Bebas dari kesalahan pencatatan	4.36
Rata-rata		4.37
C. REABILITY		
1	Menyediakan akses informasi rekening	3.95
2	Meyediakan layanan konsultasi keuangan	4.45
3	Karyawan bersikap santun	4.34
4	Karyawan mampu memberi rasa aman	4.37
5	Karyawan mampu memberikan jawaban yang baik	4.39
Rata-rata		4.30
D. TANGIBLES		
1	Karyawan berpenampilan rapi	3.99
2	Ruangan dan fasilitas memadai	4.26
3	Ruangan menarik, bersih dan nyaman	4.33
4	Memiliki pemabatas loket	4.39
Rata-rata		4.24
E. EMPHATY		
1	Menyesuaikan waktu kerja dengan kebutuhan nasabah	4.35
2	Memberikan perhatian ekstra secara individual	4.03
3	Karyawan memahami kebutuhan nasabah	4.32
4	Karyawan memenuhi keinginan nasabah	4.03
5	Karyawan memperhatikan nasabah	4.32
Rata-rata		4.21
F. RESPONSIVENESS		

1	Karyawan memberikan pelayanan cepat dan efisien	4.11
2	Karyawan bersedia memenuhi permintaan nasabah	4.34
3	Karyawan menanggapi permintaan nasabah	4.00
4	Karyawan menyampaikan informasi secara jelas	4.52
Rata-rata		4.24

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2006

2. Analisis Persepsi

Dalam analisis ini terdapat enam dimensi alat ukur kualitas yang sama dengan analisis harapan yang kemudian diuraikan menjadi 26 komponen pertanyaan yang sama pula mengenai persepsi nasabah terhadap layanan BRI Syariah yang selama ini telah mereka rasakan. Berikut adalah hasil rekapitulasi dari analisis persepsi yang telah diperoleh dari nasabah BRI Syariah.

Tabel 4.7
Hasil Rekapitulasi Analisis Persepsi

No	Dimensi	Persepsi
A. COMPLIANCE		
1	Melaksanakan prinsip islam	4.39
2	Menerapkan ketentuan layanan produk Islam	3.73
3	Meniadakan pembayaran bunga tabungan dan pinjaman	4.39
4	Pembagian keuntungan atas investasi dan pinjaman	4.35
Rata-rata		4.22
B. ASSURANCE		
1	Menjamin keamanan	3.64
2	Menjamin kerahasiaan keuangan nasabah	3.84
3	Bertanggung jawab jika terjadi kekeliruan	4.21
4	Bebas dari kesalahan pencatatan	4.41
Rata-rata		4.03
C. REABILITY		
1	Menyediakan akses informasi rekening	4.00

2	Meyediakan layanan konsultasi keuangan	3.74
3	Karyawan bersikap santun	4.46
4	Karyawan mampu memberi rasa aman	4.40
5	Karyawan mampu memberikan jawaban yang baik	4.34
Rata-rata		4.19
D. TANGIBLES		
1	Karyawan berpenampilan rapi	3.79
2	Ruangan dan fasilitas memadai	4.18
3	Ruangan menarik, bersih dan nyaman	4.20
4	Memiliki pembatas loket	4.49
Rata-rata		4.17
E. EMPHATY		
1	Menyesuaikan waktu kerja dengan kebutuhan nasabah	3.90
2	Memberikan perhatian ekstra secara individual	4.29
3	Karyawan memahami kebutuhan nasabah	4.00
4	Karyawan memenuhi keinginan nasabah	4.58
5	Karyawan memperhatikan nasabah	4.61
Rata - rata		4.28
F. RESPONSIVENESS		
1	Karyawan memberikan pelayanan cepat dan efisien	4.51
2	Karyawan bersedia memenuhi permintaan nasabah	4.48
3	Karyawan menanggapi permintaan nasabah	4.46
4	Karyawan menyampaikan informasi secara jelas	4.15
Rata - rata		4.40

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2006

3. Analisis Gap

Analisis ini digunakan untuk mengetahui tingkat kualitas layanan kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta. Asumsi yang dipakai adalah tingkat kualitas layanan dipengaruhi persepsi dan tingkat harapan yang dimiliki nasabah.

Formula yang digunakan sebagai berikut :

$$\text{Gap} = \text{Persepsi} - \text{Harapan}$$

Jika gap positif atau persepsi > harapan, maka layanan dikatakan *surprise* dan memuaskan. Jika gap nol atau persepsi = harapan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan. Dan jika gap negatif atau persepsi < harapan, maka layanan tidak berkualitas dan tidak memuaskan. Tabel-tabel berikut ini menunjukkan analisis gap dari masing-masing dimensi yang diperoleh dari nasabah BRI Syariah.

Tabel 4.8
Analisis Gap Dimensi *Compliance*

No	Dimensi	Persepsi	Harapan	GAP	Keterangan
1	Melaksanakan prinsip islam	4.39	4.20	0.19	Sangat Puas
2	Menerapkan ketentuan layanan produk Islam	3.73	4.40	-0.67	Belum Puas
3	Meniadakan pembayaran bunga tabungan dan pinjaman	4.39	4.19	0.20	Sangat Puas
4	Pembagian keuntungan atas investasi dan pinjaman	4.35	4.55	-0.20	Belum puas
	Rata-rata	4.22	4.34	-0.12	Belum Puas

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata persepsi nasabah BRI Syariah pada dimensi *compliance* sebesar 4,22 dan rata-rata harapan 4,34 sehingga nilai gap yang diperoleh adalah -0,12. Angka ini menunjukkan bahwa pada dimensi ini kacab BRI Syariah Jogjakarta belum memuaskan di mata nasabahnya karena nilai gap yang dihasilkan negatif.

Tabel 4.9
Analisis Gap Dimensi *Assurance*

No	Dimensi	Persepsi	Harapan	GAP	Keterangan
1	Menjamin keamanan	3.64	4.31	-0.67	Belum Puas
2	Menjamin kerahasiaan keuangan nasabah	3.84	4.47	-0.63	Belum Puas

3	Bertanggung jawab jika terjadi kekeliruan	4.21	4.35	-0.14	Belum Puas
4	Bebas dari kesalahan pencatatan	4.41	4.36	0.05	Sangat Puas
	Rata-rata	4.03	4.37	-0.34	Belum Puas

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata persepsi nasabah BRI Syariah pada dimensi *assurance* sebesar 4,03 dan rata-rata harapan 4,37 sehingga nilai gap yang diperoleh adalah -0,34. Angka ini menunjukkan bahwa pada dimensi ini kacab BRI Syariah Jogjakarta belum memuaskan karena nilai gap yang dihasilkan negatif.

Tabel 4.10
Analisis Gap Dimensi *Reability*

No	Dimensi	Persepsi	Harapan	GAP	Keterangan
1	Menyediakan akses informasi rekening	4.00	3.95	0.05	Sangat Puas
2	Meyediakan layanan konsultasi keuangan	3.74	4.45	-0.71	Belum Puas
3	Karyawan bersikap santun	4.46	4.34	0.12	Sangat Puas
4	Karyawan mampu memberi rasa aman	4.40	4.37	0.03	Sangat Puas
5	Karyawan mampu memberikan jawaban yang baik	4.34	4.39	-0.05	Belum Puas
	Rata-rata	4.19	4.30	-0.11	Belum Puas

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata persepsi nasabah BRI Syariah pada dimensi *reability* sebesar 4,19 dan rata-rata harapan 4,30 sehingga nilai gap yang diperoleh adalah -0,11. Angka ini menunjukkan bahwa pada dimensi ini kacab BRI Syariah Jogjakarta belum memuaskan karena nilai gap yang dihasilkan negatif.

Tabel 4.11
Analisis Gap Dimensi *Tangibles*

No	Dimensi	Persepsi	Harapan	GAP	Keterangan
1	Karyawan berpenampilan rapi	3.79	3.99	-0.20	Belum Puas
2	Ruangan dan fasilitas memadai	4.18	4.26	-0.08	Belum Puas
3	Ruangan menarik, bersih dan nyaman	4.20	4.33	-0.13	Belum Puas
4	Memiliki pemabatas loket	4.49	4.39	0.10	Sangat Puas
	Rata-rata	4.17	4.24	-0.07	Belum Puas

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata persepsi nasabah BRI Syariah pada dimensi *tangibles* sebesar 4,17 dan rata-rata harapan 4,24 sehingga nilai gap yang diperoleh adalah -0,07. Angka ini menunjukkan bahwa pada dimensi ini kacab BRI Syariah Jogjakarta belum memuaskan karena nilai gap yang dihasilkan negatif.

Tabel 4.12
Analisis Gap Dimensi *Emphaty*

No	Dimensi	Persepsi	Harapan	GAP	Keterangan
1	Menyesuaikan waktu kerja dengan kebutuhan nasabah	3.90	4.35	-0.45	Belum Puas
2	Memberikan perhatian ekstra secara individual	4.29	4.03	0.26	Sangat Puas
3	Karyawan memahami kebutuhan nasabah	4.00	4.32	-0.32	Belum Puas
4	Karyawan memenuhi keinginan nasabah	4.58	4.03	0.55	Sangat Puas
5	Karyawan memperhatikan nasabah	4.61	4.32	0.29	Sangat Puas
	Rata-rata	4.28	4.21	0.07	Sangat Puas

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata persepsi nasabah BRI Syariah pada dimensi *emphaty* sebesar 4,28 dan rata-rata harapan 4,21 sehingga nilai gap yang diperoleh adalah 0,07. Angka ini menunjukkan

bahwa pada dimensi ini kacab BRI Syariah Jogjakarta sangat memuaskan karena nilai gap yang dihasilkan positif.

Tabel 4.13
Analisis Gap Dimensi *Responsiveness*

No	Dimensi	Persepsi	Harapan	GAP	Keterangan
1	Karyawan memberikan pelayanan cepat dan efisien	4.51	4.11	0.40	Sangat Puas
2	Karyawan bersedia memenuhi permintaan nasabah	4.48	4.34	0.14	Sangat Puas
3	Karyawan menanggapi permintaan nasabah	4.46	4.00	0.46	Sangat Puas
4	Karyawan menyampaikan informasi secara jelas	4.15	4.52	-0.37	Belum Puas
	Rata-rata	4.40	4.24	0.16	Sangat Puas

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata persepsi nasabah BRI Syariah pada dimensi *responsiveness* sebesar 4,40 dan rata-rata harapan 4,24 sehingga nilai gap yang diperoleh adalah 0,16. Angka positif ini menunjukkan pelayanan kacab BRI Syariah Jogjakarta sangat memuaskan.

Untuk lebih lengkapnya di bawah ini disajikan tabel hasil rekapitulasi analisis gap seluruh dimensi yang disertai penjelasan terhadap masing-masing komponen pertanyaan.

Tabel 4.14
Hasil Rekapitulasi Analisis GAP

No	Dimensi	Persepsi	Harapan	GAP	Keterangan
A. COMPLIANCE					
1	Melaksanakan prinsip islam	4.39	4.20	0.19	Sangat Puas
2	Menerapkan ketentuan layanan produk Islam	3.73	4.40	-0.67	Belum Puas
3	Meniadakan pembayaran bunga tabungan dan pinjaman	4.39	4.19	0.20	Sangat Puas
4	Pembagian keuntungan atas investasi dan pinjaman	4.35	4.55	-0.20	Belum puas
	Rata-rata	4.19	4.30	-0.11	Belum Puas
B. ASSURANCE					

1	Menjamin keamanan	3.64	4.31	-0.67	Belum Puas
2	Menjamin kerahasiaan keuangan nasabah	3.84	4.47	-0.63	Belum Puas
3	Bertanggung jawab jika terjadi kekeliruan	4.21	4.35	-0.14	Belum Puas
4	Bebas dari kesalahan pencatatan	4.41	4.36	0.05	Sangat Puas
Rata-rata		4.03	4.37	-0.34	Belum Puas
C. REABILITY					
1	Menyediakan akses informasi rekening	4.00	3.95	0.05	Sangat Puas
2	Meyediakan layanan konsultasi keuangan	3.74	4.45	-0.71	Belum Puas
3	Karyawan bersikap santun	4.46	4.34	0.12	Sangat Puas
4	Karyawan mampu memberi rasa aman	4.40	4.37	0.03	Sangat Puas
5	Karyawan mampu memberikan jawaban yang baik	4.34	4.39	-0.05	Belum Puas
Rata-rata		4.19	4.30	-0.11	Belum Puas
D. TANGIBLES					
1	Karyawan berpenampilan rapi	3.79	3.99	-0.20	Belum Puas
2	Ruangan dan fasilitas memadai	4.18	4.26	-0.08	Belum Puas
3	Ruangan menarik, bersih dan nyaman	4.20	4.33	-0.13	Belum Puas
4	Memiliki pemabatas loket	4.49	4.39	0.10	Sangat Puas
Rata-rata		4.17	4.24	-0.07	Belum Puas
E. EMPHATY					
1	Menyesuaikan waktu kerja dengan kebutuhan nasabah	3.90	4.35	-0.45	Belum Puas
2	Memberikan perhatian ekstra secara individual	4.29	4.03	0.26	Sangat Puas
3	Karyawan memahami kebutuhan nasabah	4.00	4.32	-0.32	Belum Puas
4	Karyawan memenuhi keinginan nasabah	4.58	4.03	0.55	Sangat Puas
5	Karyawan memperhatikan nasabah	4.61	4.32	0.29	Sangat Puas
Rata-rata		4.28	4.21	0.07	Sangat Puas
F. RESPONSIVENESS					
1	Karyawan memberikan pelayanan cepat dan efisien	4.51	4.11	0.40	Sangat Puas
2	Karyawan bersedia memenuhi permintaan nasabah	4.48	4.34	0.14	Sangat Puas
3	Karyawan menanggapi permintaan nasabah	4.46	4.00	0.46	Sangat Puas
4	Karyawan menyampaikan informasi secara jelas	4.15	4.52	-0.37	Belum Puas
Rata – rata		4.40	4.24	0.16	Sangat Puas
Rata-rata Total		4.22	4.27	-0.05	Belum Puas

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2006

a. Analisis Gap Dimensi *Compliance* kantor cabang BRI Syariah
Jogjakarta

Pada dimensi ini terdapat 4 komponen pertanyaan, yaitu tentang melaksanakan prinsip hukum Islam, menerapkan ketentuan layanan dan produk Islami, meniadakan pembayaran bunga tabungan dan pinjaman, dan menerapkan ketentuan pembagian keuntungan atas investasi dan pinjaman.

Analisis gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah seharusnya melaksanakan prinsip hukum Islam dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,39 - 4,20 = 0,19$$

Nilai Gap sebesar 0,19 menunjukkan bahwa nasabah telah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **sangat memuaskan** atas tuntutan seharusnya melaksanakan prinsip hukum Islam, karena nilai gap yang diperoleh positif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah seharusnya menerapkan ketentuan layanan produk Islami dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 3,73 - 4,40 = -0,67$$

Nilai Gap -0,67 menunjukkan bahwa nasabah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **belum memuaskan** terhadap penerapan ketentuan layanan produk Islami, karena nilai gap yang diperoleh negatif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah seharusnya meniadakan pembayaran bunga dan tabungan dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,39 - 4,19 = 0,20$$

Nilai Gap 0,20 menunjukkan bahwa nasabah telah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **sangat memuaskan** terhadap penerapan dalam meniadakan pembayaran bunga tabungan dan pinjaman karena nilai gap yang diperoleh positif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah dalam menerapkan ketentuan pembagian keuntungan atas investasi dan pinjaman dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,35 - 4,55 = -0,20$$

Nilai Gap -0,20 menunjukkan bahwa nasabah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **belum memuaskan** dalam menerapkan pembagian keuntungan atas investasi dan pinjaman karena nilai gap yang diperoleh negatif.

b. Analisis Gap Dimensi Assurance

Pada dimensi *Assurance*, terdapat 4 item pertanyaan yang bertuliskan tentang BRI Syariah menjamin keamanan dalam bertransaksi, menjamin kerahasiaan kondisi keuangan nasabah, bertanggung jawab atas kekeliruan, dan bebas dari kesalahan pencatatan.

Analisis gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah menjamin keamanan dalam bertransaksi dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 3,64 - 4,31 = -0,67$$

Nilai Gap sebesar -0,67 menunjukkan bahwa nasabah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **belum memuaskan** dalam menjamin keamanan bertransaksi karena nilai gap yang diperoleh negatif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah menjamin kerahasiaan kondisi keuangan nasabah dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 3,84 - 4,47 = -0,63$$

Nilai Gap -0,63 menunjukkan bahwa nasabah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **belum memuaskan** terhadap usahanya dalam menjamin kerahasiaan kondisi keuangan nasabah karena nilai gap yang diperoleh negatif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah bertanggung jawab dengan mencoba menyelesaikan masalah jika terjadi kekeliruan dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,21 - 4,35 = -0,14$$

Nilai Gap -0,14 menunjukkan bahwa nasabah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **belum memuaskan** dalam bertanggung jawab dengan mencoba menyelesaikan masalah jika terjadi kekeliruan karena nilai gap yang diperoleh negatif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah bebas dari kesalahan pencatatan dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,41 - 4,36 = 0,05$$

Nilai Gap 0,05 menunjukkan bahwa nasabah telah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta yang terbebas dari kesalahan pencatatan **sangat memuaskan**, karena nilai gap yang diperoleh positif.

c. **Analisis Gap Dimensi *Reability***

Pada dimensi *Reability* terdapat 5 komponen pertanyaan, yaitu tentang BRI Syariah menyediakan akses informasi, layanan konsultasi, dan layanan yang diberikan oleh karyawan.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah tersedianya akses informasi rekening dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,00 - 3,95 = 0,05$$

Nilai Gap sebesar 0,05 menunjukkan bahwa nasabah telah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **sangat memuaskan** dalam menyediakan akses informasi rekening dan program layanan melalui media karena nilai gap yang diperoleh positif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah menyediakan layanan konsultasi mengenai keuangan dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 3,74 - 4,45 = -0,71$$

Nilai Gap -0,71 menunjukkan bahwa nasabah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **belum memuaskan** terhadap usahanya menyediakan layanan konsultasi keuangan karena memiliki nilai gap negatif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah terhadap karyawan yang bersikap santun dalam melayani nasabah dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,46 - 4,34 = 0,12$$

Nilai Gap 0,12 menunjukkan bahwa nasabah telah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **sangat memuaskan** terhadap sikap karyawan yang santun dalam melayani nasabah, karena nilai gap yang diperoleh positif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan karyawan BRI Syariah mampu memberi rasa aman, nyaman, dan kepercayaan dalam melayani nasabah dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,40 - 4,37 = 0,03$$

Nilai Gap 0,03 menunjukkan bahwa nasabah telah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **sangat memuaskan** dengan karyawan yang mampu memberi rasa aman, nyaman, dan kepercayaan dalam melayani nasabah, karena nilai gap yang diperoleh positif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan karyawan BRI Syariah mampu memberikan jawaban yang baik atas pertanyaan nasabah dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,34 - 4,39 = -0,05$$

Nilai Gap -0,05 menunjukkan bahwa nasabah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **belum memuaskan** terhadap kemampuan karyawan dalam memberikan jawaban yang baik atas pertanyaan nasabah karena memiliki nilai gap negatif.

d. **Analisis Gap Dimensi *Tangibles***

Pada dimensi ini terdapat 4 item pertanyaan yang membahas mengenai penampilan karyawan, ruangan dan fasilitasnya, dan pembatas loket pembayaran BRI Syariah.

Analisis gap terhadap komponen pertanyaan penampilan karyawan BRI Syariah rapi dan sopan dari segi Islami dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 3,79 - 3,99 = -0,20$$

Nilai Gap sebesar -0,20 menunjukkan bahwa nasabah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **belum memuaskan** terhadap tuntutan penampilan karyawan yang rapi dan sopan dari segi Islami karena nilai gap yang diperoleh negatif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah mempunyai ruangan dan fasilitas yang memadai dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,18 - 4,26 = -0,08$$

Nilai Gap -0,08 menunjukkan bahwa nasabah merasa ruangan dan fasilitas yang dimiliki kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **belum memuaskan**, karena nilai gap yang diperoleh negatif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah mempunyai ruangan yang menarik, bersih dan nyaman dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,20 - 4,33 = -0,13$$

Nilai Gap -0,13 menunjukkan bahwa nasabah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **belum memuaskan** terhadap ruangan yang menarik, bersih dan nyaman karena nilai gap yang diperoleh negatif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah memiliki pembatas loket pembayaran yang jelas dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,49 - 4,39 = 0,10$$

Nilai Gap 0,10 menunjukkan bahwa nasabah telah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **sangat memuaskan** terhadap pembatas loket pembayaran yang jelas karena memiliki nilai gap positif.

e. **Analisis Gap Dimensi *Emphaty***

Pada dimensi *Emphaty*, terdapat 5 item pertanyaan yang bertuliskan tentang kesesuaian waktu kerja BRI Syariah dengan kebutuhan nasabah,

adanya perhatian kepada nasabah, memahami kebutuhan nasabah, dan karyawan yang perhatian kepada nasabah.

Analisis gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah menyesuaikan waktu kerja dengan kebutuhan nasabah dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 3,90 - 4,35 = -0,45$$

Nilai Gap sebesar -0,45 menunjukkan bahwa nasabah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **belum memuaskan** terhadap tuntutan untuk menyesuaikan waktu kerja dengan kebutuhan nasabah karena memiliki nilai gap negatif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan BRI Syariah memberikan perhatian ekstra secara individual kepada nasabah dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,29 - 4,03 = 0,26$$

Nilai Gap 0,26 menunjukkan bahwa nasabah telah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **sangat memuaskan** terhadap tuntutan memberikan perhatian ekstra secara individual kepada nasabah karena nilai gap yang diperoleh positif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan karyawan BRI Syariah memahami kebutuhan nasabah dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,00 - 4,32 = -0,32$$

Nilai Gap -0,13 menunjukkan bahwa nasabah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **belum memuaskan** terhadap tuntutan agar karyawan memahami kebutuhan nasabah karena memiliki nilai gap negatif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan karyawan BRI Syariah memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah secara memuaskan, dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,58 - 4,03 = 0,55$$

Nilai Gap 0,55 menunjukkan bahwa nasabah telah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **sangat memuaskan** terhadap karyawan yang memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah secara memuaskan karena nilai gap yang diperoleh positif.

Analisis Gap terhadap komponen pertanyaan karyawan BRI Syariah memperhatikan nasabah, dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,61 - 4,32 = 0,29$$

Nilai Gap 0,29 menunjukkan bahwa nasabah telah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **sangat memuaskan** terhadap karyawan yang memperhatikan nasabah karena nilai gap yang diperoleh positif.

f. Analisis Gap Dimensi *Responsiveness*

Pada dimensi *Responsiveness*, terdapat 4 item pertanyaan yang bertuliskan tentang pelayanan yang cepat, memenuhi dan menanggapi permintaan nasabah, dan menyampaikan proses informasi secara jelas.

Analisis gap terhadap item pertanyaan BRI Syariah memberikan pelayanan dengan cepat dan efisien dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,51 - 4,11 = 0,40$$

Nilai Gap sebesar 0,40 menunjukkan bahwa nasabah telah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **sangat memuaskan** dalam memberikan pelayanan dengan cepat dan efisien karena nilai gap yang diperoleh positif.

Analisis Gap terhadap item pertanyaan BRI Syariah bersedia memenuhi permintaan nasabah dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,48 - 4,34 = 0,14$$

Nilai Gap 0,14 menunjukkan bahwa nasabah telah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **sangat memuaskan** terhadap kesediaan memenuhi permintaan nasabah karena nilai gap yang diperoleh positif.

Analisis Gap terhadap item pertanyaan BRI Syariah mempunyai waktu menanggapi permintaan nasabah dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,46 - 4,00 = 0,46$$

Nilai Gap 0,46 menunjukkan bahwa nasabah telah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **sangat memuaskan** terhadap karyawan yang mempunyai waktu menanggapi permintaan nasabah karena nilai gap yang diperoleh positif.

Analisis Gap terhadap item pertanyaan karyawan BRI Syariah menyampaikan informasi secara jelas ketika proses pelayanan berlangsung, dihitung dengan rumus:

$$\text{Gap} = 4,15 - 4,52 = -0,37$$

Nilai Gap -0,37 menunjukkan bahwa nasabah merasa pelayanan kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta **belum memuaskan** terhadap penyampaian informasi secara jelas ketika proses pelayanan berlangsung karena memiliki nilai gap negatif.

4.5 Pembahasan

Berdasarkan analisis GAP untuk mengetahui tingkat kualitas layanan kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta berdasarkan persepsi dan tingkat harapan nasabah diperoleh nilai rata – rata persepsi sebesar 4,22, dan nilai rata – rata harapan yaitu sebesar 4,27, dengan demikian nilai rata – rata GAP yaitu sebesar –0,05. Hal ini berarti bahwa nilai rata - rata Gap -0,05 menunjukkan bahwa nasabah merasa kualitas pelayanan yang diberikan kantor

cabang BRI Syariah Jogjakarta **belum memuaskan**, karena memiliki nilai gap negatif.

Namun ada beberapa item pertanyaan yang menunjukkan bahwa nasabah kantor cabang BRI Syariah Jogjakarta sangat terpuaskan yaitu di dimensi *Compliance* pada item Bank Syariah telah melaksanakan prinsip Islam, meniadakan pembayaran bunga tabungan dan pinjaman, dimensi *Assurance* pada item bebas dari kesalahan pencatatan, dimensi *Reability* pada item menyediakan akses informasi rekening, karyawan bersikap santun, mampu memberikan rasa aman, dimensi *Tangibles* yaitu pada item memiliki pembatas loket, dimensi *Emphaty* pada item memberikan perhatian ekstra individual, karyawan mampu memenuhi keinginan nasabah, karyawan memperhatikan nasabah serta dimensi *Responsiveness* yaitu pada item karyawan memberikan pelayanan cepat dan efisien, karyawan bersedia memenuhi permintaan nasabah, dan karyawan menanggapi permintaan nasabah.

Jika ditinjau dari nilai gap terendah terjadi pada item menerapkan ketentuan layanan produk Islam, dan penjaminan keamanan. Untuk itu kedua atribut tersebut hendaknya dapat ditingkatkan, misalnya dengan memberikan penjelasan yang seluas-luasnya akan produk-produk yang ditawarkan oleh kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta seperti melalui iklan di media cetak maupun elektronik ataupun brosur-brosur yang diberikan gratis pada setiap nasabah atau calon nasabah yang datang ke BRI Syariah. Hal ini penting

mengingat sistem ekonomi syariah ini merupakan sistem yang baru di Indonesia, sehingga masih banyak khalayak yang belum mengetahui secara jelas produk yang berkaitan dengan hukum Islam terutama tentang ketentuan bagi hasil.

Begitu juga dengan jaminan keamanan bagi nasabah, hendaknya ditingkatkan mengingat banyaknya kasus perampokan yang terjadi pada nasabah bank, sehingga ketika nasabah melakukan transaksi dengan nilai yang cukup besar, mereka tidak merasa khawatir terhadap keamanan baik keamanan uang maupun keamanan jiwanya. Untuk itu pihak bank harus bekerjasama dengan pihak keamanan dalam hal ini kepolisian untuk ditugaskan secara lebih intensif. Dengan menempatkan polisi khusus yang ada di kantor cabang BRI Syariah diharapkan nasabah akan merasa aman ketika bertransaksi di kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

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

1. Berdasarkan analisis kinerja berdasarkan persepsi nasabah menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta. Hal ini dapat dibuktikan bahwa sebagian besar pada analisis gap antara persepsi dan harapan yang nilainya masih negatif, yang menunjukkan bahwa kinerja pada kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta belum sesuai dengan harapan nasabah.
2. Kualitas pelayanan yang masih memiliki nilai gap terkecil terjadi pada item menerapkan ketentuan layanan produk Islam, dan menjamin keamanan. Hal ini menunjukkan bahwa kendala terbesar bagi kantor cabang BRI Syariah terdapat pada penyampaian informasi terhadap produk-produknya yang sesuai dengan Islam dan tingkat keamanan. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh kantor cabang BRI Syariah dan tingkat keamanan merupakan suatu kendala yang dihadapi oleh kantor cabang Bank Rakyat Indonesia

Syariah Jogjakarta dalam program peningkatan kualitas pelayanan yang telah disusun tidak tersampaikan sesuai target.

5.2 Saran

1. Pihak manajemen kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta harus dapat mempertahankan kinerja pada dimensi-dimensi yang telah memberikan kepuasan bagi nasabah seperti dimensi *Compliance* yaitu pada item Bank Syariah telah melaksanakan prinsip Islam, meniadakan pembayaran bunga tabungan dan pinjaman, dimensi *Assurance* pada item bebas dari kesalahan pencatatan, dimensi *Reliability* pada item menyediakan akses informasi rekening, karyawan bersikap santun, mampu memberikan rasa aman, dimensi *Tangibles* yaitu pada item memiliki pembatas loket, dimensi *Emphaty* pada item memberikan perhatian ekstra individual, karyawan mampu memenuhi keinginan nasabah, karyawan memperhatikan nasabah serta dimensi *Responsiveness* yaitu pada item karyawan memberikan pelayanan cepat dan efisien, karyawan bersedia memenuhi permintaan nasabah, dan karyawan menanggapi permintaan nasabah
2. Perusahaan harus memprioritaskan peningkatan pada variabel yang masih memiliki gap paling besar yaitu produk yang Islami dan keamanan nasabah. Langkah yang dapat dilakukan terhadap atribut tersebut yaitu dengan meningkatkannya, misalnya dengan memberikan penjelasan yang seluas-

luasnya akan produk-produk yang ditawarkan oleh kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta misalnya melalui iklan di media cetak maupun elektronik ataupun brosur-brosur yang diberikan gratis pada setiap nasabah atau calon nasabah yang datang ke kantor cabang BRI Syariah. Pihak bank juga harus bekerjasama dengan pihak keamanan dalam hal ini kepolisian untuk ditugaskan beberapa secara lebih intensif. Dengan menempatkan polisi khusus yang ada di kantor cabang BRI Syariah diharapkan nasabah akan merasa aman ketika bertransaksi di kantor cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah Jogjakarta

3. Dianjurkan agar lebih sering dilakukan penelitian semacam ini sebagai alat untuk mengontrol kinerja yang terus membutuhkan perbaikan untuk mencapai performa terbaik.

Daftar Pustaka

- Amin Widjaja Tunggal. (1993). *Manajemen Mutu Terpadu*. Cetakan Pertama. Jakarta: Rineka Cipta.
- Anonim. *Perbankan Syariah*. Diambil 27 September 2007 dari <http://id.wikipedia.org/wiki/Perbankansyariah>
- Fandy Tjiptono. (2002). *Total Quality Service*. Edisi Kedua. Jogjakarta: Andi.
- Indriyo Gitosudarmo. (2002). *Manajemen Operasi*. Edisi Kedua. Jogjakarta: BPFE.
- Naniek Nurhayati (1998). *Analisis Kualitas Pelayanan dengan Model House of Quality pada Distrik Telekomunikasi Daerah Istimewa Jogjakarta* (Tidak dipublikasikan). Jogjakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Nursya'bani Purnama. (2006). *Manajemen Kualitas*. Edisi Pertama. Jogjakarta: Ekonosia.
- Philip Kotler. (1997). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT Prehallindo.
- Philip Kotler. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi Milenium. Jakarta: PT Prehallindo.
- Roger G. Schroeder. (1993). *Manajemen Operasi*. Jilid 1. Edisi Ketiga. Jakarta: Erlangga.
- Vincent Gaspertz. (1997). *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Cetakan Pertama. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Vincent Gaspertz. (2002). *Total Quality Management*. Cetakan Kedua. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Zainul Arifin (2005). *Dasar-dasar Manajemen Bank Syariah*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Pustaka Alfabet.
- Zulian Yamit. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Jogjakarta: Ekonosia.

Kepada Yth.
Bapak/Ibu/Saudara/i
di tempat

Assalamu'alaikum Wr Wb,

Dengan penuh rasa hormat, semoga rahmat-Nya selalu menyertai anda. Dalam rangka memenuhi kewajiban akademik tingkat akhir, saya selaku mahasiswa yang bersangkutan sedang melakukan penelitian tentang pelayanan yang berkualitas pada bank Syariah. Judul yang dipilih untuk mewakili topik ini adalah "Evaluasi Kinerja Kualitas Pelayanan, Studi Kasus pada Kantor Cabang Bank Rakyat Indonesia Syariah di Jl K. H Achmad Dahlan Jogjakarta".

Partisipasi anda akan sangat membantu proses penelitian ini. Oleh sebab itu, kesediaan anda meluangkan sedikit waktu untuk mengisi lembar kuisisioner ini sebagai bentuk kepedulian yang tulus sangat saya harapkan.

Atas kesediaan waktu dan partisipasi yang telah anda wujudkan, tidak ada yang dapat saya persembahkan sebagai pihak yang terbantu selain ucapan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr Wb,
Yang berkepentingan

Feri Eko Rahayu

Data responden :

- No(dikosongkan)
- Nama(jika keberatan tidak perlu diisi)
- Usia : a. <20 th c. 30-39 th e. >50 th
 b. 20-29 th d. 40-49 th
- Jenis kelamin : a. Pria b. Wanita
- Pendidikan tertinggi : a. SD c. SMA e. Master
 b. SMP d. Sarjana f. Doktor
- Alamat(jika keberatan tidak perlu diisi)

Yang perlu anda lakukan hanya memilih dengan memberi tanda (✓, O, atau X) pada salah satu kotak yang telah disediakan sesuai dengan penilaian anda.

SS = Sangat Setuju; S = Setuju; N = Netral;

TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju.

1) Harapan Nasabah terhadap Kualitas Layanan BRI Syariah

No.	Harapan Nasabah	SS	S	N	TS	STS
<i>Compliance</i>						
1.	BRI Syariah seharusnya melaksanakan prinsip dan hukum Islam					
2.	BRI Syariah seharusnya menerapkan ketentuan layanan dan produk Islami					
3.	BRI Syariah seharusnya meniadakan pembayaran bunga tabungan dan pinjaman					
4.	BRI Syariah seharusnya menerapkan ketentuan pembagian keuntungan atas investasi dan pinjaman					
<i>Assurance</i>						
5.	BRI Syariah seharusnya menjamin keamanan dalam bertransaksi					
6.	BRI Syariah seharusnya menjamin kerahasiaan kondisi keuangan nasabah					
7.	BRI Syariah seharusnya bertanggungjawab dengan mencoba menyelesaikan masalah jika terjadi kekeliruan					
8.	BRI Syariah seharusnya bebas dari kesalahan pencatatan					
<i>Reliability</i>						
9.	BRI Syariah seharusnya menyediakan akses informasi rekening dan program layanan melalui berbagai media (surat, telpon, internet, dll)					

10.	BRI Syariah seharusnya menyediakan layanan konsultasi mengenai keuangan					
11.	Karyawan BRI Syariah seharusnya bersikap santun dalam melayani nasabah					
12.	Karyawan BRI Syariah seharusnya mampu memberi rasa nyaman, aman, dan kepercayaan dalam melayani nasabah					
13.	Karyawan BRI Syariah seharusnya mampu memberikan jawaban yang baik atas pertanyaan yang diajukan nasabah					
<i>Tangibles</i>						
14.	Karyawan BRI Syariah seharusnya berpenampilan rapi dan menunjukkan kesopanan dari segi Islami					
15.	Ruangan dan fasilitas BRI Syariah seharusnya memadai					
16.	Ruangan dan fasilitas BRI Syariah seharusnya menarik, bersih, dan nyaman					
17.	BRI Syariah seharusnya memiliki pembatas loket pembayaran yang jelas					
<i>Empathy</i>						
18.	BRI Syariah seharusnya menyesuaikan waktu kerja dengan kebutuhan nasabah					
19.	BRI Syariah seharusnya memberikan perhatian ekstra secara individual kepada nasabah					
20.	Karyawan BRI Syariah seharusnya dapat memahami kebutuhan nasabah					
21.	Karyawan BRI Syariah seharusnya memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah secara memuaskan					
22.	Karyawan BRI Syariah seharusnya sangat					

	memperhatikan nasabah					
<i>Responsiveness</i>						
23.	Karyawan BRI Syariah seharusnya memberikan pelayanan dengan cepat dan efisien					
24.	Karyawan BRI Syariah seharusnya bersedia memenuhi permintaan nasabah					
25.	Karyawan BRI Syariah seharusnya selalu mempunyai waktu dalam menanggapi permintaan nasabah					
26.	Karyawan BRI Syariah seharusnya menyampaikan informasi secara jelas ketika proses pelayanan berlangsung					

2) Persepsi Nasabah terhadap Kualitas Layanan BRI Syariah

No.	Persepsi Nasabah	SS	S	N	TS	STS
<i>Compliance</i>						
1.	Menurut saya BRI Syariah melaksanakan prinsip dan hukum Islam					
2.	Menurut saya BRI Syariah menerapkan ketentuan layanan dan produk Islami					
3.	Menurut saya BRI Syariah meniadakan pembayaran bunga tabungan dan pinjaman					
4.	Menurut saya BRI Syariah menerapkan ketentuan pembagian keuntungan atas investasi dan pinjaman					
<i>Assurance</i>						
5.	Menurut saya BRI Syariah menjamin keamanan dalam bertransaksi					
6.	Menurut saya BRI Syariah menjamin kerahasiaan kondisi keuangan nasabah					
7.	Menurut saya BRI Syariah bertanggungjawab					

	dengan mencoba menyelesaikan masalah jika terjadi kekeliruan					
8.	Menurut saya BRI Syariah bebas dari kesalahan pencatatan					
<i>Reliability</i>						
9.	Menurut saya BRI Syariah menyediakan akses informasi rekening dan program layanan melalui berbagai media (surat, telpon, internet, dll)					
10.	Menurut saya BRI Syariah menyediakan layanan konsultasi mengenai keuangan					
11.	Menurut saya karyawan BRI Syariah bersikap santun dalam melayani nasabah					
12.	Menurut saya karyawan BRI Syariah mampu memberi rasa aman, nyaman, dan kepercayaan dalam melayani nasabah					
13.	Menurut saya karyawan BRI Syariah mampu memberikan jawaban yang baik atas pertanyaan yang diajukan nasabah					
<i>Tangibles</i>						
14.	Menurut saya karyawan BRI Syariah berpenampilan rapi dan menunjukkan kesopanan dari segi Islami					
15.	Menurut saya ruangan dan fasilitas BRI Syariah memadai					
16.	Menurut saya ruangan dan fasilitas BRI Syariah menarik, bersih, dan nyaman					
17.	Menurut saya BRI Syariah memiliki pembatas loket pembayaran yang jelas					
<i>Empathy</i>						
18.	Menurut saya BRI Syariah menyesuaikan waktu					

	kerja dengan kebutuhan nasabah					
19.	Menurut saya BRI Syariah memberikan perhatian ekstra secara individual kepada nasabah					
20.	Menurut saya karyawan BRI Syariah memahami kebutuhan nasabah					
21.	Menurut saya karyawan BRI Syariah memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah secara memuaskan					
22.	Menurut saya karyawan BRI Syariah sangat memperhatikan nasabah					
<i>Responsiveness</i>						
23.	Menurut saya karyawan BRI Syariah memberikan pelayanan dengan cepat dan efisien					
24.	Menurut saya karyawan BRI Syariah bersedia memenuhi permintaan nasabah					
25.	Menurut saya karyawan BRI Syariah selalu mempunyai waktu dalam menanggapi permintaan nasabah					
26.	Menurut saya karyawan BRI Syariah menyampaikan informasi secara jelas ketika proses pelayanan berlangsung					

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Frequency Table

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 20 tahun	15	15.0	15.0	15.0
20 - 29 th	28	28.0	28.0	43.0
30 - 39 th	33	33.0	33.0	76.0
45 th keatas	12	12.0	12.0	88.0
> 50 tahun	12	12.0	12.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Wanita	46	46.0	46.0	46.0
Pria	54	54.0	54.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	2	2.0	2.0	2.0
SMP	4	4.0	4.0	6.0
SMA	43	43.0	43.0	49.0
Sarjana	44	44.0	44.0	93.0
Master	4	4.0	4.0	97.0
Doktor	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS (PERSEPSI)

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
PERSEP1	103.8700	111.7708	.5739	.9058
PERSEP2	104.5200	115.1612	.2699	.9124
PERSEP3	103.8800	112.2279	.5826	.9057
PERSEP4	103.9200	113.1248	.5293	.9067
PERSEP5	104.6000	113.2929	.4769	.9075
PERSEP6	104.3800	113.3491	.4927	.9073
PERSEP7	104.0600	112.3196	.4624	.9080
PERSEP8	103.8500	111.9672	.5574	.9061
PERSEP9	104.2500	113.0985	.4793	.9075
PERSEP10	104.5200	115.2420	.2886	.9116
PERSEP11	103.8000	111.1313	.6311	.9048
PERSEP12	103.8700	112.4375	.5089	.9070
PERSEP13	103.9100	111.2948	.5680	.9058
PERSEP14	104.4700	113.7264	.4005	.9091
PERSEP15	104.0800	112.6804	.4469	.9083
PERSEP16	104.0600	113.3499	.4784	.9075
PERSEP17	103.7900	110.9757	.6273	.9048
PERSEP18	104.3600	111.7883	.4852	.9075
PERSEP19	103.9900	111.7272	.5303	.9065
PERSEP20	104.2600	111.2651	.4712	.9080
PERSEP21	103.6900	111.5494	.6544	.9046
PERSEP22	103.6600	112.4893	.5874	.9057
PERSEP23	103.7500	112.6944	.5719	.9060
PERSEP24	103.8000	111.7778	.6438	.9048
PERSEP25	103.8100	111.5898	.6592	.9046
PERSEP26	104.1000	114.7576	.3987	.9089

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 26

Alpha = .9103

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS (HARAPAN)

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HARAP1	105.8400	109.4287	.3131	.9207
HARAP2	105.6300	104.3567	.6532	.9155
HARAP3	105.8300	105.4759	.6156	.9162
HARAP4	105.5000	107.7273	.4798	.9183
HARAP5	105.7300	105.2698	.5472	.9172
HARAP6	105.5800	106.2259	.5787	.9168
HARAP7	105.6800	103.8158	.6471	.9154
HARAP8	105.6800	104.7046	.6255	.9159
HARAP9	106.0700	105.2981	.4704	.9187
HARAP10	105.5800	104.0642	.6652	.9152
HARAP11	105.7000	104.3333	.6299	.9158
HARAP12	105.6700	105.0314	.5375	.9173
HARAP13	105.6400	103.8287	.6366	.9156
HARAP14	106.0400	107.0287	.4221	.9193
HARAP15	105.7700	104.9466	.5707	.9168
HARAP16	105.6900	105.1454	.6263	.9160
HARAP17	105.6300	104.6597	.6026	.9162
HARAP18	105.6800	104.4824	.5881	.9165
HARAP19	106.0100	106.8989	.3922	.9201
HARAP20	105.7300	104.6637	.5894	.9164
HARAP21	106.0100	106.4544	.4366	.9192
HARAP22	105.7200	105.4562	.5100	.9178
HARAP23	105.9100	106.7494	.5175	.9177
HARAP24	105.7000	105.3434	.5988	.9164
HARAP25	106.0100	107.9696	.3322	.9211
HARAP26	105.4700	109.7466	.3131	.9205

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 26

Alpha = .9204

No	PERSEPSI / KINERJA																													
	Compliance					Assurance					Reliability					Tangible					Empathy					Responsiveness				
	KJ1	KJ2	KJ3	KJ4	KJ5	KJ6	KJ7	KJ8	KJ9	KJ10	KJ11	KJ12	KJ13	KJ14	KJ15	KJ16	KJ17	KJ18	KJ19	KJ20	KJ21	KJ22	KJ23	KJ24	KJ25	KJ26				
35	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	2	2	5	4	5	2	5	4	5	4	4	5	4	5				
36	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4				
37	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	5	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4				
38	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5				
39	5	5	5	4	3	4	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3				
40	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5				
41	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4				
42	4	5	4	4	4	4	3	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4				
43	5	5	4	3	4	3	3	5	4	2	4	4	4	4	2	5	4	4	4	2	5	5	5	5	4	3				
44	5	3	4	5	4	3	2	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
45	4	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4				
46	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5				
47	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4					
48	5	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	3	5	5	5	4	4	3					
49	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4					
50	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	5	3	4	3	5	5	5	5	4	3				
51	5	5	5	3	3	4	5	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5				
52	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5				
53	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5				
54	5	5	5	3	4	3	4	5	2	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	4	5	4	5	4				
55	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4				
56	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4				
57	4	3	5	5	3	2	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4				
58	5	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	4	4				
59	3	4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	3				
60	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5				
61	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4				
62	5	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4				
63	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4				
64	5	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4				
65	5	2	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3				
66	5	4	5	4	4	4	4	4	5	2	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4				
67	5	3	4	4	4	4	4	5	3	3	5	5	3	4	4	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5				
68	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4				
69	5	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4				
70	5	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5				
71	5	4	5	4	3	3	5	5	2	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4				

No	PERSEPSI / KINERJA																															
	Compliance						Assurance						Reliability						Tangible						Empathy				Responsiveness			
	Kj1	Kj2	Kj3	Kj4	Kj5	Kj6	Kj7	Kj8	Kj9	Kj10	Kj11	Kj12	Kj13	Kj14	Kj15	Kj16	Kj17	Kj18	Kj19	Kj20	Kj21	Kj22	Kj23	Kj24	Kj25	Kj26						
72	4	4	4	4	3	2	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5						
73	5	3	5	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5						
74	4	2	4	4	4	4	4	5	2	5	5	5	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5						
75	5	2	5	5	4	4	4	4	3	5	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4						
76	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4						
77	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4						
78	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4						
79	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
80	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
81	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
82	3	2	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
84	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
85	4	2	5	5	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
86	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
87	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
88	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
89	4	3	2	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
90	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
91	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
92	3	4	5	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
93	4	3	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
94	4	5	5	4	3	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
95	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
96	4	4	4	4	1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
97	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
98	5	5	4	4	2	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
99	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
100	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4						
Tot	439	373	439	435	364	384	421	441	400	374	446	440	434	379	418	420	449	390	429	400	458	461	451	448	446	415						
Rata2	4.39	3.73	4.39	4.35	3.64	3.84	4.21	4.41	4	3.74	4.46	4.4	4.34	3.79	4.18	4.2	4.49	3.9	4.29	4	4.58	4.61	4.51	4.48	4.46	4.15						

No	HARAPAN																																	
	Compliance						Assurance						Reliability						Tangible						Empathy						Responsiveness			
	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26								
1	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	3	5	4	5	4	4								
2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	4								
3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5								
4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4								
5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	3	4	4	4	4									
6	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	4									
7	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4									
8	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4	4	5	4	4	5									
9	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	5									
10	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4									
11	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4									
12	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4									
13	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5									
14	3	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5									
15	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5									
16	3	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4									
17	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4									
18	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5									
19	5	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5									
20	4	3	3	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	4	3	5	4	5	5									
21	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	5	4	4	4									
22	4	5	4	4	4	5	5	3	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5	5									
23	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	4									
24	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4									
25	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	2	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	4									
26	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5									
27	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5									
28	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	3	4	5									
29	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	4	5									
30	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5									
31	3	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5									
32	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5									
33	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4									
34	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5									

No	HARAPAN																																	
	Compliance						Assurance						Reliability						Tangible						Empathy						Responsiveness			
	H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	H9	H10	H11	H12	H13	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24	H25	H26								
72	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4									
73	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4									
74	5	4	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3									
75	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4									
76	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3									
77	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5									
78	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5									
79	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	5	3	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	3									
80	5	4	3	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	3	4	3	5	4	5	5									
81	4	3	3	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5									
82	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	2	5	4	4	4									
83	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5									
84	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	5	3	5	4	5	4	3									
85	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5									
86	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4									
87	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4									
88	5	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	2	4	5	3	4	4	4	5	4	3	4									
89	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	5	3	4	5	4	4	2									
90	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5									
91	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5									
92	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2									
93	4	5	4	5	4	3	2	4	1	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5									
94	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5									
95	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5									
96	4	5	4	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	4	4	3	5	4	4	3									
97	4	5	4	4	5	4	4	2	5	4	4	4	4	5	5	4	5	3	5	4	3	5	4	4	5									
98	4	4	4	5	4	5	4	2	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	5	3	4	4	3	4									
99	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	5									
100	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5									
Tot	420	440	419	455	431	447	435	436	395	445	434	437	439	399	426	433	439	435	403	432	403	432	411	434	400	452								
Rata2	4.2	4.4	4.19	4.55	4.31	4.47	4.35	4.36	3.95	4.45	4.34	4.37	4.39	3.99	4.26	4.33	4.39	4.35	4.03	4.32	4.03	4.32	4.11	4.34	4	4.52								

No	GAP																													
	Compliance					Assurance					Reliability					Tangible					Empathy					Responsiveness				
	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	G15	G16	G17	G18	G19	G20	G21	G22	G23	G24	G25	G26				
35	0	-1	0	0	0	0	-1	0	0	1	-1	0	-2	1	0	0	-2	1	0	0	1	0	0	0	1	0				
36	1	0	0	-1	1	-1	-1	0	0	1	-1	0	-1	0	-1	0	0	0	-1	1	0	0	2	-1	0	0				
37	0	-2	-1	-1	0	0	0	0	-1	0	-1	1	-1	0	0	-1	0	-1	0	-1	0	0	1	0	2	1				
38	1	1	1	1	1	0	2	2	0	1	2	1	1	2	2	2	1	1	0	2	1	0	2	1	1	-1				
39	1	1	1	-1	-1	0	-1	0	2	-1	-1	3	1	0	1	0	1	-1	-1	0	1	0	1	1	1	0				
40	0	-2	0	0	-1	0	1	-1	-1	-1	1	1	0	1	0	-1	-1	-1	-1	-1	1	1	1	1	0					
41	0	-1	0	0	0	0	0	1	-1	0	1	1	0	1	0	-1	-1	-1	-1	-1	1	0	1	1	0					
42	0	1	0	0	0	-1	-1	1	-2	0	1	0	0	0	0	-1	0	1	1	-2	0	0	1	0	-1					
43	1	0	-1	-1	-1	-1	0	0	-2	0	-1	0	0	-2	0	0	0	1	0	-1	0	0	1	0	1					
44	1	-2	0	1	-1	-2	-1	1	-1	1	-1	-1	0	-2	0	-1	-1	-1	-2	1	0	0	1	0	-1					
45	-1	-1	0	-1	-1	-3	0	-1	-1	-1	-1	-1	0	0	1	-1	0	0	0	-1	-1	0	0	-1	0					
46	1	0	1	-1	0	-1	-1	0	0	-1	0	1	1	-1	1	0	1	0	1	0	-1	0	0	1	1					
47	-1	1	1	0	0	-1	-1	2	-1	0	0	1	1	-1	-1	0	-1	0	-1	-1	0	1	0	1	-2					
48	1	-2	0	-1	-1	0	0	-1	2	1	0	1	-1	-1	-1	2	0	-1	0	-1	0	1	0	0	1					
49	0	-1	1	-1	0	-1	1	0	-2	2	1	-1	-1	-1	0	0	-1	-1	0	0	1	1	1	-1	0					
50	-1	1	0	0	-1	0	1	0	0	1	-1	1	0	-1	-1	0	0	-1	-1	0	0	1	1	-1	0					
51	1	2	2	-1	0	0	2	1	0	1	2	2	1	1	-1	0	1	-1	-1	-2	1	1	2	2	1					
52	1	-2	-1	0	-1	-1	1	0	-1	0	-1	0	-1	0	0	-1	-2	0	0	-2	0	0	1	0	1					
53	1	0	0	0	1	0	-1	0	0	0	0	-2	-1	0	0	0	0	-2	0	0	0	0	1	0	1					
54	0	0	0	-1	0	-2	-1	1	-3	0	1	0	-1	0	1	0	1	0	-2	0	0	0	0	1	0					
55	-1	1	1	0	0	-1	0	1	1	-1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0					
56	1	-1	0	-1	-1	-2	1	0	1	-1	0	-1	1	0	1	-1	1	-1	0	-1	0	-1	0	-1	0					
57	-1	-1	1	0	-2	-3	1	0	1	-1	-1	1	-1	-1	0	0	1	-2	0	-1	0	-1	0	0	1					
58	1	-1	-1	1	0	0	0	-2	-1	0	0	0	-1	0	0	-1	-1	-1	-2	0	-1	0	0	1	0					
59	-2	0	1	1	0	0	1	-2	0	-1	1	-1	1	0	0	0	-1	-1	-1	-2	0	-1	0	0	-2					
60	1	-1	-1	-1	-1	-1	0	-1	-1	0	-1	1	0	-2	0	0	-1	-1	1	0	-1	1	0	0	1					
61	-1	-1	-1	0	-1	0	1	-1	0	1	1	-1	0	-1	0	0	0	1	1	1	0	1	-1	-1	0					
62	0	-2	0	0	-1	-1	-2	-1	-1	0	0	0	0	-1	-2	0	0	0	0	1	1	1	-1	1	0					
63	0	0	1	0	-1	0	1	0	-1	-1	0	1	0	0	-1	-1	0	-2	0	0	-1	-1	0	2	-1					
64	0	0	1	0	-1	0	1	1	0	-1	0	0	1	1	0	0	-1	0	-2	0	0	1	1	0	-1					
65	1	-2	0	-1	0	1	1	1	0	-1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	-1	1	1	1	0	-2					
66	1	-1	1	1	-1	0	1	2	-2	1	-1	1	-1	0	0	3	1	2	0	1	0	0	0	0	0					
67	1	-2	-1	-1	1	-1	0	-1	1	-2	-1	0	-1	-1	0	-1	-2	0	0	-1	-1	0	0	0	-1					
68	1	0	-1	0	0	-1	0	-1	0	-3	-1	2	0	-1	1	-2	1	-2	0	-1	0	2	0	0	0					
69	1	-2	-1	-1	-1	-1	0	0	-3	-1	0	-1	-1	-1	-1	-1	-1	0	-1	0	-1	1	1	0	-1					
70	0	0	0	1	0	-1	-1	-1	-3	-1	1	-1	-1	0	0	1	-1	0	0	-1	0	2	0	0	-1					
71	0	-1	0	0	-1	-2	1	1	0	-3	-1	1	-2	0	0	1	0	1	0	0	2	1	1	0	0					

No	GAP																																			
	Compliance						Assurance						Reliability						Tangible						Empathy						Responsiveness					
	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	G12	G13	G14	G15	G16	G17	G18	G19	G20	G21	G22	G23	G24	G25	G26										
72	0	-1	-1	0	-2	-3	1	1	0	-1	1	1	-1	-1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1								
73	1	-1	1	-1	-2	0	0	1	0	-1	1	1	0	0	1	-1	-1	0	0	0	-1	0	0	1	1	1	2	-1								
74	-1	-2	0	0	1	0	1	1	-3	1	2	1	-1	2	0	1	-1	2	0	0	0	1	-1	1	0	0	0	0								
75	1	-1	2	1	1	0	1	1	1	0	2	2	0	1	2	2	2	2	1	1	1	2	1	1	1	1	1	0								
76	1	-1	0	0	1	0	1	0	0	-1	0	1	0	1	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0								
77	1	0	0	1	-1	0	1	0	1	0	2	0	-1	0	0	0	1	-1	0	0	1	1	0	1	0	0	2	-1								
78	0	0	0	0	0	0	0	-1	0	0	0	-1	-1	0	-1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	-1								
79	1	0	0	0	1	-1	0	0	-1	0	0	0	1	-1	0	-1	0	0	0	0	0	1	1	0	1	1	0	2								
80	-1	1	2	-1	0	0	-1	0	-1	0	0	0	1	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
81	1	0	1	-1	0	-1	0	1	0	-1	0	0	0	1	-1	0	0	0	0	1	-1	2	1	0	1	1	-1	-1								
82	-1	-3	0	0	-2	0	0	1	-1	0	-2	1	0	-1	0	0	0	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
83	-1	-1	0	-1	-1	-1	-1	0	-1	0	-1	1	-1	-3	1	-1	1	-3	-1	0	-1	0	0	0	0	0	0	-1								
84	0	-1	-1	0	1	1	1	0	-1	-3	0	0	0	-2	1	0	-1	1	-1	1	-1	0	0	0	0	0	0	0								
85	0	-2	1	1	-1	-1	-1	1	-1	-2	1	-1	0	0	1	-2	1	1	-1	1	-1	0	0	0	0	0	0	0								
86	0	0	-1	0	0	-1	0	0	0	-3	-1	0	1	0	0	-1	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
87	-1	-1	-1	-1	-2	-2	-1	2	0	0	-1	0	-1	-1	-1	-1	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
88	-1	-1	-1	-1	0	0	0	1	0	0	-1	1	-1	-1	-1	-1	-1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
89	0	-1	-2	0	-1	-1	1	1	0	-1	-1	1	1	0	2	1	-2	1	-1	-1	-1	0	0	0	0	0	0	-1								
90	0	-1	0	0	-2	-1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1	0	-2	0	0	0	0	0	-1								
91	0	1	1	0	-1	0	2	1	1	1	1	1	0	1	2	1	2	-1	1	-1	1	2	2	1	1	1	1	-1								
92	-1	-1	1	-1	-3	-2	-1	-1	1	0	1	-1	0	0	-2	-1	1	2	1	1	-1	1	0	0	0	0	0	-1								
93	0	-2	0	0	-2	1	2	0	4	1	2	2	2	3	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
94	0	0	0	0	-2	0	-3	1	2	1	0	0	-1	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
95	-1	-1	0	-1	-2	0	0	0	0	0	0	-1	-1	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-1								
96	0	-1	0	0	-4	0	-1	1	2	0	0	-2	0	-1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0								
97	0	-1	0	0	-3	-1	-1	0	2	-1	0	1	0	1	-2	0	0	-1	0	-1	0	0	0	0	0	0	0	0								
98	1	1	0	-1	-2	-2	0	0	3	-1	0	2	-2	0	1	-1	-2	0	1	-3	2	1	1	0	0	0	0	-1								
99	0	0	0	0	-1	-1	-1	0	-1	-2	0	0	0	0	0	-1	-1	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	-2								
100	0	-1	0	0	0	0	0	0	-1	-1	0	0	-1	0	-1	1	-1	1	-1	0	0	0	0	0	0	0	0	-1								
Tot	19	-67	20	-20	-67	-63	-14	5	5	-71	12	3	-5	-20	-8	-13	10	-45	26	-32	55	29	40	14	46	37	-37									
Rata2	0.19	-0.7	0.2	-0.2	-0.7	-0.6	-0.1	0.05	0.05	-0.7	0.12	0.03	-0.1	-0.2	-0.1	-0.1	0.1	-0.5	0.26	-0.3	0.55	0.29	0.4	0.14	0.46	0.46	-0.4									