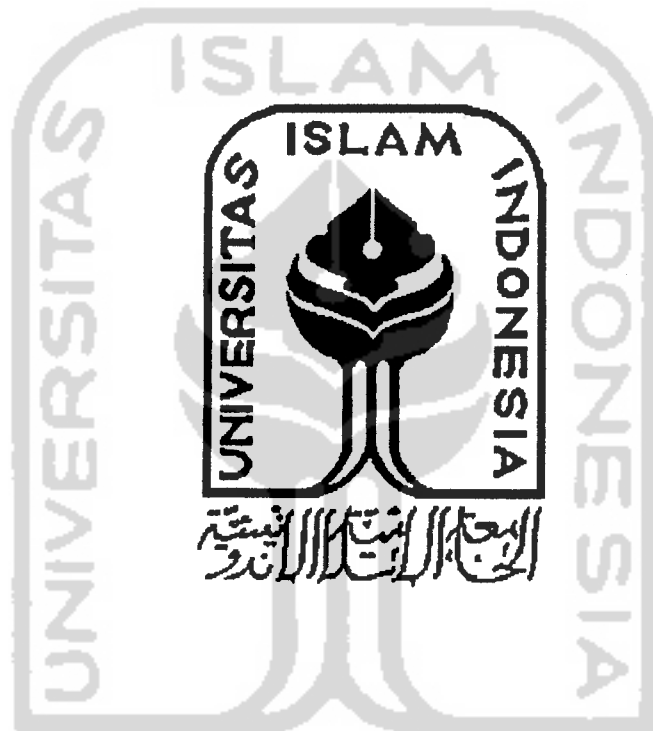


**Analisis Pengaruh *Total Quality Service (TQS)* Terhadap Kepuasan
Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto**

SKRIPSI



Oleh:

Nama : M. Faishal Anggara

No. Mahasiswa : 03 311 021

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA**

2007

**Analisis Pengaruh *Total Quality Service (TQS)* Terhadap Kepuasan
Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto**

SKRIPSI

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



Oleh:

Nama : M. Faishal Anggara
No. Mahasiswa : 03 311 021
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2007**

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 26 Juni 2007

Penulis,

M. Faishal An



SKRIPSI

Analisis Pengaruh *Total Quality Service (TQS)* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto



oleh:

Nama : M. Faishal Anggara

No. Mahasiswa : 03 311 021

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 26 Juni 2007

Telah Diperiksa dan Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing

minah diyit

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Albari', is written over a horizontal line.

(Drs, Albari, M.Si)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

Analisis Pengaruh Total Quality Service (TQS) Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto

Disusun Oleh: MUHAMMAD FAISHAL ANGGARA
Nomor mahasiswa: 03311021

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan LULUS
Pada tanggal : 18 Juli 2007

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

Penguji : Drs. Sumadi, M.Si



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Ishak, M.Bus, Ph.D

ABSTRAKSI

Analisis Pengaruh *Total Quality Service (TQS)* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto

Oleh: *M. Faishal Anggara*

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menetapkan pengaruh positif *TQS* terhadap kepuasan nasabah yang menabung pada BMI cabang Purwokerto, menetapkan dimensi manakah dalam *TQS* yang memiliki pengaruh positif paling besar terhadap kepuasan nasabah yang menabung pada BMI cabang Purwokerto, menetapkan perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto, dan menetapkan perbedaan tingkat kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto terhadap pelayanan yang diberikan oleh BMI cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik nasabah.

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Adapun sampel yang digunakan adalah 96 orang nasabah yang sedang menabung di BMI cabang Purwokerto. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis secara deskriptif dilakukan dengan cara mencari rata-rata. Penghitungan rata-rata digunakan untuk mengetahui skala interval dari distribusi kriteria pendapat berdasarkan penggunaan skala likert. Metode kuantitatif yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, uji F, uji T, uji koefisien determinasi parsial, uji peringkat bertanda Wilcoxon, dan uji beda jenjang Kruskal Wallis.

Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan sebuah persamaan garis regresi dengan masing-masing koefisien regresi bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa dimensi dalam *TQS* yang terdiri dari fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Dari hasil uji F menunjukkan bahwa ada pengaruh positif secara bersama-sama kelima dimensi *TQS* terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Hasil uji T menunjukkan bahwa pada dimensi fokus pada pelanggan, keterlibatan total, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto, sedangkan pada dimensi pengukuran tidak mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Dimensi fokus pada pelanggan merupakan dimensi yang paling besar pengaruh positifnya terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto, hal ini diketahui berdasarkan hasil uji koefisien determinasi parsial. Berdasarkan hasil uji Wilcoxon dari 12 atribut yang ditawarkan BMI cabang Purwokerto hanya terdapat satu atribut yang terbukti mempunyai perbedaan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Pada pengujian Kruskal Wallis juga hanya terdapat satu atribut yang mempunyai perbedaan signifikan tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan yang diberikan BMI cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik nasabah.

MOTTO

- *Kejarlah apa yang bermanfaat untukmu, dan mintalah pertolongan kepada Allah. Jangan mudah menyerah dan jangan pernah berkata, 'Kalau saja aku melakukan yang begini pasti akan jadi begini. Tapi katakanlah 'Allah telah mentakdirkan, dan apa yang Dia kehendaki pasti akan Dia lakukan'."*

(Al Hadist)

- *Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, maka apabila kamu telah selesai (dari suatu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap.*

(QS. Al-Insyirah: 6-8)



HALAMAN PERSEMBAHAN



Skripsi ini kupersembahkan untuk:

- ✦ *Papa & Mama, Mas Seno, Mbak Rini, Mas Irvan, & Rafli untuk cinta dan kasih sayang yang tulus.*
- ✦ *Sahabat-sahabatku yang telah mengisi hidupku.*
- ✦ *Almamaterku*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum wr. wb.

Alhamdulillah, skripsi yang berjudul: “Analisis Pengaruh *Total Quality Service (TQS)* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto” telah dapat disusun dengan baik dan lancar tanpa ada hambatan yang berarti suatu apa pun.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan Strata 1 (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Tanpa bantuan dari pihak-pihak tersebut, penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Asmai Ishak, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Albari, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah dengan sabar memberikan pengarahannya dan bimbingan dalam proses penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh Dosen atas kesabaran dan keikhlasannya membagikan ilmu dan pengalamannya kepada penulis, serta Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.
4. Papa dan Mama tercinta, Saudaraku Mas Seno, Mbak Rini, Mas Irvan, dan Keponakanku Rafli yang selalu memberikan doa dan dukungan baik moril maupun materiil dalam segala hal.

5. Sahabat-sahabatku di kampus (Tommy, Anjar, Dani, Azhar, Hary, Reza, Husni, Dwi, Amel, Nties, Wulan, dll) atas segala bantuan dan terus menerus mengingatkan kekhilafan penulis.
6. Sahabat-sahabatku di Purwokerto (Kajol, Sapi, si Tap, Dapoh, Tang-Ting, Kuprit, Trio Macan, Kebon crew, Bank street boys, dll) yang selalu memberikan dukungan baik dalam suka maupun duka.
7. Apartemen Kaswari (Jon koplo, Im de lakonte, Bang toyib, Yandi, Erwin, Joni, India man, Latiep) atas suasana yang menyenangkan selama ini.
8. Bank Muamalat Indonesia cabang Purwokerto dan seluruh responden yang telah banyak memberikan bantuan bagi kelancaran penulisan skripsi ini.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuannya.

Penulis hanya bisa berdoa, semoga Allah SWT senantiasa membalas pihak-pihak yang telah banyak membantu penulis dengan sesuatu yang lebih baik. Amin.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 26 Juni 2007
Penulis

(M. Faishal Anggara)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAKSI.....	v
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah.....	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA.....	9
2.1. Landasan Teori.....	9

2.1.1. Pemasaran	9
2.1.2. Manajemen Pemasaran.....	10
2.1.3. Perilaku Konsumen.....	12
2.1.4. Jasa.....	13
2.1.5. Pemasaran Jasa.....	15
2.1.6. Kepuasan Pelanggan.....	17
2.1.7. Total Quality Service (TQS).....	21
2.2. Kerangka Teoritis	25
2.3. Formulasi Hipotesis.....	27
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1. Definisi Operasional Variabel.....	28
3.1.1. Karakteristik Konsumen.....	28
3.1.2. Variabel Independen.....	29
3.1.3. Variabel Dependen.....	32
3.2. Skala Pengukuran.....	33
3.3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data	33
3.4. Populasi dan Sampel	35
3.4.1. Populasi.....	35
3.4.2. Sampel	36
3.5. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	38
3.5.1. Uji Validitas.....	38
3.5.2. Uji Reliabilitas.....	38
3.6. Teknik Analisis Data	39

3.6.1. Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
3.6.2. Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon.....	41
3.6.3. Uji Beda Jenjang dari Kruskal-Wallis.....	42
3.6.4. Uji F.....	44
3.6.5. Uji T.....	45
3.6.6. Uji Koefisien Determinasi Parsial.....	46
BAB IV. ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	48
4.1.1. Uji Validitas.....	48
4.1.2. Uji Reliabilitas.....	50
4.2. Deskripsi Variabel Penelitian.....	52
1. Jenis Kelamin Responden	52
2. Usia Responden.....	53
3. Pendidikan Responden	54
4. Pendapatan / Uang Saku dalam Satu Bulan	55
5. Pekerjaan Responden	56
4.3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	57
4.4. Pengujian Hipotesis.....	60
4.4.1. Uji F.....	60
4.4.2. Uji T	61
4.4.3. Uji Koefisien Determinasi.....	64
4.4.4. Uji Koefisien Determinasi Parsial.....	64
4.5. Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon	66

4.6.	Uji Beda Jenjang dari Kruskal-Wallis.....	71
1.	Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Jenis	
	Kelamin	74
2.	Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Usia	73
3.	Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Pendidikan...	76
4.	Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Pendapatan /	
	Uang Saku Rata-rata dalam Satu Bulan	77
5.	Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Pekerjaan.....	78
4.7.	Pembahasan Hasil Penelitian.....	80
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN		85
5.1.	Kesimpulan.....	85
5.2.	Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1. Hasil Uji Validitas.....	49
4.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	51
4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usia.....	54
4.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pendidikan	54
4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang Saku.....	55
4.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
4.8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	58
4.9. Hasil Uji F.....	61
4.10. Hasil Uji T	63
4.11. Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi Parsial dan Koefisien Determinasi Parsial	65
4.12. Hasil Pengujian Wilcoxon Rank Test	68
4.13. Hasil Uji Kruskal Wallis pada Kepuasan Nasabah BMI cabang Purwokerto Berdasarkan Karakteristik Responden	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Konsep Total Quality Service (TQS).....	26



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam sejarah perekonomian umat Islam, pembiayaan yang dilakukan dengan akad yang sesuai syariah telah menjadi bagian dari tradisi umat Islam sejak zaman Rasulullah Saw. Praktek-praktek seperti menerima titipan harta, meminjamkan uang untuk keperluan konsumsi dan untuk keperluan bisnis, serta melakukan pengiriman uang, telah lazim dilakukan sejak zaman Rasulullah. Dengan demikian, fungsi-fungsi utama perbankan modern, yaitu menerima deposit, menyalurkan dana, dan melakukan transfer dana telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat Islam, bahkan sejak zaman Rasulullah.

Bank syariah atau bank bagi hasil merupakan bank yang beroperasi dengan prinsip-prinsip syariah Islam (Martono, 2002). Di dalam operasinya, bank syariah mengikuti aturan *Al Qur'an - Hadist* dan regulasi dari pemerintah. Sesuai dengan perintah dan larangan syariah, maka praktek-praktek yang mengandung unsur riba dihindari, sedangkan yang diikuti adalah praktek-praktek bisnis yang dilakukan di zaman Rasulullah.

Di Indonesia, bank syariah yang pertama didirikan adalah Bank Muamalat Indonesia (BMI). Bank Muamalat Indonesia didirikan dengan Akte Notaris Yudo Paripurno, SH tanggal 1 November 1991 dan Izin Menteri Kehakiman No. C 2.2413.HT.01.01. Setelah memperoleh izin prinsip sesuai surat Menteri Keuangan No. 1223/MK.013/1991 tanggal 5 November 1991 dan Izin Usaha

sesuai Keputusan Menteri Keuangan RI No. 430/KMK:013/1992 tanggal 24 April 1992, maka Bank Muamalat Indonesia pada tanggal 1 Mei 1992 mulai beroperasi dengan total modal dasar sebesar Rp 500 milyar (Martono, 2002). Walaupun perkembangannya agak terlambat bila dibandingkan dengan negara-negara muslim lainnya, perbankan syariah di Indonesia akan terus berkembang. Bila pada periode tahun 1992-1998 hanya ada satu unit bank syariah, maka pada tahun 2005, jumlah bank syariah di Indonesia telah bertambah menjadi 20 unit, yaitu 3 bank umum syariah dan 17 unit usaha syariah. Sementara itu, jumlah Bank Perkreditan Rakyat Syaariah (BPRS) hingga akhir tahun 2004 bertambah menjadi 88 buah (Adiwarman, 2006).

Arti penting peran Bank Muamalat Indonesia (dan bank syariah lainnya) adalah untuk lebih mendorong masyarakat Indonesia (khususnya yang beragama Islam) menjadi *Islamic bank minded*. Sebab bagian terbesar dari masyarakat Indonesia menganut agama Islam dan masih banyak di antaranya yang enggan mengadakan hubungan muamalah dengan bank konvensional. Dalam beberapa tahun terakhir, perbankan syariah terus menunjukkan perkembangan yang lebih cepat dari perkiraan. Bank-bank konvensional pun mulai berlomba-lomba membuka divisi syariah karena melihat minat masyarakat yang demikian tinggi terhadap produk perbankan syariah.

Untuk dapat menghadapi persaingan dalam bisnis perbankan syariah yang semakin ketat ini, Bank Muamalat Indonesia harus dapat meningkatkan kualitas jasanya agar dapat terus bertahan dan semakin berkembang. Industri jasa termasuk jasa perbankan pada situasi sekarang ini mengalami pertumbuhan

yang sangat cepat dan berkembang menjadi sangat kompleks. Kesadaran konsumen akan kualitas menjadikan kualitas sebagai salah satu hal terpenting yang dapat digunakan sebagai alat untuk bersaing yang efektif bagi setiap organisasi. Strategi pemasaran bagi organisasi jasa yang pokok sangat berkaitan dengan tiga hal, yaitu melakukan diferensiasi kompetitif, mengelola kualitas jasa, dan mengelola produktifitas (Tjiptono, 2004). Dengan pendekatan kualitas total ini produktifitas, motivasi, dan loyalitas karyawan akan meningkat dan hal tersebut akan menyebabkan pelayanan karyawan akan lebih baik, dan akhirnya menjadikan keunggulan kompetitif yang membedakannya dari organisasi jasa yang lain.

Salah satu pendekatan dalam pengelolaan kualitas jasa yang ditujukan untuk memberikan layanan yang bermutu kepada konsumen adalah dengan *Total Quality Service (TQS)*. *Total Quality Service (TQS)* didefinisikan oleh Stamatis (1996) sebagai sistem manajemen strategik dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan, serta menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara berkesinambungan proses-proses organisasi agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen (Tjiptono, 2004). Dari pengertian tersebut, konsumen menjadi kunci yang dominan untuk menentukan segala aktivitas dan keputusan dalam organisasi jasa.

Sebagai suatu sistem yang strategis di dalam mewujudkan kualitas jasa, menurut Stamatis (1996) *TQS* memfokuskan pada lima hal pokok, yaitu (Tjiptono, 2004) :

- (1) *Customer Focus* (fokus pada pelanggan), identifikasi pelanggan adalah prioritas utama, langkah selanjutnya adalah identifikasi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka. Selain itu, organisasi juga wajib menjalin hubungan kemitraan dengan para pemasok kunci atas dasar *win-win situation*;
- (2) *Total Involvement* (keterlibatan total), keterlibatan total mengandung arti komitmen total. Manajemen harus memberikan peluang perbaikan bagi semua karyawan dan menunjukkan kualitas kepemimpinan yang bisa memberikan inspirasi positif bagi organisasi yang dipimpinnya. Manajemen juga harus mendelegasikan tanggung jawab dan wewenang penyempurnaan proses kerja pada mereka yang secara aktual melaksanakan pekerjaan yang bersangkutan;
- (3) *Measurements* (pengukuran), menjadi kebutuhan pokok bagi organisasi jasa adalah menyusun ukuran-ukuran dasar baik internal maupun eksternal bagi organisasi dan konsumen. Unsur-unsur sistem pengukuran terdiri atas : (a) menyusun ukuran proses dan hasil, (b) mengidentifikasi output dari proses-proses kinerja kritis dan mengukur kesesuaiannya dengan tuntutan pelanggan, dan (c) mengoreksi penyimpangan dan meningkatkan kinerja;
- (4) *Systematic support* (dukungan sistematis), dalam hal ini manajemen bertanggung jawab dalam mengelola proses kualitas antara lain dengan cara menghubungkan kualitas dengan sistem manajemen yang diterapkan, seperti perencanaan strategik, komunikasi, penghargaan dan promosi karyawan, dan sebagainya;

(5) *Continuous Improvement* (perbaikan berkesinambungan), dalam rangka perbaikan berkelanjutan setiap orang dalam organisasi bertanggung jawab untuk melakukan perbaikan, mengurangi waktu siklus, mengantisipasi perubahan kebutuhan dan mau menerima umpan balik tanpa rasa takut dan khawatir.

Dengan pendekatan *TQS* seluruh individu terlibat langsung dalam pengelolaan kualitas, didukung dengan sistem dan pengukuran standar yang jelas dan berlangsung secara terus-menerus sehingga meningkatkan kualitas jasa yang disampaikan.

Dengan meningkatnya kualitas jasa diharapkan kepuasan konsumen pun akan meningkat. Kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya (Mowen dan Minor, 2002). Ini merupakan penilaian evaluatif pascapemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan / mengkonsumsi barang atau jasa tersebut. Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah pencapaian laba dan kepuasan konsumen. Tidak ada gunanya menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas kalau tidak dapat menciptakan dan mempertahankan konsumen. Mempertahankan konsumen artinya mengharapkan konsumen melakukan pembelian ulang atas produk dan jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari. Untuk menciptakan pembelian ulang tentunya perusahaan harus memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Setiap konsumen mempunyai perilaku yang berbeda antara satu dengan yang lainnya dalam proses pembelian suatu barang atau jasa. Salah satu penyebabnya adalah perbedaan karakteristik konsumen tersebut. Karakteristik konsumen tersebut dapat diklasifikasikan berdasarkan demografi, yaitu kategori usia, gender, pendidikan, tingkat penghasilan, dan pekerjaannya.

Bank Muamalat Indonesia sebagai salah satu bank syariah di Indonesia diharapkan mampu untuk meningkatkan kualitas jasanya dalam upaya memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumennya. Dengan latar belakang permasalahan tersebut, maka penulis terdorong untuk melakukan penelitian dengan judul *“Analisis Pengaruh Total Quality Service (TQS) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto.”*

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, masalah yang ingin penulis pecahkan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh positif *TQS* yang terdiri dari dimensi fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan terhadap kepuasan nasabah yang menabung pada BMI cabang Purwokerto?
2. Dimensi *TQS* manakah yang memiliki pengaruh positif paling besar terhadap kepuasan nasabah yang menabung pada BMI cabang Purwokerto?
3. Adakah perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto?

4. Adakah perbedaan tingkat kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto terhadap pelayanan yang diberikan oleh BMI cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik nasabah?

1.3. Batasan Masalah

Mengingat luasnya masalah yang akan diteliti, maka peneliti melakukan pembatasan masalah pada :

1. Perusahaan yang akan dilaksanakan sebagai tempat penelitian ini adalah BMI cabang Purwokerto.
2. Responden yang menjadi obyek penelitian ini adalah nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto.
3. Batasan yang berkenaan dengan atribut adalah dimensi dalam *TQS* : Fokus pada pelanggan, Keterlibatan total, Pengukuran, Dukungan sistematis, dan Perbaikan berkesinambungan. Selain kelima dimensi dalam *TQS* tersebut, misalnya : mengenai produk jasa yang ditawarkan, sistem bagi hasil, dan lokasi BMI cabang Purwokerto dianggap sudah baik dan sudah dapat memuaskan nasabah sehingga tidak dimasukkan ke dalam variabel penelitian.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menetapkan pengaruh positif *TQS* yang terdiri dari dimensi fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan

perbaikan berkesinambungan terhadap kepuasan nasabah yang menabung pada BMI cabang Purwokerto.

2. Untuk menetapkan dimensi manakah dalam *TQS* yang memiliki pengaruh positif paling besar terhadap kepuasan nasabah yang menabung pada BMI cabang Purwokerto.
3. Untuk menetapkan perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto.
4. Untuk menetapkan perbedaan tingkat kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto terhadap pelayanan yang diberikan oleh BMI cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik nasabah.

1.5. Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan Perbankan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan pertimbangan kepada bank-bank dalam menetapkan kebijaksanaan yang hubungannya dengan kepuasan nasabah yang menabung di bank tersebut.

2. Bagi Peneliti

Merupakan kesempatan untuk menerapkan disiplin ilmu yang didapat penulis selama duduk di bangku kuliah.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai sumber informasi dan sumber untuk mengadakan penelitian secara lebih lanjut.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Pemasaran

Kebutuhan dan keinginan manusia dari waktu ke waktu selalu meningkat dan berkembang. Kegiatan pemasaran harus diarahkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia. Sejak awal orang mengenal kegiatan pemasaran hanya menitikberatkan pada barang, kemudian pada lembaga-lembaga yang diperlukan untuk melaksanakan proses jual beli dan terakhir pada fungsi-fungsi untuk memungkinkan adanya transaksi pemasaran.

Pemasaran merupakan kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran atau suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dipromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa, baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dalam siklus yang berawal dan berakhir dengan pemuasan kebutuhan konsumen. Philip Kotler (1993) mendefinisikan pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dengan mana individu-individu dan kelompok-kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran dan pertukaran produk-produk yang bernilai dengan pihak lain.

Pride dan Ferrel (1995) mendefinisikan pemasaran sebagai, “kegiatan-kegiatan para individu dan organisasi yang dilakukan untuk memudahkan atau mendukung hubungan pertukaran yang memuaskan dalam sebuah lingkungan yang dinamis melalui penciptaan, distribusi, promosi, dan penetapan harga untuk barang, jasa, dan gagasan.”

Pemasaran bukan sekedar menjual barang atau memindahkan barang dan jasa kepada konsumen saja melainkan mencakup semua kegiatan yang menitikberatkan pada usaha memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen.

2.1.2. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran bertugas mempengaruhi tingkat, waktu, dan komposisi permintaan untuk membantu perusahaan mencapai sasarnya. Dari waktu ke waktu, permintaan yang ada dapat lebih rendah, sama atau lebih tinggi dari yang diinginkan. Manajemen pemasaran bertugas untuk menghadapi keadaan yang berubah-ubah ini.

Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pembeli untuk tujuan mencapai objektif organisasi (Kotler dan Armstrong, 2001).

Pride dan Ferrel (1995) mendefinisikan manajemen pemasaran sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian kegiatan-kegiatan pemasaran untuk membantu dan mendukung pertukaran yang efektif dan efisien.

Perencanaan adalah proses sistematis untuk menilai kesempatan dan sumberdaya, menetapkan tujuan-tujuan pemasaran, mengembangkan strategi pemasaran, mengembangkan rencana untuk pelaksanaan dan pengendalian. Perencanaan menetapkan kapan dan bagaimana kegiatan-kegiatan pemasaran akan dilakukan dan siapa yang akan melakukan hal tersebut.

Pengorganisasian kegiatan-kegiatan pemasaran merujuk pada pengembangan struktur internal dalam unit pemasaran. Struktur adalah kunci dalam mengarahkan kegiatan-kegiatan pemasaran. Unit pemasaran dapat diorganisasikan berdasarkan fungsi, produk, wilayah, jenis konsumen, atau gabungan keempatnya. Pelaksanaan rencana-rencana pemasaran yang benar sangat berguna pada koordinasi kegiatan-kegiatan pemasaran, motivasi para tenaga pemasaran, dan komunikasi yang efektif di dalam unit pemasaran.

Pengendalian pemasaran terdiri dari penetapan standar untuk kerja, pengevaluasian untuk kerja aktual dengan membandingkannya dengan standar yang telah ditetapkan dan mengurangi kesenjangan antara unjuk kerja aktual dan unjuk kerja yang diinginkan. Pengendalian harus memastikan tingkat arus informasi yang memungkinkan seorang manajer pemasaran untuk dapat dengan cepat mendeteksi kesenjangan antara tingkat unjuk kerja aktual dan unjuk kerja yang diinginkan. Pengendalian harus dengan akurat memantau berbagai kegiatan yang berbeda dan harus cukup luwes untuk dapat menyesuaikan kegiatan-kegiatan tersebut dengan perubahan. Proses pengendalian harus ekonomis, sehingga biaya pengendalian relatif rendah dibandingkan dengan biaya yang harus dikeluarkan jika tidak ada pengendalian.

2.1.3. Perilaku Konsumen

Pemahaman mengenai kebutuhan dan keinginan konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi semua perusahaan. Tujuan kegiatan pemasaran adalah untuk mempengaruhi pembeli untuk bersedia membeli barang dan jasa perusahaan pada saat mereka membutuhkan. Kebutuhan dan keinginan konsumen dapat tercapai jika suatu perusahaan mampu memahami perilaku konsumen dengan baik. Seorang manajer pemasaran harus mempunyai pengetahuan seksama tentang perilaku konsumen agar dapat memberikan definisi pasar yang baik untuk mengikuti perubahan yang konsisten dan terus menerus, serta untuk merancang bauran pemasaran yang tepat.

Menurut *American Marketing Association* yang terdapat dari buku karangan Peter dan Olson (1999) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai “interaksi dinamis antara pengaruh dan kognisi, perilaku, dan kejadian sekitar kita dimana manusia melakukan aspek pertukaran dalam hidup mereka.” Paling tidak ada tiga ide penting dalam definisi di atas :

- a. Perilaku konsumen adalah dinamis, ini berarti bahwa seorang konsumen, grup konsumen, serta masyarakat luas selalu berubah dan bergerak sepanjang waktu. Hal ini memiliki implikasi terhadap studi perilaku konsumen, demikian pula pada pengembangan strategi pemasaran.
- b. Perilaku konsumen melibatkan interaksi, ini berarti untuk memahami konsumen dan mengembangkan strategi pemasaran yang tepat produsen harus memahami apa yang mereka pikirkan dan mereka rasakan, apa yang mereka lakukan, dan apa serta dimana (kejadian di sekitar) yang

mempengaruhi serta dipengaruhi oleh apa yang dipikirkan, dirasa, dan dilakukan konsumen.

- c. Perilaku konsumen melibatkan pertukaran, hal ini berarti pertukaran diantara individu yang membuat definisi perilaku konsumen tetap konsisten dengan definisi pemasaran yang sejauh ini menekankan pertukaran.

Mowen dan Minor (2002) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide. Mengapa dikatakan unit pembelian di sini, karena menurut mereka konsumen yang melakukan pembelian bisa merupakan individu, kelompok, dan konsumen industri. Definisi tersebut juga menyatakan bahwa proses pertukaran melibatkan langkah-langkah, dimulai dengan tahap perolehan dan akuisisi (*acquisition phase*), lalu ke tahap konsumsi (*consumption phase*), dan berakhir dengan tahap disposisi (*disposition phase*) produk atau jasa.

2.1.4. Jasa

Perbedaan secara jelas antara barang dengan jasa sebenarnya susah dilakukan karena barang tertentu biasanya ditawarkan dengan disertai jasa tertentu atau sebaliknya pembelian suatu jasa seringkali meliputi barang-barang yang melengkapinya. Kotler (1997) mendefinisikan jasa sebagai “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun.”

Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner (1996) memberikan batasan tentang jasa sebagai berikut : pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya bukan berupa produk fisik atau konstruksi, yang umumnya dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan serta memberikan nilai tambah (misalnya : kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan) konsumen (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Sementara perusahaan yang memberikan operasi jasa adalah perusahaan yang memberikan konsumen produk jasa baik yang berwujud atau tidak, seperti : transportasi, hiburan, restoran, dan pendidikan.

Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk barang (fisik). Griffin (1996) menyebutkan karakteristik jasa sebagai berikut (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006) :

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.

2. *Unstorability* (tidak dapat disimpan)

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

3. *Customization* (kustomisasi)

Jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

2.1.5. Pemasaran Jasa

Pemasaran merupakan penghubung antara organisasi dengan konsumennya. Peran penghubung ini akan berhasil bila semua upaya pemasaran diorientasikan kepada konsumen. Keterlibatan semua pihak, dari manajemen puncak hingga karyawan non-manajerial, dalam merumuskan maupun mendukung pelaksanaan pemasaran yang berorientasi kepada konsumen tersebut, merupakan hal yang tidak bisa ditawar-tawar lagi. Menurut Lovelock (1991) alasannya ialah karena pemasaran semestinya (Yazid, 1999) :

1. mencakup perumusan upaya-upaya strategik yang dilakukan oleh manajemen puncak,
2. merupakan fungsi dari sejumlah aktivitas yang dilakukan oleh manajemen tingkat bawah (seperti : kebijakan produk, penetapan harga, cara penyajian jasa, atau upaya-upaya komunikasi), dan
3. merupakan sarana bagi upaya untuk menjadikan keseluruhan bagian organisasi berorientasi kepada konsumen.

Jika pemasaran jasa dipandang sebagai suatu sistem, maka akan terdiri dari sistem bisnis jasa dan elemen-elemen yang memberi kontribusi kepada pandangan konsumen terhadap organisasi secara keseluruhan. Elemen-elemen lain tersebut mencakup upaya-upaya komunikasi dari bagian periklanan dan atau penjualan, telepon dan surat dari personel, nota dari bagian akuntansi, *disply random* kepada personel dan fasilitas jasa, pemberitaan dan editorial di media masa, informasi getok-tular dari konsumen yang sekarang atau yang

terdahulu, dan bahkan riset pasar. Komponen-komponen sistem pemasaran jasa (Yazid, 1999) :

1. Personel jasa

Kontak dengan personel jasa bisa saja berlangsung secara tatap muka, komunikasi jarak jauh (via telepon, fax, telegram, telex, atau e-mail) atau dengan surat dan penyajian secara cepat (ekspres). Personel jasa mencakup : perwakilan penjualan, staf pelayanan jasa, staf akuntansi / penagihan, staf operasi yang secara normal tidak memberikan jasa secara langsung kepada konsumen, dan perantara yang ditunjuk yang dianggap konsumen sebagai pihak yang mewakili perusahaan jasa.

2. Fasilitas dan peralatan jasa

- bangunan luar, tempat parkir, halaman atau taman
- bangunan dalam dan mebelair
- kendaraan
- peralatan swa-layan yang akan dioperasikan oleh konsumen
- peralatan lain

3. Komunikasi nonpersonal

- surat-surat
- brosur / katalog / manual-manual instruksi
- periklanan
- papan rambu-rambu
- cerita-cerita baru / editorial dalam media masa

4. Orang lain

- konsumen lain yang ikut hadir selama penyajian jasa berlangsung
- konsumen dari mulut-ke-mulut yang berasal dari teman, sahabat, atau bahkan orang asing

Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan alat bagi pemasar yang terdiri atas berbagai unsur suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan agar implementasi strategi pemasaran dan *positioning* yang ditetapkan dapat berjalan sukses (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Unsur bauran pemasaran jasa terdiri atas tujuh hal, yaitu :

1. *Product* (produk) : jasa seperti apa yang ingin ditawarkan.
2. *Price* (harga) : bagaimana strategi penentuan harga.
3. *Promotion* (promosi) : bagaimana promosi yang harus dilakukan.
4. *Place* (tempat) : bagaimana sistem penyampaian jasa yang akan diterapkan.
5. *People* (orang) : jenis kualitas dan kuantitas orang yang akan terlibat dalam pemberian jasa.
6. *Process* (proses) : bagaimana proses dalam operasi jasa tersebut.
7. *Customer service* (layanan konsumen) : tingkat jasa yang bagaimana yang akan diberikan kepada konsumen.

2.1.6. Kepuasan Pelanggan

Kata 'kepuasan atau *satisfaction*' berasal dari bahasa Latin "*satis*" (artinya cukup baik, memadai) dan "*facio*" (melakukan atau membuat). Secara sederhana kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau

membuat sesuatu memadai. Namun, ditinjau dari perspektif perilaku konsumen, istilah kepuasan pelanggan lantas menjadi sesuatu yang kompleks. Kepuasan pelanggan adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya (Mowen dan Minor, 2002). Ini merupakan penilaian evaluatif pascapemilihan yang disebabkan oleh seleksi pembelian khusus dan pengalaman menggunakan / mengkonsumsi barang atau jasa tersebut. Swan, *et al.* (1980) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan / pemakaiannya (Tjiptono, 2004).

Tujuan yang ingin dicapai oleh perusahaan adalah pencapaian laba dan kepuasan konsumen. Tidak ada gunanya menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas kalau tidak dapat menciptakan dan mempertahankan konsumen. Mempertahankan konsumen artinya mengharapkan konsumen melakukan pembelian ulang atas produk dan jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul dikemudian hari. Untuk menciptakan pembelian ulang tentunya perusahaan harus memberikan kepuasan kepada konsumennya.

Kepuasan pelanggan memainkan peran yang sangat penting dalam industri yang sangat bersaing karena terdapat perbedaan yang sangat besar dalam loyalitas antara pelanggan yang sekedar puas dengan yang benar-benar puas atau senang. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya, suatu perusahaan pertama-tama harus mencari tahu seberapa puas atau tidak puas pelanggan mereka sekarang. Tidak ada satu pun ukuran tunggal terbaik mengenai kepuasan

pelanggan yang disepakati secara universal. Cara yang umum digunakan untuk mengukur kepuasan adalah dengan meminta pelanggan mengidentifikasi faktor-faktor apa saja yang penting untuk memuaskan mereka dan kemudian mengevaluasi kinerja penyedia jasa dan pesaingnya berdasarkan faktor-faktor tersebut. Pada penelitian ini, kepuasan pelanggan diukur dengan cara mengukur secara langsung pengaruh positif dari kelima dimensi *Total Quality Service* terhadap kepuasan pelanggan. Kelima dimensi dari *Total Quality Service* yang digunakan adalah sebagai berikut : fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan. Masing-masing dari kelima dimensi tersebut memiliki indikator tersendiri yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan.

Begitu suatu perusahaan telah mengumpulkan data tentang kepuasan dari pelanggannya, langkah berikutnya adalah memutuskan strategi yang paling tepat untuk meningkatkan kepuasan. Banyak strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, tetapi membutuhkan biaya mahal untuk merancang dan mengimplementasikannya. Perusahaan perlu memutuskan mana usaha peningkatan kualitas yang akan memberikan pengembalian keuangan terbesar.

Menurut Tjiptono (2002), terdapat lima faktor yang harus diperhatikan perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu :

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia jika menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga, produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga relatif lebih murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya, pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa jika cenderung puas pada produk atau jasa tersebut.

Kepuasan pelanggan dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk laba masa depan. Fakta bahwa menarik pelanggan baru jauh lebih mahal daripada mempertahankan pelanggan saat ini juga menjadi salah satu pemicu meningkatnya perhatian pada kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggannya, perusahaan selalu berusaha meningkatkan kualitas produk / jasanya. Perusahaan-perusahaan yang terkenal karena memberikan kualitas produk / jasa yang sangat tinggi akan mahir mendengarkan pelanggan dan karyawan garis depan mereka. Untuk melakukan hal ini secara efektif, perusahaan perlu menciptakan proses penelitian produk / jasa yang berkesinambungan yang akan menyediakan data yang berguna dan terbaru bagi para manajer.

2.1.7. Total Quality Service (TQS)

Total Quality Service (TQS) didefinisikan oleh Stamatis (1996) sebagai sistem manajemen strategik dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan serta menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara kesinambungan proses-proses organisasi, agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen (Tjiptono, 2004). *TQS* berfokus pada lima bidang, yaitu :

1. Fokus pada pelanggan (*customer focus*)

Identifikasi pelanggan adalah prioritas utama. Apabila ini dilakukan, langkah selanjutnya adalah identifikasi kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka. Selain itu, organisasi juga wajib menjalin hubungan kemitraan dengan para pemasok kunci atas dasar *win-win situation*. Indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi ini antara lain :

a. Fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan

Indikator ini menunjukkan bahwa fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan telah menimbulkan rasa nyaman bagi para pelanggannya selama proses pelayanan berlangsung.

b. Kebutuhan pelanggan

Indikator ini menunjukkan bahwa perusahaan telah mengetahui kebutuhan para pelanggannya dengan baik sehingga produk jasa yang ditawarkan telah sesuai dengan kebutuhan para pelanggannya.

c. Keinginan pelanggan

Indikator ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat memenuhi apa yang diinginkan oleh para pelanggannya selama menggunakan jasa perusahaan tersebut.

2. Keterlibatan total (*total involvement*)

Keterlibatan total mengandung arti komitmen total. Manajemen harus memberikan peluang perbaikan bagi semua karyawan dan menunjukkan kualitas kepemimpinan yang bisa memberikan inspirasi positif bagi organisasi yang dipimpinnya. Manajemen juga harus mendelegasikan tanggung jawab dan wewenang penyempurnaan proses kerja pada mereka yang secara aktual melaksanakan pekerjaan yang bersangkutan. Indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi ini antara lain :

a. Pengetahuan karyawan

Indikator ini menunjukkan bahwa penguasaan pengetahuan yang dimiliki karyawan tentang produk jasa yang ditawarkan perusahaan kepada para pelanggannya sudah baik sehingga menyebabkan pelayanan yang diberikan karyawan perusahaan tidak mengecewakan para pelanggannya.

b. Sikap pimpinan

Indikator ini menunjukkan bahwa pimpinan perusahaan mempunyai kemauan untuk turun tangan dan berpartisipasi aktif dalam menangani masalah pelanggan yang berhubungan dengan penggunaan jasa perusahaan.

c. Sikap karyawan

Indikator ini menunjukkan bahwa sikap karyawan selama proses pelayanan jasa perusahaan kepada para pelanggannya berlangsung sudah baik.

3. Pengukuran (*measurement*)

Menjadi kebutuhan pokok bagi organisasi jasa adalah menyusun ukuran-ukuran dasar baik internal maupun eksternal bagi organisasi dan konsumen.

Unsur-unsur sistem pengukuran terdiri atas :

- a. Meyusun ukuran proses dan hasil.
- b. Mengidentifikasi output dari proses-proses kinerja kritis dan mengukur kesesuaiannya dengan tuntutan pelanggan.
- c. Mengoreksi penyimpangan dan meningkatkan kinerja.

Indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi ini antara lain :

a. Standardisasi kinerja

Indikator ini menunjukkan bahwa perusahaan memiliki standardisasi kinerja yang baik sehingga kualitas jasa yang ditawarkan kepada setiap pelanggannya sudah mempunyai standar yang jelas.

b. Pengoreksian penyimpangan

Indikator ini menunjukkan bahwa perusahaan selalu berusaha mengoreksi setiap penyimpangan yang terjadi pada produk jasa yang ditawarkan perusahaan sehingga jasa pelayanan yang ditawarkan perusahaan menjadi lebih baik.

4. Dukungan Sistematis (*systematic support*)

Manajemen bertanggung jawab mengelola proses kualitas dengan cara :

- a. Membangun infrastruktur kualitas yang dikaitkan dengan struktur manajemen internal.
- b. Menghubungkan kualitas dengan sistem manajemen yang ada, seperti : perencanaan strategik, manajemen kinerja, penghargaan dan promosi kepada pelanggan serta komunikasi.

Indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi ini antara lain :

a. Sistem pemberian pelayanan

Indikator ini menunjukkan bahwa sistem pemberian pelayanan yang diberlakukan perusahaan dapat memudahkan para pelanggannya dalam menggunakan jasa pelayanan perusahaan.

b. Komunikasi dengan pelanggan

Indikator ini menunjukkan bahwa adanya komunikasi yang baik antara perusahaan dengan pelanggannya baik pada saat penyampaian informasi mengenai layanan jasa yang ditawarkan perusahaan maupun selama pemberian layanan jasa tersebut berlangsung.

5. Perbaikan Berkesinambungan

Setiap orang bertanggung jawab untuk :

- a. Mengantisipasi perubahan kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan.
- b. Mendorong dan dengan senang hati menerima umpan balik-tanpa rasa takut atau khawatir.

Indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi ini antara lain :

a. Menerima masukan dari pelanggan

Indikator ini menunjukkan bahwa perusahaan mau menerima masukan dari para pelanggannya demi perbaikan kinerja perusahaan.

b. Mengantisipasi perubahan

Indikator ini menunjukkan bahwa perusahaan mampu menghadapi setiap perubahan-perubahan yang terjadi dalam dunia bisnis dengan baik dan pelanggan selalu diberitahu setiap perubahan apa yang terjadi di perusahaan.

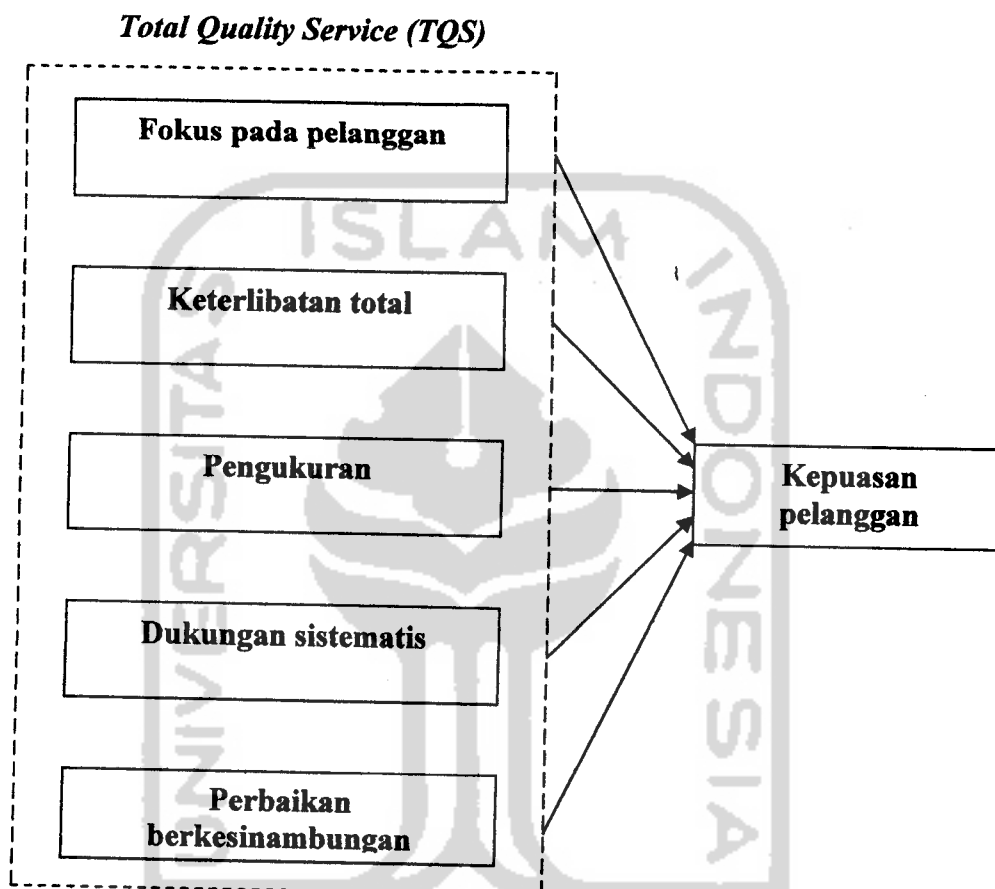
Jika implementasi konsep *TQS* yang berfokus pada kelima hal di atas berjalan dengan baik, maka akan memberikan manfaat yang diperlukan oleh karyawan dalam penyampaian jasanya karena *TQS* dapat :

- meningkatkan indeks kepuasan kualitas konsumen
- meningkatkan produktivitas dan efisiensi
- meningkatkan moral dan semangat karyawan
- meningkatkan laba dan pangsa pasar
- meningkatkan kepuasan konsumen

2.2. Kerangka Teoritis

Dalam penelitian ini penyusun meneliti seberapa kuat penerapan sistem kualitas pada BMI cabang Purwokerto dengan konsep *Total Quality Service (TQS)* dan dimensi kualitas pelayanan yang dapat memberikan kontribusi

terhadap kepuasan nasabah. Adapun kerangka pemikiran secara sistematis dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.1 : Konsep Total Quality Service (TQS)
Sumber : Stamatis (1996)

Terdapat lima dimensi dari *Total Quality Service* yaitu fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan. Kelima aspek tersebut berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini akan diteliti pengaruh positif *TQS* terhadap kepuasan pelanggan dan dimensi mana yang paling besar pengaruh positifnya terhadap kepuasan pelanggan, perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dengan

kepuasan pelanggan, dan perbedaan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan berdasarkan karakteristik pelanggan.

2.3. Formulasi Hipotesis

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

1. Dimensi dalam *TQS* yang terdiri dari fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang menabung pada BMI cabang Purwokerto.
2. Ada perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto.
3. Ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto terhadap pelayanan yang diberikan oleh BMI cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik nasabah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Definisi Operasional Variabel

Dalam usaha untuk menghindari penyimpangan penafsiran, maka dalam penelitian ini variabel-variabel yang dijadikan tolak ukur adalah :

3.1.1 Karakteristik Konsumenten

Karakteristik konsumen adalah sifat-sifat yang membedakan konsumen yang satu dengan yang lain. Perbedaan tersebut dapat menyebabkan perilaku konsumen yang satu dengan yang lain tidak sama. Dalam pengelompokan karakteristik konsumen didasarkan pada faktor demografi yang meliputi : gender, usia, tingkat pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan. Adapun rincian dari karakteristik konsumen tersebut meliputi:

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin sering berpengaruh pada sikap seseorang terhadap objek.

- Laki-laki
- Perempuan

2. Usia

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

- Kurang dari 21 tahun
- 21 tahun – 40 tahun
- Lebih dari 40 tahun

3. Tingkat pendidikan

Tingkat pendidikan adalah jenjang pendidikan terakhir yang diselesaikan oleh responden.

- \leq SMU
- $>$ SMU

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

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

- Kurang dari Rp 1.000.000
- Rp 1.000.000 sampai Rp 2.000.000
- Lebih dari Rp 2.000.000

5. Pekerjaan

Pekerjaan merupakan aktivitas utama yang dilakukan setiap hari oleh responden.

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

3.1.2 Variabel Independen

Variabel independen adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya atau berubahnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah *Total Quality Service (TQS)*. Yang termasuk dimensi dalam variabel *Total Quality Service (TQS)* yang mempunyai pengaruh terhadap

kepuasan pelanggan disimbolkan dalam huruf X, yaitu : fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4) dan perbaikan berkesinambungan (X_5). Penjelasan masing-masing dimensi dalam variabel *Total Quality Service (TQS)* dan indikator-indikator pengukurannya adalah sebagai berikut :

- a. Fokus pada pelanggan : dalam *TQS* pengidentifikasian konsumen merupakan prioritas utama, kemudian dilanjutkan dengan pengidentifikasian kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka.

Indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi ini antara lain :

1. Nasabah merasa bahwa fasilitas dalam kantor BMI cabang Purwokerto telah mendukung kenyamanan para nasabahnya.
2. Nasabah merasa bahwa produk jasa yang ditawarkan oleh BMI cabang Purwokerto telah sesuai dengan kebutuhan para nasabahnya.
3. Nasabah merasa bahwa kualitas jasa yang ditawarkan oleh BMI cabang Purwokerto telah sesuai dengan keinginan nasabahnya.

- b. Keterlibatan total : manajemen harus memberikan peluang perbaikan bagi semua karyawan dan menunjukkan kualitas kepemimpinan yang bisa memberikan inspirasi positif bagi organisasi yang dipimpinnya.

Indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi ini antara lain :

1. Nasabah merasa bahwa karyawan BMI cabang Purwokerto telah memiliki penguasaan pengetahuan yang baik mengenai produk jasa yang ditawarkan BMI cabang Purwokerto dan layanan yang diberikan kepada para nasabahnya dengan baik.

2. Nasabah merasa bahwa pimpinan bersedia turun tangan dan berpartisipasi aktif dalam menangani masalah yang dihadapi oleh nasabah BMI cabang Purwokerto.
 3. Nasabah merasa bahwa karyawan BMI cabang Purwokerto memiliki sikap yang baik selama memberikan layanan¹ kepada nasabahnya.
- c. Pengukuran : kebutuhan pokok bagi perusahaan jasa adalah menyusun ukuran-ukuran dasar baik internal maupun eksternal bagi perusahaan dan pelanggannya.

Indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi ini antara lain :

1. Nasabah merasa bahwa BMI cabang Purwokerto telah memiliki standardisasi kinerja yang baik dalam memberikan pelayanan kepada nasabahnya.
 2. Nasabah merasa bahwa BMI cabang Purwokerto selalu berusaha melakukan koreksi terhadap kemungkinan penyimpangan yang ada pada jasa yang ditawarkan.
- d. Dukungan sistematis : dalam hal ini manajemen bertanggung jawab dalam mengelola proses kualitas antara lain dengan cara menghubungkan kualitas dengan cara menghubungkan kualitas dengan sistem manajemen yang diterapkan.

Indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi ini antara lain :

1. Nasabah merasa bahwa sistem pelayanan yang diterapkan BMI cabang Purwokerto telah memudahkan nasabahnya dalam menggunakan jasa pelayanan yang ditawarkan.

2. Nasabah merasa bahwa telah ada komunikasi yang baik antara BMI cabang Purwokerto dengan nasabahnya.
- e. Perbaikan berkesinambungan : setiap orang dalam perusahaan bertanggung jawab untuk melakukan perbaikan, mengurangi waktu siklus, mengantisipasi perubahan kebutuhan, dan mau menerima umpan balik tanpa rasa takut dan khawatir.

Indikator yang digunakan untuk mengukur dimensi ini antara lain :

1. Nasabah merasa bahwa BMI cabang Purwokerto telah memberikan kesempatan kepada nasabahnya untuk memberikan masukan kepada BMI cabang Purwokerto.
2. Nasabah merasa bahwa BMI cabang Purwokerto selalu memberitahu nasabahnya mengenai perubahan-perubahan yang terjadi pada BMI cabang Purwokerto.

Kelima dimensi dalam *Total Quality Service (TQS)* beserta masing-masing indikatornya di atas digunakan untuk mengukur pengaruh positif terhadap kepuasan responden (nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto).

3.1.3 Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang besarnya tergantung dari variabel independen yang diberikan atau diukur untuk menentukan ada tidaknya pengaruh dari variabel independen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Kepuasan konsumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan

menggunakannya. Kepuasan pelanggan disimbolkan dengan huruf Y, yaitu kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto terhadap jasa pelayanan yang diberikan BMI cabang Purwokerto. Indikator dari variabel kepuasan nasabah yang digunakan adalah sama seperti pada variabel dimensi *Total Quality Service (TQS)* tersebut di atas.

3.2 Skala Pengukuran

Jenis pertanyaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis pertanyaan tertutup dengan metode pengukuran skala Likert. Skala Likert adalah metode pengukuran sikap yang berisi pernyataan setuju atau ketidaksetujuan responden terhadap subyek, obyek, atau kejadian tertentu (Indriantoro dan Supomo, 2002). Skala Likert yang digunakan dalam penelitian mengenai dimensi dalam *TQS* terdiri dari lima pilihan jawaban, yaitu : sangat setuju (bernilai 5), setuju (bernilai 4), cukup setuju (bernilai 3), tidak setuju (bernilai 2), dan sangat tidak setuju (bernilai 1). Sedangkan Skala Likert yang digunakan dalam penelitian mengenai kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto juga terdiri dari lima pilihan jawaban, yaitu : sangat setuju (bernilai 5), setuju (bernilai 4), cukup setuju (bernilai 3), tidak setuju (bernilai 2), dan sangat tidak setuju (bernilai 1).

3.3 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data asli yang dikumpulkan oleh periset untuk menjawab masalah risetnya secara khusus, diperoleh langsung dari objek penelitian

dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambilan data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari (Istijanto, 2005).

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan survey terhadap nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto melalui penyebaran kuesioner. Penulis membuat daftar pertanyaan yang akan dibagikan kepada responden yang diambil sebagai sampel, yaitu mengenai pengaruh positif dimensi *Total Quality Service (TQS)* terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Bentuk kuisisioner untuk pengumpulan data adalah sebagai berikut :

Bagian 1

Bagian pertama berisi tentang karakteristik konsumen yang dapat dijadikan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto terhadap pelayanan yang diberikan oleh BMI cabang Purwokerto berdasarkan karakteristiknya.

Bagian 2

Pertanyaan pada bagian kedua bertujuan untuk mengetahui persepsi nasabah yang menabung terhadap penerapan *Total Quality Service (TQS)* pada BMI cabang Purwokerto, dimana setiap dimensi memiliki indikator tersendiri. Pertanyaan yang diajukan merupakan pertanyaan tertutup, artinya pada setiap pertanyaan yang diajukan diberikan skor 1 untuk nilai terendah dan skor 5 untuk nilai tertinggi sebagai alternatif jawaban dengan kriteria sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Bagian 3

Pertanyaan pada bagian ketiga bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Pertanyaan yang diajukan merupakan pertanyaan tertutup, artinya pada setiap pertanyaan yang diajukan diberikan skor 1 untuk nilai terendah dan skor 5 untuk nilai tertinggi sebagai alternatif jawaban dengan kriteria sangat setuju, setuju, cukup setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan obyek (satuan-satuan / individu) yang karakteristiknya hendak diduga (Djarwanto dan Subagyo, 1985). Adapun populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Dalam penelitian ini, penulis memilih lokasi penelitian dengan populasi di BMI cabang Purwokerto dengan alasan karena daerah kodya Purwokerto ini memiliki wilayah yang cukup luas, Purwokerto sedang mengalami perkembangan yang cukup pesat, salah satunya dengan mulai banyaknya berdiri bank-bank syariah, penduduknya sangat dinamis, cepat tanggap dan peka terhadap perubahan serta rata-rata memiliki latar belakang pendidikan yang cukup tinggi.

Dengan keterbatasan yang dimiliki penulis, maka dalam setiap penelitian yang dilakukan, seorang penulis tidak mungkin dapat meneliti secara keseluruhan dari jumlah obyek yang diteliti atau keseluruhan populasi sehingga

penulis membutuhkan sampel sebagai representasi dari populasi yang akan diteliti.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit dari jumlah populasinya) (Djarwanto dan Subagyo, 1985).

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah *Convenience Sampling*, yaitu peneliti menyeleksi anggota populasi yang paling mudah untuk diperoleh datanya dengan cara pengambilan sampel dari populasi yang dapat ditemui di BMI cabang Purwokerto, mewakili populasi dalam hal ini adalah nasabah yang sedang menabung di BMI cabang Purwokerto.

Dalam penelitian ini jumlah varians populasinya tidak diketahui. Dengan demikian, untuk menentukan jumlah sampel di mana varian populasinya tidak diketahui menurut buku pedoman penulisan skripsi yang diterbitkan oleh FE UII program studi Manajemen (UII, 2003) rumusnya adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : jumlah sampel

$Z \frac{1}{2}$: batas luar daerah

- α : taraf kesalahan dalam pengujian yang biasa digunakan
 E : kesalahan maksimum

Untuk menentukan jumlah sampel, penulis menetapkan α sebesar 5% karena pada umumnya taraf kesalahan digunakan dalam pengujian statistik ditetapkan sebesar sebesar 5 %. Dengan demikian, maka $Z \frac{1}{2} \alpha = 1,96$ (dari tabel z).

Besarnya deviasi sampling maksimum (tingkat penyimpangan atau kesalahan maksimum yang bisa diterima) ditetapkan tidak lebih dari 10 % atau $E = 0,1$. Jika taraf kesalahan lebih dari 10 % maka penyebaran angket tidak dapat diteruskan karena data yang diperoleh menjadi tidak valid. Dengan E ditetapkan sebesar 10 % (0,1) maka tingkat kebenaran adalah 90 % (0,90) sehingga data yang dihasilkan menjadi relatif benar. Dari data diatas, maka jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak :

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

$$n = 96,04$$

$n = 96,04$ dibulatkan ke bawah menjadi 96

Maka berdasarkan hasil perhitungan jumlah sampel yang akan diteliti tersebut di atas, jumlah sampel ditetapkan sebesar 96 responden dan hal ini dianggap sudah dapat mewakili populasi yang akan diteliti.

3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.5.1 Uji Validitas

Validitas adalah tingkat sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur, yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Tes yang menghasilkan data yang tidak relevan dengan tujuan pengukuran dikatakan sebagai tes yang memiliki validitas yang rendah (Azwar, 2001).

Perhitungan valid atau tidaknya suatu butir pertanyaan dilakukan dengan cara membandingkan hasil korelasi item pertanyaan dan skor total dengan korelasi kritis atau korelasi tabel. Item tersebut dikatakan valid jika nilai korelasi setiap item pertanyaan yang disimbolkan dengan r_{xy} lebih besar dari nilai kritis atau korelasi tabel yang disimbolkan dengan r_t . Atau secara matematis dapat ditulis dengan : $r_{xy} > r_t$ (Azwar, 2001). Dalam penelitian ini, penghitungan validitas dilakukan dengan menggunakan program pengolah data, yaitu SPSS version 12.0.

3.5.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran dilakukan berulang kali (Husein Umar, 2003). Metode yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah *Conbrach' s Coefficient Alpha* yang menunjukkan bagaimana tingginya butir-butir dalam kusioner berkorelasi atau berinteraksi.

Penghitungan reliabilitas dengan teknik *Alpha Cronbach* digunakan untuk mencari koefisien realibilitas instrumen yang disimbolkan dengan r_{11} dengan memasukkan tiga variabel, yaitu banyaknya belahan tes yang disimbolkan dengan k , varians belahan yang disimbolkan dengan s_j^2 , serta varians skor test yang disimbolkan dengan s_x^2 . Kuisisioner sebagai alat ukur dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas instrumen yang disimbolkan dengan r_{11} lebih besar dari korelasi tabel yang disimbolkan dengan r_t . Atau secara matematis dapat ditulis dengan : $r_{11} > r_t$ (Azwar, 2001). Dalam penelitian ini, penghitungan reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program pengolah data, yaitu SPSS version 12.0.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan kuantitatif. Analisis deskriptif adalah suatu jenis analisis data yang bertujuan menguraikan sesuatu karakteristik, mengumpulkan data supaya dapat menguji hipotesis yang diajukan atau untuk menjawab pertanyaan mengenai keadaan atau status dari subyek yang dipelajari, ditujukan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data berupa kecenderungan respon subyek penelitian (berupa mean atau rata-rata) terhadap variabel-variabel penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2002). Analisis secara deskriptif dilakukan dengan cara mencari rata-rata. Penghitungan rata-rata digunakan untuk mengetahui skala interval dari distribusi kriteria pendapat berdasarkan penggunaan skala likert. Skala interval merupakan skala pengukuran yang menyatakan kategori, peringkat, dan *construct* yang diukur (Indriantoro dan

Supomo, 2002). Berdasarkan lima angka penilaian yang digunakan dengan menggunakan skala Likert, maka diperoleh nilai interval sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{NilaiMaksimal} - \text{NilaiMinimal}}{\text{JumlahKelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Hasil perhitungan interval di atas digunakan untuk menentukan skala distribusi kriteria pendapat, sehingga dapat diketahui penilaian responden sebagai berikut :

Nilai Jawaban 1,00 s/d 1,79 = Penilaian Sangat Tidak Setuju

Nilai Jawaban 1,80 s/d 2,59 = Penilaian Tidak Setuju

Nilai Jawaban 2,60 s/d 3,39 = Penilaian Cukup Setuju

Nilai Jawaban 3,40 s/d 4,19 = Penilaian Setuju

Nilai Jawaban 4,20 s/d 5,00 = Penilaian Sangat Setuju

Analisis data yang sifatnya kuantitatif digunakan untuk menguji hipotesis. Analisis kuantitatif yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

3.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda bertujuan untuk mengetahui kedekatan hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain, yaitu antara variabel independen dengan variabel dependen atau hubungan antara fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5), dengan kepuasan pelanggan (Y).

Bentuk persamaan regresi linear berganda (Freddy Rangkuti, 1997) :

$$Y = a + b_1 \cdot x_1 + b_2 \cdot x_2 + b_3 \cdot x_3 + b_4 \cdot x_4 + b_5 \cdot x_5 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan pelanggan

X₁ : Fokus pada pelanggan

X₂ : Keterlibatan total

X₃ : Pengukuran

X₄ : Dukungan sistematis

X₅ : Perbaikan berkesinambungan

a : Konstanta regresi

e : *Error*

b₁, b₂, b₃, b₄, dan b₅ berturut-turut adalah koefisien regresi variabel fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan.

Untuk menguji signifikansi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, maka dilakukan pengujian hipotesa secara bersama-sama (uji F) dan pengujian hipotesa secara parsial (uji T).

3.6.2 Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon

Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon adalah salah satu perhitungan uji non parametrik yang digunakan untuk membuktikan perbedaan dua sampel berhubungan. Dalam penelitian ini uji peringkat bertanda Wilcoxon digunakan untuk menetapkan perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dengan kepuasan

nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Prosedur pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis operasional

H_0 = Tidak ada perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto.

H_a = Ada perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto.

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

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

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

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

3. Perhitungan

Tahap perhitungan ini dilakukan berdasar pada alat analisis yang digunakan, yaitu uji peringkat bertanda Wilcoxon. Sedangkan untuk lebih mempermudah memperoleh hasil, maka kegiatan perhitungannya menggunakan fasilitas komputerisasi dengan program SPSS (Santoso, 2001).

4. Pengambilan kesimpulan

Pengambilan kesimpulan merujuk pada prosedur (2) dan (3).

3.6.3 Uji Beda Jenjang dari Kruskal - Wallis

Uji Beda Jenjang dari Kruskal - Wallis adalah salah satu perhitungan uji non parametrik yang digunakan untuk menentukan adanya perbedaan antara

kelompok amatan, misalnya : gender, usia, tingkat pendidikan, pendapatan, dan pekerjaan dengan nilai kepuasan nasabah dan dimensi dalam *TQS*. Dalam penelitian ini, analisis Kruskal - Wallis digunakan untuk mengetahui kepuasan nasabah dan dimensi dalam *TQS* berdasarkan karakteristik nasabah. Prosedur pengujian hipotesisnya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis operasional

H_0 = Tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah BMI cabang Purwokerto berdasar karakteristik nasabah.

H_a = Ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah BMI cabang Purwokerto berdasar karakteristik nasabah.

2. Menentukan kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis

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

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

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

3. Perhitungan

Tahap perhitungan ini dilakukan berdasar pada alat analisis yang digunakan, yaitu uji beda jenjang dari Kruskal - Wallis, sedangkan untuk lebih mempermudah memperoleh hasil, maka kegiatan perhitungannya menggunakan fasilitas komputerisasi dengan program SPSS (Santoso, 2001).

4. Pengambilan kesimpulan

Pengambilan kesimpulan merujuk pada prosedur (2) dan (3).

3.6.4 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara variabel fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan dengan kepuasan pelanggan.

Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X_1, X_2, X_3, X_4, X_5) dengan variabel terikat (Y) dapat dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis

H_0 = Tidak ada pengaruh positif secara bersama-sama kelima dimensi TQS terhadap kepuasan nasabah.

H_a = Ada pengaruh positif secara bersama-sama kelima dimensi TQS terhadap kepuasan nasabah.

2. Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis

Dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5 %, maka :

H_0 diterima jika nilai probabilitas $\geq \alpha$

H_0 ditolak jika nilai probabilitas $< \alpha$

3. Menghitung nilai statistik

Menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) melalui program pengolahan data SPSS ver. 12.0.

4. Menarik kesimpulan

Mengambil keputusan / kesimpulan dari poin (2) dan (3).

3.6.5 Uji T

Uji T berfungsi untuk mengetahui keterandalan serta kemaknaan dari nilai koefisien regresi (b_1, b_2, b_3, b_4, b_5), sehingga dapat diketahui apakah pengaruh variabel fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan (X) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) signifikan atau tidak.

Langkah – langkah pengujian tersebut adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis

H_{o1} = Tidak ada pengaruh positif dimensi fokus pada pelanggan terhadap kepuasan nasabah.

H_{o2} = Tidak ada pengaruh positif dimensi keterlibatan total terhadap kepuasan nasabah.

H_{o3} = Tidak ada pengaruh positif dimensi pengukuran terhadap kepuasan nasabah.

H_{o4} = Tidak ada pengaruh positif dimensi dukungan sistematis terhadap kepuasan nasabah.

H_{o5} = Tidak ada pengaruh positif dimensi perbaikan berkesinambungan terhadap kepuasan nasabah.

H_{a1} = Ada pengaruh positif dimensi fokus pada pelanggan terhadap kepuasan nasabah.

H_{a2} = Ada pengaruh positif dimensi keterlibatan total terhadap kepuasan nasabah.

Ha₃ = Ada pengaruh positif dimensi pengukuran terhadap kepuasan nasabah.

Ha₄ = Ada pengaruh positif dimensi dukungan sistematis terhadap kepuasan nasabah.

Ha₅ = Ada pengaruh positif dimensi perbaikan berkesinambungan terhadap kepuasan nasabah.

2. Menetapkan kriteria penerimaan-penolakan hipotesis

Dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5 %, maka :

Ho diterima jika nilai probabilitas $\geq \alpha$

Ho ditolak jika nilai probabilitas $< \alpha$

3. Menghitung nilai statistik

Menggunakan *analysis of variance* (ANOVA) melalui program pengolahan data SPSS ver. 12.0.

4. Menarik kesimpulan

Mengambil keputusan / kesimpulan dari poin (2) dan (3).

3.6.6 Uji Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah, serta menetapkan variabel independen yang memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel dependen, sehingga pengaruh yang diketahui antara variabel independen dengan variabel dependen merupakan pengaruh murni. Koefisien determinasi parsial diperoleh dengan menghitung kuadrat dari koefisien korelasi parsial (Wibisono, 2005). Dengan demikian, penggunaan koefisien

determinasi parsial dalam penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh dimensi dalam *TQS* terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto serta menetapkan dimensi *TQS* manakah yang memiliki pengaruh positif paling besar terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto.

Koefisien korelasi parsial adalah besaran yang menunjukkan tingginya derajat hubungan antara variabel independen secara terpisah dengan variabel dependen (Wibisono, 2005). Pada penelitian ini, penghitungan koefisien korelasi parsial dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data, yaitu SPSS version 12.0. Sedangkan penghitungan koefisien determinasi parsial yang merupakan kuadrat dari koefisien korelasi parsial dilakukan secara manual. Kriteria keputusan ditentukan dengan melihat hasil penghitungan kuadrat dari masing-masing koefisien korelasi parsial. Variabel independen (dimensi dalam *TQS*) yang paling besar berarti memiliki pengaruh positif paling besar terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto).

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Bank Muamalat Indonesia (BMI) cabang Purwokerto. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menetapkan pengaruh positif *TQS* terhadap kepuasan nasabah yang menabung pada BMI cabang Purwokerto, menetapkan dimensi manakah dalam *TQS* yang memiliki pengaruh positif paling besar terhadap kepuasan nasabah yang menabung pada BMI cabang Purwokerto, menetapkan perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto, dan menetapkan perbedaan tingkat kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto terhadap pelayanan yang diberikan oleh BMI cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik nasabah. Sehingga dapat diidentifikasi langkah-langkah untuk meningkatkan kualitas pelayanan melalui perbaikan secara berkesinambungan. Hasil penelitian beserta analisisnya dapat dilihat pada uraian di bawah ini.

4.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap 96 responden sebagai data penelitian. Dalam penelitian ini untuk uji validitas digunakan uji korelasi *product moment* Pearson dengan bantuan program SPSS. Perhitungan valid atau tidaknya suatu butir pertanyaan dilakukan dengan cara membandingkan hasil korelasi item pertanyaan dan skor total dengan korelasi kritis atau korelasi tabel.

Item tersebut dikatakan valid jika nilai korelasi setiap item pertanyaan yang disimbolkan dengan r_{xy} lebih besar dari nilai kritis atau korelasi tabel yang disimbolkan dengan r_t . Atau secara matematis dapat ditulis dengan : $r_{xy} > r_t$ (Azwar, 2001). Sebaliknya jika nilai r_{xy} lebih kecil dari r_t berarti tidak ada korelasi yang nyata antar variabel dan dapat dikatakan tidak valid. r tabel (r_t) untuk $n = 96$ adalah sebesar 0,201.

Setelah dilakukan pengolahan dengan program SPSS, maka hasil pengujian validitasnya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

No.	Dimensi TQS					Kepuasan Nasabah				
	Variabel	Item	r_{xy}	r_t	Ket.	Variabel	Item	r_{xy}	r_t	Ket.
1	X ₁	X _{1.1}	0,820	0,201	Valid	Y ₁	Y _{1.1}	0,909	0,201	Valid
		X _{1.2}	0,904	0,201	Valid		Y _{1.2}	0,910	0,201	Valid
		X _{1.3}	0,855	0,201	Valid		Y _{1.3}	0,848	0,201	Valid
2	X ₂	X _{2.1}	0,791	0,201	Valid	Y ₂	Y _{2.1}	0,830	0,201	Valid
		X _{2.2}	0,768	0,201	Valid		Y _{2.2}	0,791	0,201	Valid
		X _{2.3}	0,789	0,201	Valid		Y _{2.3}	0,829	0,201	Valid
3	X ₃	X _{3.1}	0,852	0,201	Valid	Y ₃	Y _{3.1}	0,846	0,201	Valid
		X _{3.2}	0,869	0,201	Valid		Y _{3.2}	0,866	0,201	Valid
4	X ₄	X _{4.1}	0,852	0,201	Valid	Y ₄	Y _{4.1}	0,902	0,201	Valid
		X _{4.2}	0,885	0,201	Valid		Y _{4.2}	0,888	0,201	Valid
5	X ₅	X _{5.1}	0,819	0,201	Valid	Y ₅	Y _{5.1}	0,922	0,201	Valid
		X _{5.2}	0,884	0,201	Valid		Y _{5.2}	0,921	0,201	Valid

Sumber : Data primer yang diolah

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa hasil uji validitas dari variabel independen, seluruh item pertanyaan dari masing-masing dimensi TQS yang terdiri : dari fokus pada pelanggan (X₁), keterlibatan total (X₂), pengukuran

(X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5) memiliki nilai koefisien korelasi Pearson (r_{xy}) lebih besar daripada nilai kritis ($r_t = 0,201$). Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa seluruh item pertanyaan dalam dimensi *TQS* adalah valid dan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat.

Hasil uji validitas dari variabel dependen yaitu kepuasan nasabah terhadap dimensi *TQS* memiliki nilai koefisien korelasi Pearson (r_{xy}) lebih besar daripada nilai kritis ($r_t = 0,201$), sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh item pertanyaan mengenai penerapan dimensi *TQS* yang terdiri dari : kepuasan nasabah atas dimensi fokus pada pelanggan (Y_1), kepuasan nasabah atas dimensi keterlibatan total (Y_2), kepuasan nasabah atas dimensi pengukuran (Y_3), kepuasan nasabah atas dimensi dukungan sistematis (Y_4), dan kepuasan nasabah atas dimensi perbaikan berkesinambungan (Y_5) adalah valid dan seluruh item-item pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan terhadap 96 responden sebagai data penelitian. Dalam penelitian ini uji reliabilitas menggunakan metode *Conbrach' s Coefficient Alpha*. Kuisisioner sebagai alat ukur dikatakan reliabel apabila koefisien reliabilitas instrumen yang disimbolkan dengan r_{11} lebih besar dari korelasi tabel yang disimbolkan dengan r_t . Atau secara matematis dapat ditulis dengan : $r_{11} > r_t$ (Azwar, 2001). r tabel (r_t) untuk $n = 96$ adalah sebesar 0,201. Dalam penelitian ini, penghitungan reliabilitas dilakukan dengan

menggunakan program pengolah data, yaitu SPSS. Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	r_{11}	r_t	Kesimpulan
Dimensi TQS			
Fokus pada Pelanggan (X_1)	0,820	0,201	reliabel
Keterlibatan Total (X_2)	0,680	0,201	reliabel
Pengukuran (X_3)	0,649	0,201	reliabel
Dukungan Sistematis (X_4)	0,672	0,201	reliabel
Perbaikan Berkesinambungan (X_5)	0,617	0,201	reliabel
Kepuasan Nasabah			
Fokus pada Pelanggan (Y_1)	0,868	0,201	reliabel
Keterlibatan Total (Y_2)	0,742	0,201	reliabel
Pengukuran (Y_3)	0,636	0,201	reliabel
Dukungan Sistematis (Y_4)	0,752	0,201	reliabel
Perbaikan Berkesinambungan (Y_5)	0,823	0,201	reliabel

Sumber : Data primer yang diolah

Dari Tabel 4.2 dapat diketahui bahwa nilai r_{11} dari seluruh item pertanyaan lebih besar dari r_t (0,201), sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan variabel yang terdiri dari fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), perbaikan berkesinambungan (X_5), kepuasan nasabah atas dimensi fokus pada pelanggan (Y_1), kepuasan nasabah atas dimensi keterlibatan total (Y_2), kepuasan nasabah atas dimensi pengukuran (Y_3), kepuasan nasabah atas dimensi dukungan sistematis (Y_4), dan kepuasan nasabah atas dimensi perbaikan

berkesinambungan (Y_5) adalah reliabel. Berarti alat pengukur dalam penelitian ini dapat diandalkan dan dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.2 Deskripsi Variabel Penelitian

Analisis deskriptif adalah suatu jenis analisis data yang bertujuan menguraikan sesuatu karakteristik, mengumpulkan data supaya dapat menguji hipotesis yang diajukan atau untuk menjawab pertanyaan mengenai keadaan atau status dari subyek yang dipelajari, ditujukan untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik data berupa kecenderungan respon subyek penelitian (berupa mean atau rata-rata) terhadap variabel-variabel penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2002).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 96 orang responden maka dapat diidentifikasi karakteristik dari responden adalah sebagai berikut :

1. Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin responden terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok laki-laki dan perempuan. Dari hasil penelitian diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	
	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	58	60,42 %
Perempuan	38	39,58 %
Total	96	100 %

Sumber: Data primer yang diolah

Dari data diatas menunjukkan bahwa nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto mayoritas adalah laki-laki yaitu sebanyak 58 orang atau sebesar 60,42 % dan sisanya sebanyak 38 orang atau sebesar 39,58 % adalah perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto sebagian besar adalah kaum laki-laki. Laki-laki adalah seorang kepala keluarga sehingga mempunyai keputusan yang lebih dominan dalam mengatur rumah tangganya, termasuk ketika memutuskan untuk menjadi nasabah di BMI cabang Purwokerto.

2. Usia Responden

Dari data dibawah menunjukkan bahwa dari 96 responden yang dijadikan sampel penelitian, mayoritas responden masih berusia antara 21 – 40 tahun yaitu sebanyak 71 orang atau 73,96 %. Sedangkan responden yang berusia lebih dari 40 tahun sebanyak 18 orang atau 18,75 % dan responden yang berusia kurang dari 21 tahun sebanyak 7 orang atau 7,29 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto adalah berusia antara 21 hingga 40 tahun. Usia 21 hingga 40 tahun adalah masa-masa produktif seseorang. Pada usia ini biasanya seseorang mempunyai tingkat aktivitas yang tinggi sehingga mereka menyimpan uangnya di bank sebagai simpanan di masa mendatang dan dapat diambil sewaktu-waktu ketika mereka membutuhkannya.

Berdasarkan tingkat usianya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

Tabel 4.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	
	Frekuensi	Persentase
< 21 th	7	7,29 %
21 - 40 th	71	73,96 %
> 40 th	18	18,75 %
Total	96	100 %

Sumber: Data primer yang diolah

3. Pendidikan Responden

Berdasarkan tingkat pendidikannya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pendidikan	Jumlah	
	Frekuensi	Persentase
≤ SMU	11	11,46 %
> SMU	85	88,54 %
Total	96	100 %

Sumber: Data primer yang diolah

Dari Tabel 4.5 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto mayoritas adalah berpendidikan terakhir lebih dari SMU yaitu sebesar 88,54 % (85 orang) dan responden yang berpendidikan terakhir kurang dari sama dengan SMU sebesar 11 orang atau 11,46 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto adalah orang yang berpendidikan terakhir lebih dari SMU. Pendidikan responden mayoritas lebih dari SMU, baik mahasiswa / pasca sarjana. Dengan tingkat pendidikan yang tinggi tersebut maka responden adalah

seseorang yang berpikiran kritis, yang banyak mempunyai pertimbangan ketika akan memutuskan melakukan sesuatu termasuk ketika mengambil keputusan kemana dia akan menyimpan uangnya.

4. Pendapatan / Uang Saku Rata-rata Dalam Satu Bulan

Berdasarkan tingkat pendapatan / uang sakunya dalam satu bulan, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan / Uang Saku

Tingkat Pendapatan / Uang Saku	Jumlah	
	Frekuensi	Persentase
< Rp, 1.000.000	43	44,79 %
Rp.1.000.000 - 2.000.000	37	38,54 %
> Rp.2.000.000	16	16,67 %
Total	96	100 %

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa tingkat pendapatan / uang saku responden dalam satu bulan mayoritas adalah responden yang berpendapatan / uang saku kurang dari Rp 1.000.000, yaitu sebesar 44,79 % (43 orang). Distribusi tingkat pendapatan responden yang lain yaitu responden yang berpendapatan / uang saku antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 adalah sebesar 38,54 % atau 37 orang, dan yang berpendapatan / uang saku lebih dari Rp 2.000.000 adalah sebesar 16 orang atau sebesar 16,67 %. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto adalah orang yang berpendapatan / mempunyai uang saku di bawah Rp

1.000.000. Berarti mayoritas nasabah BMI cabang Purwokerto bisa dikatakan berpendapatan rendah. Walaupun memiliki pendapatan yang rendah, mereka lebih memilih menyimpan uangnya di bank demi alasan keamanan.

5. Pekerjaan Responden

Berdasarkan pekerjaannya, maka responden dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan sebagai berikut :

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	
	Frekuensi	Persentase
PNS / TNI / POLRI	15	15,62 %
Petani / Pegawai Swasta / Wiraswasta	47	48,96 %
Pelajar / Mahasiswa	24	25 %
Ibu RT / Pensiunan	10	10,42 %
Total	96	100%

Sumber: Data primer yang diolah

Tabel 4.7 diatas menunjukkan bahwa responden mayoritas memiliki pekerjaan sebagai petani / pegawai swasta / wiraswasta yaitu sebesar 48,96 % atau 47 orang. Distribusi jenis pekerjaan yang lain yaitu pelajar / mahasiswa sebesar 24 responden atau 25 %, 15 orang atau 15,62 % memiliki pekerjaan sebagai PNS / TNI / POLRI, dan sisanya ibu rumah tangga / pensiunan sebesar 10,42 % atau 10 orang. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto adalah orang yang bekerja sebagai petani / pegawai swasta / wiraswasta. Berarti petani / pegawai swasta / wiraswasta merupakan konsumen aktual maupun potensial sebagai nasabah BMI cabang Purwokerto.

4.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda bertujuan untuk mengetahui kedekatan hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain, yaitu antara variabel independen dengan variabel dependen atau hubungan antara variabel fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan berkesinambungan (X_5), dengan variabel kepuasan pelanggan (Y).

Bentuk persamaan regresi linear berganda (Freddy Rangkuti, 1997) :

$$Y = a + b_1 \cdot X_1 + b_2 \cdot X_2 + b_3 \cdot X_3 + b_4 \cdot X_4 + b_5 \cdot X_5 + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan pelanggan

X_1 : Fokus pada pelanggan

X_2 : Keterlibatan total

X_3 : Pengukuran

X_4 : Dukungan sistematis

X_5 : Perbaikan berkesinambungan

a : Konstanta regresi

e : *Error*

b_1 , b_2 , b_3 , b_4 , dan b_5 berturut-turut adalah koefisien regresi variabel fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis dan perbaikan berkesinambungan.

Berdasarkan olah data yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS ver. 12.0, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4.8
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Koefisien Regresi	Sig.	r	r ²	Adj r ²
Konstanta	0,082	0,667	0,910	0,829	0,819
X1	0,242	0,000			
X2	0,275	0,000			
X3	0,080	0,198			
X4	0,210	0,000			
X5	0,163	0,002			

Sumber: Data primer yang diolah

Secara matematis hasil dari analisis regresi linier berganda tersebut dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = 0,082 + 0,242 X_1 + 0,275 X_2 + 0,080 X_3 + 0,210 X_4 + 0,163 X_5$$

Adapun arti dari masing-masing nilai koefisien regresi tersebut adalah sebagai berikut :

- a. Konstanta (a) = 0,082

Nilai konstanta sebesar 0,082 artinya apabila variabel fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan tidak ada atau sama dengan nol maka kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto sebesar 0,082 *point*..

- b. $b_1 = 0,242$

Artinya apabila variabel fokus pada pelanggan semakin baik (bertambah satu *point*) maka kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto

akan meningkat sebesar 0,242 *point*, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

c. $b_2 = 0,275$

Artinya apabila variabel keterlibatan total semakin baik (bertambah satu *point*) maka kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto akan meningkat sebesar 0,275 *point*, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

d. $b_3 = 0,080$

Artinya apabila variabel pengukuran semakin baik (bertambah satu *point*) maka kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto akan meningkat sebesar 0,080 *point*, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

e. $b_4 = 0,210$

Artinya apabila variabel dukungan sistematis semakin baik (bertambah satu *point*) maka kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto akan meningkat sebesar 0,210 *point*, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

f. $b_5 = 0,163$

Artinya apabila variabel perbaikan berkesinambungan semakin baik (bertambah satu *point*) maka kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto akan meningkat sebesar 0,163 *point*, dengan asumsi variabel independen lainnya konstan (*ceteris paribus*).

4.4 Pengujian Hipotesis

Untuk menguji tingkat pengaruh dari variabel-variabel independen (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , dan X_5) terhadap variabel dependen (Y) digunakan uji F dan uji T. Uji F digunakan untuk menguji koefisien regresi secara bersama-sama / serempak, sedangkan uji T digunakan untuk menguji koefisien regresi secara individual. Sedangkan koefisien determinasi parsial digunakan untuk mengukur pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah, serta menetapkan variabel independen mana yang memiliki pengaruh paling besar terhadap variabel dependen, sehingga pengaruh yang diketahui antara variabel independen dengan variabel dependen merupakan pengaruh murni.

4.4.1 Uji F

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara bersama-sama antara dimensi *TQS* yang terdiri dari variabel fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan dengan kepuasan nasabah. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X_1 , X_2 , X_3 , X_4 , X_5) dengan variabel terikat (Y) dapat dilakukan dengan langkah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis :

H_0 = Tidak ada pengaruh positif secara bersama-sama kelima dimensi *TQS* terhadap kepuasan nasabah.

H_a = Ada pengaruh positif secara bersama-sama kelima dimensi *TQS* terhadap kepuasan nasabah.

2. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis :

Dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5 %, maka :

Ho diterima jika nilai probabilitas $\geq \alpha$

Ho ditolak jika nilai probabilitas $< \alpha$.

3. Hasil perhitungan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25,069	5	5,014	87,005	,000 ^a
	Residual	5,186	90	,058		
	Total	30,256	95			

a. Predictors: (Constant), x5, x1, x4, x3, x2

b. Dependent Variable: y

Sumber : Data primer yang diolah

4. Kesimpulan :

Dikarenakan nilai probabilitas lebih kecil dari taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ maka Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya ada pengaruh positif secara bersama-sama kelima dimensi *TQS* terhadap kepuasan nasabah.

4.4.2 Uji T

Uji T berfungsi untuk mengetahui keterandalan serta kemaknaan dari nilai koefisien regresi (b_1, b_2, b_3, b_4, b_5), sehingga dapat diketahui apakah pengaruh dimensi *TQS* yang terdiri dari : variabel fokus pada pelanggan (X_1), keterlibatan total (X_2), pengukuran (X_3), dukungan sistematis (X_4), dan perbaikan

berkesinambungan (X_5) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) secara signifikan atau tidak. Langkah pengujiannya sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis :

H_{o1} = Tidak ada pengaruh positif variabel fokus pada pelanggan terhadap kepuasan nasabah.

H_{o2} = Tidak ada pengaruh positif variabel keterlibatan total terhadap kepuasan nasabah.

H_{o3} = Tidak ada pengaruh positif variabel pengukuran terhadap kepuasan nasabah.

H_{o4} = Tidak ada pengaruh positif variabel dukungan sistematis terhadap kepuasan nasabah.

H_{o5} = Tidak ada pengaruh positif variabel perbaikan berkesinambungan terhadap kepuasan nasabah.

H_{a1} = Ada pengaruh positif variabel fokus pada pelanggan terhadap kepuasan nasabah.

H_{a2} = Ada pengaruh positif variabel keterlibatan total terhadap kepuasan nasabah.

H_{a3} = Ada pengaruh positif variabel pengukuran terhadap kepuasan nasabah.

H_{a4} = Ada pengaruh positif variabel dukungan sistematis terhadap kepuasan nasabah.

H_{a5} = Ada pengaruh positif variabel perbaikan berkesinambungan terhadap kepuasan nasabah.

2. Kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis :

Dengan taraf signifikansi (α) sebesar 5 %, maka :

Ho diterima jika nilai probabilitas $\geq \alpha$

Ho ditolak jika nilai probabilitas $< \alpha$

3. Hasil perhitungan adalah sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil uji T

Model		Unstandardized Coefficients	Sig.
		B	
1	(Constant)	,082	,667
	x1	,242	,000
	x2	,275	,000
	x3	,080	,198
	x4	,210	,000
	x5	,163	,002

a Dependent Variable: y

Sumber : Data primer yang diolah

4. Kesimpulan :

Dikarenakan nilai probabilitas X_1 (fokus pada pelanggan) lebih kecil dari taraf signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh positif variabel fokus pada pelanggan terhadap kepuasan nasabah, nilai probabilitas X_2 (keterlibatan total) sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh positif variabel keterlibatan total terhadap kepuasan nasabah, nilai probabilitas X_3 (pengukuran) lebih besar dari α ($0,198 > 0,05$) maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang artinya tidak ada pengaruh positif variabel pengukuran terhadap kepuasan nasabah, nilai probabilitas X_4 (dukungan sistematis) sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak

dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh positif variabel dukungan sistematis terhadap kepuasan nasabah, nilai probabilitas dari X_5 (perbaikan berkesinambungan) sebesar $0,002 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya ada pengaruh positif variabel perbaikan berkesinambungan terhadap kepuasan nasabah.

4.4.3 Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel-variabel independen secara keseluruhan dengan variabel dependen dengan melihat pada besarnya koefisien determinasi (r^2). Koefisien determinasi merupakan hasil kuadrat dari koefisien korelasi.

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, maka diperoleh nilai koefisien korelasi (r) untuk dimensi *TQS* adalah sebesar 0,910. Nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,910 ini mendekati angka 1, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang erat antara variabel independen, yaitu dimensi *TQS* dengan variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah. Sedangkan nilai koefisien determinasi (r^2) untuk dimensi *TQS* adalah sebesar 0,829 yang berarti 82,9 % dari variabel kepuasan nasabah dipengaruhi secara bersama-sama oleh variabel dimensi *TQS*, dan sisanya (17,1%) dipengaruhi oleh faktor lain dari luar yang tidak dimasukkan dalam model.

4.4.4 Uji Koefisien Determinasi Parsial

Koefisien determinasi parsial diperoleh dengan menghitung kuadrat dari koefisien korelasi parsial. Penggunaan koefisien determinasi parsial dalam

penelitian ini adalah untuk mengukur pengaruh dimensi dalam *TQS* terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto serta menetapkan dimensi *TQS* manakah yang memiliki pengaruh positif paling besar terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Hasil perhitungan koefisien korelasi parsial dengan menggunakan program SPSS versi 12.0 dan perhitungan koefisien determinasi parsial yang merupakan kuadrat dari koefisien korelasi parsial yang dilakukan secara manual adalah sebagai berikut :

Tabel 4.11
Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi Parsial dan
Koefisien Determinasi Parsial

Variabel	Koefisien Korelasi Parsial	Koefisien Determinasi Parsial
Fokus Pada Pelanggan (X_1)	0,424	0,180
Keterlibatan Total (X_2)	0,398	0,158
Pengukuran (X_3)	0,135	0,018
Dukungan Sistematis (X_4)	0,391	0,153
Perbaikan Berkesinambungan (X_5)	0,320	0,102

Sumber : Data primer yang diolah

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa variabel dimensi fokus pada pelanggan (X_1) memiliki nilai koefisien determinasi parsial yang paling besar, yaitu sebesar 0,180. Berturut-turut hasil koefisien determinasi parsial variabel lain dari yang terbesar adalah : variabel dimensi keterlibatan total (X_2) sebesar 0,158, variabel dimensi dukungan sistematis (X_4) sebesar 0,153, variabel dimensi perbaikan berkesinambungan (X_5) sebesar 0,102, dan variabel dimensi pengukuran (X_3)

sebesar 0,018. Dapat ditarik kesimpulan bahwa dimensi fokus pada pelanggan merupakan dimensi yang paling besar pengaruh positifnya terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto, yaitu sebesar 0,180.

4.5 Uji Peringkat Bertanda Wilcoxon

Uji peringkat bertanda Wilcoxon dalam penelitian ini digunakan untuk menetapkan perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto.

Penghitungan rata-rata digunakan untuk mengetahui skala interval dari distribusi kriteria pendapat berdasarkan penggunaan skala likert. Skala interval merupakan skala pengukuran yang menyatakan kategori, peringkat, dan *construct* yang diukur (Indriantoro dan Supomo, 2002). Berdasarkan lima angka penilaian yang digunakan dengan menggunakan skala Likert, maka diperoleh nilai interval sebagai berikut :

$$\text{Interval} = \frac{\text{NilaiMaksimal} - \text{NilaiMinimal}}{\text{JumlahKelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Hasil perhitungan interval di atas digunakan untuk menentukan skala distribusi kriteria pendapat, sehingga dapat diketahui penilaian responden sebagai berikut :

Nilai Jawaban 1,00 s/d 1,79 = Penilaian Sangat Tidak Setuju

Nilai Jawaban 1,80 s/d 2,59 = Penilaian Tidak Setuju

Nilai Jawaban 2,60 s/d 3,39 = Penilaian Cukup Setuju

Nilai Jawaban 3,40 s/d 4,19 = Penilaian Setuju

Nilai Jawaban 4,20 s/d 5,00 = Penilaian Sangat Setuju

Dalam uji Wilcoxon juga diketahui besarnya selisih antara dimensi *TQS* dan kepuasan nasabah. Dalam menentukan kriteria tingkat kepuasan maka dapat dilakukan dengan interval sebagai berikut :

$$\text{Nilai skor tertinggi} : 5 - 1 = 4$$

$$\text{Nilai skor terendah} : 1 - 5 = -4$$

$$\text{Interval} = \frac{8}{5} = 1,6$$

Sehingga akan diperoleh batasan tingkat kepuasan sebagai berikut :

Jika rata-rata bernilai - 4 s/d - 2,4 : Sangat Tidak Puas

Jika rata-rata bernilai - 2,41 s/d - 0,8 : Tidak Puas

Jika rata-rata bernilai - 0,81 s/d 0,8 : Cukup Puas

Jika rata-rata bernilai 0,81 s/d 2,4 : Puas

Jika rata-rata bernilai 2,41 s/d 4 : Sangat Puas

Berikut akan dijelaskan analisis selisih yaitu menjelaskan deskripsi data baik data dimensi *TQS*, kepuasan nasabah, maupun gap antara dimensi *TQS* dan kepuasan nasabah pada masing-masing atribut. Dari hasil perhitungan diperoleh hasil seperti ditampilkan pada Tabel 4.12 sebagai berikut :

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Wicoxon Rank Test

Atribut	Dimensi TQS	Kepuasan Nasabah	Gap	Kriteria	Rangking	P-value	Ket.
Fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan	4,01	3,98	0,03	CP	5	0,631	Non Sig
Kebutuhan pelanggan	4,00	3,91	0,09	CP	3	0,232	Non Sig
Keinginan pelanggan	3,84	3,84	0,00	CP	8	0,991	Non Sig
Pengetahuan karyawan	3,84	3,73	0,11	CP	2	0,063	Non Sig
Sikap pimpinan	3,53	3,53	0,00	CP	9	1,000	Non Sig
Sikap karyawan	4,23	4,00	0,23	CP	1	0,002	Sig
Standardisasi kinerja	3,85	3,84	0,01	CP	7	0,991	Non Sig
Pengoreksian penyimpangan	3,81	3,75	0,06	CP	4	0,257	Non Sig
Sistem pemberian pelayanan	3,94	3,92	0,02	CP	6	0,740	Non Sig
Komunikasi dengan pelanggan	3,79	3,81	-0,02	CP	10	0,774	Non Sig
Menerima masukan dari pelanggan	3,67	3,77	-0,10	CP	12	0,119	Non Sig
Mengantisipasi perubahan	3,70	3,75	-0,05	CP	11	0,413	Non Sig
Rata-rata Total	3,84	3,81	0,03	CP			

Sumber : Data primer yang diolah

Untuk menguji hipotesis kedua yang menyatakan ada perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto digunakan uji Wilcoxon Signed Rank Test. Pengambilan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan batas tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$). Jika nilai probabilitas lebih besar 0,05 maka H_0 diterima artinya tidak ada perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Sebaliknya jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a diterima artinya bahwa ada perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto.

Berdasarkan Tabel 4.12 dapat diketahui bahwa dalam dimensi *TQS* yang mempunyai rata-rata tertinggi jawaban responden terletak pada variabel keterlibatan total, yaitu pada atribut sikap karyawan, dengan rata-rata sebesar 4,23 berarti sikap karyawan selama memberikan layanan telah dapat diterima oleh sebagian besar nasabah karena sudah sangat baik. Pada variabel kepuasan nasabah yang mempunyai rata-rata tertinggi jawaban responden juga terletak pada variabel keterlibatan total, yaitu pada atribut mengenai sikap karyawan, dengan rata-rata sebesar 4,00 berarti tanggapan responden mengenai sikap karyawan selama memberikan layanan kepada nasabah sudah dapat memuaskan nasabah.

Dari hasil analisis seperti pada tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata gap sebesar 0,03. Nilai ini termasuk dalam kategori cukup puas. Hal ini karena nilai gap ini berada pada interval $-0,81$ s/d $0,8$. Secara parsial jika ditinjau dari besarnya gap, atribut sikap karyawan mempunyai nilai gap terbesar yaitu sebesar 0,23, artinya kepuasan yang diperoleh nasabah tertinggi dirasakan pada atribut karyawan BMI cabang Purwokerto memiliki sikap yang baik selama memberikan layanan kepada para nasabahnya. Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh atribut pengetahuan karyawan, kebutuhan pelanggan, pengoreksian penyimpangan, fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan, sistem pemberian pelayanan, standarisasi kinerja, keinginan pelanggan, sikap pimpinan, komunikasi dengan pelanggan, mengantisipasi perubahan, dan menerima masukan dari pelanggan. Kenyataan ini membuktikan bahwa atribut yang paling baik dimiliki oleh BMI cabang Purwokerto adalah sikap karyawan dan yang

paling buruk adalah menerima masukan dari pelanggan.

Dari Tabel 4.12 dapat dijelaskan bahwa pada atribut mengenai fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan, kebutuhan pelanggan, keinginan pelanggan, pengetahuan karyawan, sikap pimpinan, standarisasi kinerja, pengoreksian penyimpangan, sistem pemberian pelayanan, komunikasi dengan pelanggan, menerima masukan dari pelanggan, dan mengenai mengantisipasi perubahan memiliki gap yang terletak pada interval $-0,81$ s/d $0,80$. Hal ini berarti atribut-atribut yang tersebut di atas termasuk dalam kategori cukup puas. Nilai probabilitas kesebelas atribut di atas mempunyai nilai yang lebih besar dari α ($0,05$) berarti hipotesis yang menyatakan tidak ada perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto dapat diterima.

Berdasarkan Tabel 4.12 pada atribut mengenai sikap karyawan memiliki gap sebesar $0,23$ dan mempunyai nilai probabilitas $0,002 < 0,05$. Hal ini berarti sikap karyawan harus diperbaiki karena nilai probabilitas atribut ini yang lebih kecil dari α menunjukkan bahwa ada perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Pihak manajemen harus memperbaiki sikap karyawan BMI cabang Purwokerto, misalnya : dengan lebih menumbuhkan sikap ramah dan sopan kepada karyawannya sehingga karyawan bank lebih ramah dan sopan lagi ketika sedang melayani nasabah banknya.

Dari seluruh hasil uji Wilcoxon diatas maka dapat diketahui bahwa hanya satu atribut dalam dimensi keterlibatan total, yaitu sikap karyawan yang

mempunyai perbedaan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto, sedangkan pada atribut-atribut lain yang terdapat dalam dimensi fokus pada pelanggan (fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan, kebutuhan pelanggan, keinginan pelanggan), keterlibatan total (pengetahuan karyawan dan sikap pimpinan), pengukuran (standardisasi kinerja dan pengoreksian penyimpangan), dukungan sistematis (sistem pemberian pelayanan dan komunikasi dengan pelanggan), dan perbaikan berkesinambungan (menerima masukan dari pelanggan dan mengantisipasi perubahan) tidak mempunyai perbedaan yang signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto.

4.6 Uji Beda Jenjang dari Kruskal – Wallis

Dalam penelitian ini, uji beda jenjang dari Kruskal - Wallis digunakan untuk menetapkan perbedaan tingkat kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto terhadap pelayanan yang diberikan oleh BMI cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik nasabah.

Atribut kepuasan nasabah yang diukur meliputi kepuasan nasabah atas fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan ($Y_{1.1}$), kebutuhan pelanggan ($Y_{1.2}$), keinginan pelanggan ($Y_{1.3}$), pengetahuan karyawan ($Y_{2.1}$), sikap pimpinan ($Y_{2.2}$), sikap karyawan ($Y_{2.3}$), standardisasi kinerja ($Y_{3.1}$), pengoreksian penyimpangan ($Y_{3.2}$), sistem pemberian pelayanan ($Y_{4.1}$), komunikasi dengan pelanggan ($Y_{4.2}$), menerima masukan dari pelanggan ($Y_{5.1}$), dan mengantisipasi perubahan ($Y_{5.2}$).

Perbedaan tersebut diukur berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pendapatan / uang saku rata-rata dalam satu bulan, dan pekerjaan.

Pengambilan kesimpulan dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$). Jika nilai probabilitas lebih besar 0,05 maka H_0 diterima artinya tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah BMI cabang Purwokerto berdasar karakteristik nasabah. Sebaliknya jika probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka H_0 ditolak atau H_a diterima artinya bahwa ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah BMI cabang Purwokerto berdasar karakteristik nasabah.

Data yang telah diperoleh dari 96 responden kemudian diolah dengan menggunakan uji beda jenjang dari Kruskal - Wallis dengan bantuan SPSS ver. 12.0. Hasil pengujiannya dapat ditunjukkan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.13

Hasil Uji Kruskal - Wallis Pada Kepuasan Nasabah BMI Cabang Purwokerto Berdasarkan Karakteristik Responden

ATRIBUT	Jenis Kelamin		Signifikansi	Usia		Signifikansi	Pendidikan		Signifikansi	Pendapatan		Signifikansi	Pekerjaan						
	Laki-laki	Perempuan		> 21 tahun	21 - 40 tahun		> 40 th	≤ SMU		> SMU	> Rp 1 juta		Rp 1 juta - 2 juta	> Rp 2 juta	PNS/TNI/POLRI	Petani/Peg. Swasta/Wirawasta	Pelajar / Mhs	Ibu RT/Pensiunan	Signifikansi
Fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan	47,95	49,34	0,791	36,79	50,06	46,89	0,396	40,05	49,59	0,238	48,59	48,93	47,25	0,975	48,97	50,73	48,75	36,70	0,464
Kebutuhan pelanggan	47,71	49,71	0,705	35,14	50,29	46,64	0,302	36,27	50,08	0,089	47,52	49,68	48,41	0,931	48,23	51,66	46,13	39,75	0,545
Keinginan pelanggan	47,36	50,24	0,592	38,14	47,89	54,94	0,316	43,18	49,19	0,466	45,33	48,24	57,63	0,263	50,73	48,96	45,79	49,50	0,938
Pengetahuan karyawan	51,26	44,29	0,164	47,57	47,81	51,58	0,833	38,82	49,75	0,155	47,44	49,74	48,47	0,913	49,90	50,36	50,06	33,90	0,247
Sikap pimpinan	47,95	49,34	0,793	34,79	49,01	51,81	0,305	36,95	49,99	0,109	46,63	50,12	49,78	0,809	47,27	51,30	42,67	51,20	0,576
Sikap karyawan	49,34	47,21	0,685	41,29	49,78	46,25	0,638	42,36	49,29	0,391	50,27	48,55	43,63	0,667	48,63	51,60	47,85	35,30	0,325
Standarisasi kinerja	45,97	52,36	0,165	33,93	50,99	44,33	0,099	29,86	50,91	0,003	46,94	51,49	45,78	0,565	48,07	49,63	47,81	45,50	0,953
Pengoreksian penyimpanan	48,88	47,92	0,856	46,57	49,75	44,33	0,703	43,91	49,09	0,521	51,30	45,65	47,56	0,599	55,03	46,74	49,98	43,40	0,632
Sistem pemberian pelayanan	47,62	49,84	0,669	44,93	48,44	50,11	0,896	45,64	48,87	0,685	47,63	50,08	47,19	0,884	51,83	46,50	52,75	42,70	0,611
Komunikasi dengan pelanggan	48,62	48,32	0,953	49,00	46,42	56,50	0,301	53,18	47,89	0,503	46,78	45,91	59,13	0,166	52,10	46,28	49,58	50,95	0,838
Memerina masukan dari pelanggan	45,75	52,70	0,183	30,21	48,58	55,28	0,079	46,14	48,81	0,739	46,34	50,11	50,59	0,745	62,83	44,06	46,52	52,60	0,077
Mengantisipasi perubahan	48,07	49,16	0,834	39,64	49,15	49,39	0,621	44,59	49,01	0,581	47,84	50,39	45,91	0,812	61,03	44,20	48,63	49,60	0,158

Sumber: Data primer yang diolah

1. Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil perhitungan Kruskal - Wallis Test pada Tabel 4.13 menunjukkan bahwa kelompok nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto, kelompok laki-laki memperoleh kepuasan tertinggi pada atribut pengetahuan karyawan dengan rata-rata sebesar 51,26 dan kepuasan terendah yang dicapai oleh kelompok laki-laki pada atribut menerima masukan dari pelanggan dengan rata-rata sebesar 45,75. Sehingga kecenderungan pada laki-laki lebih menitikberatkan pada atribut pengetahuan karyawan.

Pada responden wanita, kepuasan tertinggi terjadi pada atribut menerima masukan dari pelanggan dengan rata-rata sebesar 52,70. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut pengetahuan karyawan dengan rata-rata sebesar 44,29. Dengan demikian, kecenderungan wanita lebih menitikberatkan pada atribut menerima masukan dari pelanggan.

Berdasarkan hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa pada keduabelas atribut tersebut mempunyai nilai probabilitas yang lebih dari 0,05 berarti tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah BMI cabang Purwokerto berdasar jenis kelamin. Dengan demikian, sebagian besar hasil uji signifikansi ini tidak mendukung hipotesis ketiga karena tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah BMI cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik nasabah.

2. Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Usia

Dari Tabel 4.13 diatas menunjukkan bahwa kelompok responden dengan usia dibawah 21 tahun telah memperoleh kepuasan tertinggi pada atribut

komunikasi dengan pelanggan dengan rata-rata sebesar 49,00 dan kepuasan terendah terjadi pada atribut menerima masukan dari pelanggan dengan rata-rata sebesar 30,21. Sehingga kecenderungan kelompok responden dengan usia dibawah 21 tahun dalam memperoleh kepuasan terhadap atribut komunikasi dengan pelanggan.

Pada responden yang berusia antara 21 - 40 tahun kepuasan tertinggi terjadi pada atribut standardisasi kinerja dengan rata-rata sebesar 50,99 dan kepuasan terendah terjadi pada atribut komunikasi dengan pelanggan yaitu sebesar 46,42. Dengan demikian, kelompok responden yang berusia antara 21 - 40 tahun memiliki kecenderungan dalam memperoleh kepuasan terhadap atribut standardisasi kinerja.

Kelompok responden pada usia lebih dari 40 tahun mencapai kepuasan tertinggi terjadi pada atribut komunikasi dengan pelanggan dengan rata-rata sebesar 56,50, sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut standardisasi kinerja dan pengoreksian penyimpangan dengan rata-rata sama sebesar 44,33. Hal ini berarti kecenderungan kelompok nasabah yang berusia lebih dari 40 tahun memperoleh kepuasan terhadap atribut komunikasi dengan pelanggan.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah BMI cabang Purwokerto berdasar usia karena duabelas atribut kepuasan nasabah mempunyai nilai probabilitas lebih dari 0,05. Dengan demikian, sebagian besar hasil uji signifikansi ini tidak mendukung hipotesis ketiga karena tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah BMI cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik nasabah.

3. Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Pendidikan

Dari Tabel 4.13 diatas dapat dijelaskan bahwa responden yang berpendidikan terakhir kurang dari sama dengan SMA telah mendapatkan kepuasan yang dominan pada atribut komunikasi dengan pelanggan dengan rata-rata sebesar 53,18, sedangkan kepuasan terendahnya terjadi pada atribut standardisasi kinerja dengan rata-rata sebesar 29,86. Dengan demikian, kecenderungan kelompok pelanggan yang berpendidikan terakhir kurang dari sama dengan SMA dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut komunikasi dengan pelanggan.

Sedangkan kelompok responden yang berpendidikan terakhir lebih dari SMA menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan tertinggi pada atribut standardisasi kinerja dengan rata-rata sebesar 50,91, sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut komunikasi dengan pelanggan dengan rata-rata sebesar 47,89. Dengan demikian, kecenderungan nasabah yang berpendidikan terakhir lebih dari SMU dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut standardisasi kinerja.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa pada atribut standardisasi kinerja ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah BMI cabang Purwokerto berdasar pendidikan karena nilai probabilitasnya kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,003. Pada responden yang berpendidikan terakhir lebih dari SMU mempunyai penilaian yang lebih positif daripada responden yang berpendidikan terakhir kurang dari sama dengan SMU. Berarti untuk membangun kepuasan terhadap atribut standardisasi kinerja pihak manajemen perlu memperbaiki atau

meningkatkan standar kinerja bank, misalnya dengan memberikan pelatihan bagi karyawannya sehingga ketika bank meningkatkan standar kinerjanya karyawan mudah menyesuaikan diri dan karyawan harus melakukan pendekatan yang berbeda dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah yang mempunyai latar belakang pendidikan yang berbeda. Sedangkan pada kesebelas atribut kepuasan nasabah yang lain mempunyai nilai probabilitas lebih dari 0,05 yaitu pada atribut fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan, kebutuhan pelanggan, keinginan pelanggan, pengetahuan karyawan, sikap pimpinan, sikap karyawan, pengoreksian penyimpangan, sistem pemberian pelayanan, komunikasi dengan pelanggan, menerima masukan dari pelanggan, dan mengantisipasi perubahan berarti ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah BMI cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik pendidikan.

4. Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Pendapatan / Uang Saku Rata-rata Dalam Satu Bulan

Dari Tabel 4.13 dapat dijelaskan bahwa responden yang berpendapatan kurang dari Rp 1.000.000 telah mendapatkan kepuasan tertinggi pada atribut pengoreksian penyimpangan dengan rata-rata sebesar 51,30. Kepuasan tertinggi pada kelompok pelanggan yang berpendapatan antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 terjadi pada atribut standardisasi kinerja dengan rata-rata sebesar 51,49 dan kepuasan tertinggi pada kelompok pelanggan yang berpendapatan antara lebih dari Rp 2.000.000 terjadi pada atribut komunikasi dengan pelanggan dengan rata-rata sebesar 59,13.

Pada kelompok responden yang berpendapatan kurang dari Rp 1.000.000 mendapatkan kepuasan terendah pada atribut keinginan pelanggan dengan rata-rata sebesar 45,33. Kepuasan terendah pada kelompok pelanggan yang berpendapatan antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000 terjadi pada atribut pengoreksian penyimpangan dengan rata-rata sebesar 45,65 dan kepuasan terendah pada kelompok pelanggan yang berpendapatan antara lebih dari Rp 2.000.000 terjadi pada atribut sikap karyawan dengan rata-rata sebesar 43,63.

Dengan demikian, kecenderungan kelompok pelanggan yang memiliki tingkat pendapatan kurang dari Rp 1 000.000, antara Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000, dan lebih dari Rp 2.000.000 dalam memperoleh kepuasan berturut-turut terjadi pada atribut pengoreksian penyimpangan, standardisasi kinerja, dan komunikasi dengan pelanggan.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah BMI cabang Purwokerto berdasar pendapatan karena keduabelas atribut kepuasan nasabah mempunyai nilai probabilitas lebih dari 0,05. Dengan demikian, hasil uji signifikansi sebagian besar tidak mendukung hipotesis ketiga karena tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah BMI cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik nasabah.

5. Perbedaan Kepuasan Nasabah Berdasarkan Pekerjaan

Dari Tabel 4.13 dapat dijelaskan bahwa responden yang mempunyai pekerjaan PNS / TNI / POLRI telah mendapatkan kepuasan tertinggi dengan rata-rata sebesar 62,83 pada atribut menerima masukan dari pelanggan,

sedangkan atribut sikap pimpinan merupakan kepuasan yang terendah yang dicapai oleh kelompok pelanggan yang memiliki pekerjaan sebagai PNS / TNI / POLRI dengan rata-rata sebesar 47,27. Dengan demikian, kecenderungan kelompok PNS / TNI / POLRI dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut menerima masukan dari pelanggan.

Pada kelompok petani / pegawai swasta / wiraswasta menunjukkan bahwa kelompok ini telah merasakan kepuasan tertinggi pada atribut kebutuhan pelanggan dengan rata-rata sebesar 51,66. Sedangkan atribut menerima masukan dari pelanggan memberikan kepuasan terendah dengan rata-rata terkecil 44,06. Dengan demikian, kecenderungan kelompok pelanggan yang memiliki pekerjaan sebagai petani / pegawai swasta / wiraswasta memperoleh kepuasan pada atribut kebutuhan pelanggan.

Pada kelompok pelajar / mahasiswa, kepuasan tertinggi diperoleh pada atribut sistem pemberian pelayanan dengan rata-rata tertinggi sebesar 52,75. Sedangkan kepuasan terendah untuk kelompok pelajar / mahasiswa terjadi pada atribut sikap pimpinan dengan rata-rata terkecil yaitu sebesar 42,67. Dengan demikian, kecenderungan kelompok pelanggan yang berstatus sebagai pelajar / mahasiswa dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut sistem pemberian pelayanan.

Bagi kelompok ibu rumah tangga / pensiunan, kelompok ini telah memperoleh kepuasan tertinggi pada atribut menerima masukan dari pelanggan dengan rata-rata tertinggi sebesar 52,60. Sedangkan kepuasan terendah terjadi pada atribut pengetahuan karyawan dengan rata-rata terkecil yaitu sebesar

33,90. Dengan demikian, kecenderungan kelompok nasabah yang memiliki pekerjaan sebagai ibu rumah tangga / pensiunan dalam memperoleh kepuasan terjadi pada atribut menerima masukan dari pelanggan.

Dari hasil uji signifikansi menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah BMI cabang Purwokerto berdasar pekerjaan karena keduabelas atribut kepuasan nasabah mempunyai nilai probabilitas lebih dari 0,05. Dengan demikian, hasil uji signifikansi tidak mendukung hipotesis ketiga karena tidak ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah BMI cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik nasabah.

4.7 Pembahasan Hasil Penelitian

Analisis regresi linier berganda menghasilkan sebuah persamaan garis regresi dengan masing-masing koefisien regresi bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi dalam *TQS* yang terdiri dari fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan mempunyai hubungan yang positif / searah dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Sehingga jika variabel-variabel dimensi dalam *TQS* meningkat maka kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto pun akan meningkat.

Hasil uji F menunjukkan bahwa ada pengaruh positif secara bersama-sama kelima dimensi *TQS* terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Hal ini membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh positif antara dimensi dalam *TQS* yang terdiri dari fokus pada

pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis dan perbaikan berkesinambungan terhadap kepuasan nasabah yang menabung pada BMI cabang Purwokerto.

Hasil uji T menunjukkan bahwa pada dimensi fokus pada pelanggan, keterlibatan total, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Sedangkan pada dimensi pengukuran tidak mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto.

Pada uji koefisien korelasi dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa ada hubungan yang erat antara variabel independen, yaitu dimensi *TQS* dengan variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah (dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi yang mendekati angka 1 atau 100 %, yaitu sebesar 0,910 atau 91 %) dan 82,9 % dari variabel kepuasan nasabah dipengaruhi secara bersama-sama oleh variabel dimensi *TQS*. Hasil uji koefisien determinasi parsial menunjukkan bahwa dimensi fokus pada pelanggan merupakan dimensi yang paling besar pengaruh positifnya terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien determinasi parsial dimensi fokus pada pelanggan dibanding yang lain, yaitu sebesar 0,180. Berturut-turut hasil koefisien determinasi parsial variabel lain dari yang terbesar adalah : variabel dimensi keterlibatan total (0,158), variabel dimensi dukungan sistematis (0,153), variabel dimensi perbaikan berkesinambungan (0,102), dan variabel dimensi pengukuran (0,018).

Dari hasil uji Wilcoxon yaitu antara persepsi dimensi dalam *TQS* dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto, maka dapat diketahui hanya satu atribut dalam dimensi keterlibatan total yaitu sikap karyawan yang mempunyai perbedaan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto, sedangkan pada atribut-atribut lain yang terdapat dalam dimensi fokus pada pelanggan (fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan, kebutuhan pelanggan, dan keinginan pelanggan), keterlibatan total (pengetahuan karyawan dan sikap pimpinan), pengukuran (standardisasi kinerja dan pengoreksian penyimpangan), dukungan sistematis (sistem pemberian pelayanan dan komunikasi dengan pelanggan), dan perbaikan berkesinambungan (menerima masukan dari pelanggan dan mengantisipasi perubahan) tidak mempunyai perbedaan yang signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto.

Atribut mengenai sikap karyawan memiliki gap sebesar 0,23 dan mempunyai nilai probabilitas $0,002 < 0,05$. Hal ini berarti sikap karyawan harus diperbaiki karena nilai probabilitas atribut ini yang lebih kecil dari α menunjukkan bahwa ada perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Pihak manajemen harus memperbaiki sikap karyawan BMI cabang Purwokerto, misalnya dengan lebih menumbuhkan sikap ramah dan sopan kepada karyawannya sehingga karyawan bank lebih ramah dan sopan lagi ketika sedang melayani nasabah banknya. Pada atribut mengenai fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan, kebutuhan pelanggan, keinginan pelanggan, pengetahuan karyawan,

sikap pimpinan, standardisasi kinerja, pengoreksian penyimpangan, sistem pemberian pelayanan, komunikasi dengan pelanggan, menerima masukan dari pelanggan, dan mengenai mengantisipasi perubahan memiliki gap yang terletak pada interval $-0,81$ s/d $0,80$. Hal ini berarti atribut-atribut yang tersebut di atas termasuk dalam kategori cukup puas. Nilai probabilitas kesebelas atribut di atas mempunyai nilai yang lebih besar dari α ($0,05$) berarti tidak ada perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* yang terdiri dari kesebelas atribut tersebut dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto.

Jika ditinjau dari besarnya gap pada hasil uji Wilcoxon, atribut sikap karyawan mempunyai nilai gap terbesar yaitu sebesar $0,23$, artinya kepuasan yang diperoleh nasabah tertinggi dirasakan pada atribut karyawan BMI cabang Purwokerto memiliki sikap yang baik selama memberikan layanan kepada para nasabahnya. Secara berurutan diikuti oleh atribut pengetahuan karyawan, kebutuhan pelanggan, pengoreksian penyimpangan, fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan, sistem pemberian pelayanan, standardisasi kinerja, keinginan pelanggan, sikap pimpinan, komunikasi dengan pelanggan, mengantisipasi perubahan, dan menerima masukan dari pelanggan. Kenyataan ini membuktikan bahwa atribut yang paling baik dimiliki oleh BMI cabang Purwokerto adalah sikap karyawan dan yang paling buruk adalah menerima masukan dari pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan analisis Kruskal - Wallis masih menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan karakteristik nasabah. Perbedaan tersebut hanya terjadi pada atribut standardisasi kinerja berdasarkan pendidikan. Responden yang

mempunyai latar belakang pendidikan terakhir lebih dari SMU mempunyai rata-rata kepuasan lebih tinggi dari responden yang berpendidikan terakhir kurang dari sama dengan SMU. Dengan demikian, atribut yang memberikan perbedaan secara signifikan tersebut merupakan faktor yang sangat mempengaruhi kepuasan nasabah berdasarkan karakteristik nasabah. Untuk itu, sebaiknya pihak manajemen perlu memperbaiki atau meningkatkan standar kinerja banknya, misalnya dengan memberikan pelatihan bagi karyawannya sehingga ketika bank meningkatkan standar kinerjanya karyawan mudah menyesuaikan dirinya atau dengan merekrut karyawan baru yang lebih ahli / berpengalaman yang bisa menyesuaikan diri dengan standar kinerja bank yang tinggi, selain itu karyawan harus melakukan pendekatan yang berbeda dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah yang mempunyai latar belakang pendidikan yang berbeda karena mereka mempunyai penilaian yang berbeda terhadap kinerja karyawan BMI cabang Purwokerto.

Hasil pengujian analisis Kruskal - Wallis pada atribut kepuasan nasabah yang lain menunjukkan tidak adanya perbedaan yang signifikan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan karakteristik nasabah, baik berdasarkan jenis kelamin, usia, pendapatan / uang saku rata-rata dalam satu bulan, maupun berdasarkan pada pekerjaan karena nilai probabilitas pada atribut-atribut yang digunakan dalam penelitian ini lebih dari 0,05.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat penulis ambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil analisis regresi linier berganda menghasilkan sebuah persamaan garis regresi dengan masing-masing koefisien regresi bertanda positif. Hal ini menunjukkan bahwa dimensi dalam *TQS* yang terdiri dari fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan mempunyai hubungan yang positif dengan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Sehingga jika variabel-variabel dimensi dalam *TQS* meningkat maka kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto pun akan meningkat.
2. Hasil uji F menunjukkan bahwa ada pengaruh positif secara bersama-sama kelima dimensi *TQS* terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Hal ini membuktikan hipotesis pertama yang menyatakan ada pengaruh positif antara dimensi dalam *TQS* yang terdiri dari fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis dan perbaikan berkesinambungan terhadap kepuasan nasabah yang menabung pada BMI cabang Purwokerto. Hasil uji T menunjukkan bahwa pada dimensi fokus pada pelanggan, keterlibatan total, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan mempunyai pengaruh positif

terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Sedangkan pada dimensi pengukuran tidak mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Pada uji koefisien korelasi dan koefisien determinasi menunjukkan bahwa ada hubungan yang erat antara variabel independen, yaitu dimensi *TQS* dengan variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah (dibuktikan dengan nilai koefisien korelasi yang mendekati angka 1 atau 100 %, yaitu sebesar 0,910 atau 91 %) dan 82,9 % dari variabel kepuasan nasabah dipengaruhi secara bersama-sama oleh variabel dimensi *TQS*.

3. Hasil uji koefisien determinasi parsial menunjukkan bahwa dimensi fokus pada pelanggan merupakan dimensi yang paling besar pengaruh positifnya terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya nilai koefisien determinasi parsial dimensi fokus pada pelanggan dibanding dimensi yang lain, yaitu sebesar 0,180.
4. Hasil uji peringkat bertanda Wilcoxon menunjukkan bahwa hanya satu atribut dalam dimensi keterlibatan total yaitu sikap karyawan yang mempunyai perbedaan signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto, sedangkan pada atribut-atribut lain yang terdapat dalam dimensi fokus pada pelanggan (fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan, kebutuhan pelanggan, dan keinginan pelanggan), keterlibatan total (pengetahuan karyawan dan sikap pimpinan), pengukuran (standardisasi kinerja dan pengoreksian penyimpangan), dukungan

sistematis (sistem pemberian pelayanan dan komunikasi dengan pelanggan), dan perbaikan berkesinambungan (menerima masukan dari pelanggan dan mengantisipasi perubahan) tidak mempunyai perbedaan yang signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Hal ini dibuktikan dengan atribut mengenai sikap karyawan yang mempunyai nilai probabilitas $0,002 < 0,05$, sedangkan pada kesebelas atribut yang lain nilai probabilitasnya lebih besar dari α (0,05). Berarti hipotesis kedua yang menyatakan ada perbedaan persepsi dimensi dalam *TQS* dan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto terbukti.

5. Hasil uji beda jenjang Kruskal - Wallis menunjukkan bahwa masih ada perbedaan yang signifikan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan karakteristik nasabah. Perbedaan tingkat kepuasan tersebut terjadi pada atribut standardisasi kinerja berdasarkan karakteristik pendidikan. Pada atribut tersebut responden yang mempunyai latar belakang pendidikan terakhir lebih dari SMU mempunyai rata-rata kepuasan lebih tinggi dari responden yang berpendidikan terakhir kurang dari sama dengan SMU, sedangkan pada atribut kepuasan nasabah yang lain menunjukkan tidak ada perbedaan yang signifikan tingkat kepuasan nasabah berdasarkan karakteristik nasabah. Hal ini membuktikan hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa ada perbedaan tingkat kepuasan nasabah BMI cabang Purwokerto berdasarkan karakteristik nasabah.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Pihak manajemen harus dapat meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara memperbaiki penerapan dimensi *TQS* karena dimensi dalam *TQS* yang terdiri dari fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan mempunyai hubungan yang positif terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto sehingga peningkatan kualitas dimensi dalam *TQS* akan menyebabkan peningkatan kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto.
2. Melalui pengujian secara bersama-sama (uji F) dapat diketahui bahwa kelima dimensi *TQS* secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Sehingga saran penulis kepada BMI cabang Purwokerto adalah untuk meningkatkan kualitas jasa yang disampaikan melalui keterlibatan seluruh individu dalam pengelolaan kualitas, didukung dengan sistem dan pengukuran standar yang jelas dan berlangsung secara terus-menerus. Pada uji T terlihat bahwa hanya variabel dimensi pengukuran yang tidak berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah maka saran dari penulis adalah pihak manajemen harus menemukan strategi yang tepat agar implementasi dimensi *TQS* dapat meningkat, dengan tidak terlalu memperhatikan variabel dimensi pengukuran.

3. Variabel dimensi fokus pada pelanggan mempunyai pengaruh positif paling dominan terhadap kepuasan nasabah, maka saran penulis kepada pihak manajemen adalah untuk tetap mempertahankan dan terus-menerus meningkatkan atribut yang terdapat dalam dimensi fokus pada pelanggan, seperti fasilitas fisik yang dimiliki oleh bank, produk jasa yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, dan kualitas jasa yang sesuai dengan keinginan nasabah. Selain itu, pihak manajemen harus memberikan perhatian lebih pada variabel dimensi pengukuran karena variabel ini memiliki pengaruh positif paling kecil terhadap kepuasan nasabah, misalnya dengan memperbaiki / meningkatkan standardisasi kinerja perusahaan dan lebih teliti dalam melakukan koreksi terhadap kemungkinan penyimpangan yang terjadi di bank.
4. Pihak manajemen bank harus memperbaiki sikap karyawannya karena hanya pada atribut sikap karyawan inilah terdapat perbedaan yang signifikan terhadap kepuasan nasabah yang menabung di BMI cabang Purwokerto. Misalnya pihak manajemen harus lebih menumbuhkan sikap ramah dan sopan kepada karyawannya dalam melayani nasabah sehingga karyawan bank menjadi lebih ramah dan sopan lagi ketika sedang melayani nasabah banknya.
5. Pihak manajemen perlu meningkatkan standar kinerja banknya karena pada atribut ini terdapat perbedaan yang signifikan tingkat kepuasan nasabah berdasar karakteristik pendidikan nasabah, misalnya dengan memberikan pelatihan bagi karyawan bank sehingga ketika bank meningkatkan standar

kinerjanya karyawan mudah menyesuaikan diri atau dengan merekrut karyawan baru yang lebih ahli / berpengalaman yang bisa menyesuaikan diri dengan standar kinerja bank yang tinggi, selain itu karyawan harus melakukan pendekatan yang berbeda dalam memberikan pelayanan terhadap nasabah yang mempunyai latar belakang pendidikan yang berbeda karena mereka mempunyai penilaian yang berbeda terhadap kinerja karyawan BMI cabang Purwokerto.



DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifuddin (2001), *Realibilitas dan Validitas*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djarwanto, P.S. dan Pangestu Subagyo (1993), *Statistik Induktif*, Edisi Keempat, Yogyakarta: BPFE.
- Indrianto, Nur dan Bambang Supomo (2002), *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*, Yogyakarta: BPFE Yogyakarta.
- Istijanto (2005), *Aplikasi Praktis Riset Pemasaran*, Edisi Pertama, Jakarta: PT Gramedia Pustaka.
- Karim, Adiwarmanto (2006), *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan*, Edisi Ketiga, Jakarta: PT RajaGrafindo.
- Kotler, Philip (1993). *Manajemen Pemasaran (Volume 1)*, Edisi 7, Jakarta: lembaga penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- _____, Philip dan Gary Armstrong (2001), *Prinsip-Prinsip Pemasaran (Jilid 1)*, Edisi Kedelapan, Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani (2006), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, Jakarta: Salemba Empat.
- Martono (2002), *Bank dan Lembaga Keuangan Lain*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Mowen, John C. dan Michael Minor (Terjemahan), (2002), *Perilaku Konsumen*, Edisi Kelima, Jakarta: Erlangga.
- Peter, Paul, dan Jerry C. Olson (2000), *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran (Jilid 1)*, Edisi Keempat, Jakarta: Erlangga.
- Pride, William M. (1995), *Pemasaran*, Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Program Studi Manajemen FE UII. (2003). *Pedoman Penulisan Skripsi*. Yogyakarta: Tim UII Press.

Rangkuti, Freddy (2004), *Riset Pemasaran*, Edisi Pertama, Jakarta: Gramedia Pustaka.

Santoso, Singgih (2001), *SPSS: Mengolah Data untuk Statistik secara Profesional*, Jakarta: Elex Media Komputindo kelompok Gramedia.

Sureshchandar, G.S., Rajendran, Chandrasekharan, & Anantharaman, R.N. (2002), *The Relationship Between Management's Perception of Total Quality Service and Customer Perceptions of Service Quality*, *Total Quality Management*, Vol. 13, No.1, p.69-88.

Tjiptono, Fandy (2002), *Manajemen Jasa*, Yogyakarta: Andi Offset.

_____, Fandy (2004), *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Andi Offset.

_____, Fandy (2004), *Pemasaran Jasa*, Malang: Bayumedia Publishing.

Umar, Husein (2003), *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Edisi Pertama, Jakarta: Ghalia Indonesia.

Wibisono, Yusuf (2005), *Metode Statistik*, Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Yazid (1999), *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*, Yogyakarta: Ekonisia Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.



LAMPIRAN I

KUISIONER

جامعة الإسلام في إندونيسيا



UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA

Yth. Bpk / Ibu / Sdra / Sdri
Di Tempat

Dengan hormat,

Saya adalah mahasiswa Universitas Islam Indonesia Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen yang sedang melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Pengaruh Total Quality Service (TQS) terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Muamalat Indonesia Cabang Purwokerto.”**

Penelitian tersebut saya lakukan dalam rangka penyusunan skripsi sebagai persyaratan kelulusan untuk memperoleh gelar jenjang S1. Untuk kepentingan penelitian tersebut maka diperlukan adanya data primer yang diperoleh melalui kuisioner ini. Oleh karenanya saya mengharapkan kesediaan dari Bapak / Ibu / Saudara / Saudari untuk mengisi kuisioner ini.

Atas perhatian dan kerja samanya saya ucapkan banyak terima kasih.

Hormat saya,

M. Faishal Anggara

Petunjuk Pengisian

1. Bacalah petunjuk dengan cermat dan teliti.
2. Setiap jawaban diisi sesuai dengan keadaan Bapak / Ibu / Saudara / Saudari.

Pertanyaan I : Data Responden

Berilah tanda (X) pada jawaban yang anda pilih

1. Jenis kelamin ?
 - (a) Laki-laki
 - (b) Perempuan
2. Usia anda saat ini ?
 - (a) Kurang dari 21 tahun
 - (b) 21 tahun – 40 tahun
 - (c) Lebih dari 40 tahun
3. Pendidikan anda ?
 - (a) SMU \geq
 - (b) SMU $<$
4. Pendapatan / uang saku rata-rata dalam satu bulan ?
 - (a) Kurang dari Rp 1.000.000
 - (b) Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
 - (c) Lebih dari Rp 2.000.000
5. Pekerjaan anda saat ini ?
 - (a) PNS / TNI / POLRI
 - (b) Petani / Pegawai Swasta / Wiraswasta
 - (c) Pelajar / Mahasiswa
 - (d) Ibu Rumah Tangga / Pensiunan

Pertanyaan II : Total Quality Service (TQS)

Total Quality Service (TQS) didefinisikan sebagai sistem manajemen strategik dan integratif yang melibatkan semua manajer dan karyawan serta menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif untuk memperbaiki secara kesinambungan proses-proses organisasi, agar dapat memenuhi dan melebihi kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen. *TQS* berfokus pada lima bidang, yaitu: fokus pada pelanggan, keterlibatan total, pengukuran, dukungan sistematis, dan perbaikan berkesinambungan.

Berilah tanda (\checkmark) atas setiap jawaban anda pada kolom yang tersedia.

Keterangan:

- SS / sangat setuju = nilai 5
- S / setuju = nilai 4
- CS / cukup setuju = nilai 3
- TS / tidak setuju = nilai 2
- STS / sangat tidak setuju = nilai 1

1. Fokus pada Pelanggan

No	Evaluasi	STS	TS	CS	S	SS
1	Fasilitas dalam kantor BMI cabang Purwokerto telah mendukung kenyamanan para nasabahnya.					
2	Produk jasa yang ditawarkan oleh BMI cabang Purwokerto telah sesuai dengan kebutuhan para nasabahnya.					
3	Kualitas jasa yang ditawarkan oleh BMI cabang Purwokerto telah sesuai dengan keinginan para nasabahnya.					

2. Keterlibatan Total

No	Evaluasi	STS	TS	CS	S	SS
1	Karyawan BMI cabang Purwokerto telah memiliki penguasaan pengetahuan yang baik mengenai produk jasa dan layanan yang diberikan kepada para nasabahnya.					

2	Pimpinan BMI cabang Purwokerto bersedia turun tangan dan berpartisipasi aktif dalam menangani masalah yang dihadapi oleh para nasabah BMI cabang Purwokerto.					
3	Karyawan BMI cabang Purwokerto memiliki sikap yang baik selama memberikan layanan kepada para nasabahnya.					

3. Pengukuran

No	Evaluasi	STS	TS	CS	S	SS
1	BMI cabang Purwokerto sudah memiliki standarisasi kinerja yang baik dalam memberikan pelayanan kepada para nasabahnya.					
2	BMI cabang Purwokerto selalu berusaha melakukan koreksi terhadap kemungkinan penyimpangan yang ada pada jasa yang ditawarkan.					

4. Dukungan Sistematis

No	Evaluasi	STS	TS	CS	S	SS
1	Sistem pelayanan yang diterapkan BMI cabang Purwokerto telah memudahkan para nasabahnya dalam menggunakan jasa pelayanan yang ditawarkan.					
2	Komunikasi antara BMI cabang Purwokerto dengan para nasabahnya telah berjalan dengan baik.					

5. Perbaikan Berkesinambungan

No	Evaluasi	STS	TS	CS	S	SS
1	BMI cabang Purwokerto telah memberikan kesempatan kepada para nasabahnya untuk memberikan masukan kepada BMI cabang Purwokerto.					
2	BMI cabang Purwokerto selalu memberitahu para nasabahnya mengenai perubahan-perubahan yang terjadi pada BMI cabang Purwokerto.					

Pertanyaan III : Kepuasan Nasabah yang Menabung di BMI Cabang Purwokerto

Kepuasan kosumen adalah keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Berilah tanda (√) atas setiap jawaban anda pada kolom yang tersedia.

Keterangan:

- SS / sangat setuju = nilai 5
- S / setuju = nilai 4
- CS / cukup setuju = nilai 3
- TS / tidak setuju = nilai 2
- STS / sangat tidak setuju = nilai 1

1. Fokus pada Pelanggan

No	Evaluasi	STS	TS	CS	S	SS
1	Saya merasa puas dengan fasilitas dalam kantor BMI cabang Purwokerto yang telah mendukung kenyamanan para nasabahnya.					
2	Saya merasa puas dengan produk jasa yang ditawarkan oleh BMI cabang Purwokerto yang telah sesuai dengan kebutuhan para nasabahnya.					

3	Saya merasa puas dengan kualitas jasa yang ditawarkan oleh BMI cabang Purwokerto yang telah sesuai dengan keinginan para nasabahnya.					
---	--	--	--	--	--	--

2. Keterlibatan Total

No	Evaluasi	STS	TS	CS	S	SS
1	Saya merasa puas karena karyawan BMI cabang Purwokerto telah memiliki penguasaan pengetahuan yang baik mengenai produk jasa dan layanan yang diberikan kepada para nasabahnya.					
2	Saya merasa puas karena pimpinan BMI cabang Purwokerto telah bersedia turun tangan dan berpartisipasi aktif dalam menangani masalah yang dihadapi oleh para nasabahnya.					
3	Saya merasa puas karena karyawan BMI cabang Purwokerto telah memiliki sikap yang baik selama memberikan layanan kepada para nasabahnya.					

3. Pengukuran

No	Evaluasi	STS	TS	CS	S	SS
1	Saya merasa puas karena BMI cabang Purwokerto sudah memiliki standardisasi kinerja yang baik dalam memberikan pelayanan kepada para nasabahnya.					
2	Saya merasa puas karena BMI cabang Purwokerto selalu berusaha melakukan koreksi terhadap kemungkinan penyimpangan yang ada pada jasa yang ditawarkan.					

4. Dukungan Sistematis

No	Evaluasi	STS	TS	CS	S	SS
1	Saya merasa puas karena sistem pelayanan yang diterapkan BMI cabang Purwokerto telah memudahkan para nasabahnya dalam menggunakan jasa pelayanan yang ditawarkan.					
2	Saya merasa puas karena komunikasi antara BMI cabang Purwokerto dengan para nasabahnya telah berjalan dengan sangat baik.					

5. Perbaikan Berkesinambungan

No	Evaluasi	STS	TS	CS	S	SS
1	Saya merasa puas karena BMI cabang Purwokerto telah memberikan kesempatan kepada para nasabahnya untuk memberikan masukan kepada BMI cabang Purwokerto.					
2	Saya merasa puas karena BMI cabang Purwokerto selalu memberitahu para nasabahnya mengenai perubahan-perubahan yang terjadi pada BMI cabang Purwokerto.					

Atas Perhatian Dan Kerja Samanya Saya Ucapkan Banyak Terima Kasih



LAMPIRAN II
DATA RESPONDEN

Rata-rata

x1	x2	x3	x4	x5	y1	y2	y3	y4	y5	Y
4,00	4,33	4,50	4,00	3,50	4,00	3,67	4,00	3,50	3,50	3,73
3,67	4,00	4,50	5,00	4,00	4,00	2,67	4,00	3,00	4,00	3,53
4,00	4,00	3,50	4,00	3,50	4,00	4,00	3,50	4,00	3,50	3,80
2,67	3,00	3,00	3,50	4,00	3,00	3,67	3,00	3,00	4,00	3,33
3,67	4,00	4,00	3,50	3,50	3,33	4,00	3,50	4,00	4,00	3,77
4,33	4,00	4,00	4,00	4,50	4,00	4,00	4,00	4,00	3,50	3,90
3,33	4,00	3,00	3,00	3,50	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	3,40
3,67	3,67	3,50	4,50	4,50	3,67	3,33	3,50	3,50	4,00	3,60
4,33	3,67	4,50	4,50	4,00	4,67	4,33	4,00	4,00	4,00	4,20
4,33	4,33	4,00	3,50	4,00	3,67	4,33	4,00	4,00	4,00	4,00
3,00	1,00	4,00	1,00	2,50	2,00	1,00	2,50	1,00	1,00	1,50
4,67	3,67	4,00	4,00	4,00	4,00	3,67	4,00	4,00	4,00	3,93
4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	3,67	4,00	4,00	4,00	3,93
4,00	3,33	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,20
3,67	3,33	3,50	3,00	2,50	3,00	3,00	3,00	3,00	2,50	2,90
4,00	3,67	3,50	4,00	3,50	3,33	4,00	3,50	3,50	4,00	3,67
4,00	4,33	4,50	4,50	4,50	4,33	4,00	4,50	4,50	4,50	4,37
3,33	3,67	4,00	4,00	3,50	3,33	4,00	3,50	3,50	3,50	3,57
3,33	3,33	4,00	2,50	2,00	3,33	3,33	4,00	3,50	2,50	3,33
5,00	4,33	4,50	5,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,20
3,67	4,33	4,50	3,00	3,50	4,00	3,33	3,50	4,00	4,00	3,77
3,33	3,67	4,00	4,00	3,00	3,67	3,33	4,00	3,50	3,50	3,60
4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	3,33	4,33	4,00	3,00	3,00	3,53
5,00	4,67	5,00	5,00	4,50	5,00	4,33	4,50	5,00	5,00	4,77
4,00	4,67	4,00	4,00	4,00	4,00	4,33	4,00	4,00	3,50	3,97
4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
4,00	4,00	3,50	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
4,00	4,33	4,50	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
4,00	3,67	4,00	4,50	3,50	4,33	4,00	3,00	3,00	3,50	3,57
4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
4,00	4,00	4,00	3,50	3,00	4,00	3,67	3,50	3,50	3,00	3,53
3,67	3,33	3,00	3,50	3,50	3,33	3,67	3,50	3,50	4,00	3,60
4,67	4,00	4,50	4,00	4,50	4,00	4,00	5,00	5,00	4,50	4,50
3,33	4,00	4,00	4,00	3,50	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
4,00	4,00	4,00	5,00	5,00	4,33	4,00	4,00	3,50	4,00	3,97
3,67	3,33	3,50	4,00	2,00	3,67	3,33	3,50	4,00	2,50	3,40
3,00	4,00	3,50	4,00	3,50	3,00	3,67	3,50	3,50	3,50	3,43
4,33	3,67	4,00	4,00	4,50	4,00	4,33	4,00	4,50	4,00	4,17
3,67	2,67	2,50	3,00	2,50	3,33	3,00	2,50	3,50	2,50	2,97
4,33	3,33	3,00	3,50	3,50	3,33	3,67	4,50	3,50	3,00	3,60
4,00	4,00	4,00	4,00	3,50	4,00	4,00	3,50	4,00	3,00	3,70
3,33	4,00	4,00	3,00	3,50	3,33	3,67	4,00	2,50	3,00	3,30
4,67	4,33	4,50	4,50	4,50	4,67	4,33	4,50	4,00	5,00	4,50
4,00	3,67	3,00	3,50	3,00	3,00	2,67	3,00	3,00	3,00	2,93
4,00	4,00	4,00	3,50	3,50	4,33	4,33	4,00	4,00	3,50	4,03
4,00	3,67	4,00	3,50	4,00	3,67	3,67	4,00	4,00	4,00	3,87
5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
4,00	3,67	3,50	3,50	3,00	4,00	3,67	3,00	4,00	3,00	3,53

5,00	4,33	4,00	5,00	3,00	5,00	3,67	4,00	5,00	4,50	4,43
4,33	3,67	4,00	4,00	3,50	4,00	4,00	4,00	4,00	3,50	3,90
3,00	3,67	3,50	3,50	4,00	4,00	3,67	3,50	3,50	3,50	3,63
4,00	4,00	4,00	5,00	4,50	5,00	4,33	4,00	4,50	4,00	4,37
4,67	4,33	4,50	3,50	4,00	4,67	4,67	4,00	3,50	3,50	4,07
3,33	3,67	3,50	3,00	3,00	4,67	3,33	3,50	3,50	3,00	3,60
3,00	3,67	4,00	3,50	3,50	3,00	3,67	3,50	4,00	4,00	3,63
4,00	3,33	3,50	4,00	3,00	4,00	3,67	4,00	4,00	4,00	3,93
3,33	4,00	3,00	4,00	3,00	3,33	3,00	4,00	4,00	4,00	3,67
3,67	4,00	4,00	4,50	3,50	4,00	4,33	4,00	4,00	4,00	4,07
5,00	4,33	4,50	4,00	3,50	5,00	3,67	5,00	4,00	4,50	4,43
5,00	4,33	4,00	4,50	4,00	5,00	4,33	4,00	4,00	4,00	4,27
4,67	4,33	4,00	4,00	4,00	4,67	4,33	4,00	4,00	4,00	4,20
5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
3,67	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
4,00	3,67	3,50	4,00	3,50	4,00	3,67	3,50	4,00	3,50	3,73
3,00	3,33	3,00	3,00	4,00	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	3,40
4,33	4,67	4,00	3,50	4,00	4,00	4,00	4,00	3,00	4,00	3,80
5,00	4,33	4,00	4,00	3,00	4,67	3,67	4,00	4,50	3,00	3,97
5,00	4,67	4,00	3,00	3,50	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
3,67	4,00	4,00	4,50	3,00	3,67	3,67	4,00	4,00	3,00	3,67
5,00	4,67	4,00	5,00	4,50	5,00	4,67	5,00	5,00	5,00	4,93
4,67	4,67	4,50	4,50	5,00	5,00	4,67	4,50	5,00	5,00	4,83
4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	3,50	3,90
1,67	2,00	2,00	2,00	2,50	1,00	2,00	2,00	2,00	2,00	1,80
4,33	4,33	3,00	3,50	3,00	3,67	3,33	3,50	4,50	4,50	3,90
4,33	4,00	4,50	5,00	4,00	5,00	4,00	4,50	5,00	4,00	4,50
3,67	3,67	4,00	3,50	3,50	3,33	3,67	3,50	3,00	4,00	3,50
4,67	4,00	3,50	3,50	3,50	3,67	3,33	4,00	3,50	4,00	3,70
5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	5,00
3,67	3,67	3,50	3,50	3,50	4,00	3,67	3,50	4,50	4,00	3,93
5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	5,00	5,00	4,00	5,00	5,00	4,80
4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	5,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,20
4,00	3,67	3,50	3,50	3,50	4,00	4,00	4,00	3,50	4,00	3,90
4,00	4,33	3,50	4,00	3,50	3,67	3,33	3,00	4,00	3,00	3,40
3,00	3,67	3,50	4,00	3,50	3,67	3,33	3,50	4,00	3,50	3,60
3,67	3,33	3,00	3,50	4,00	4,00	3,33	4,00	3,50	4,00	3,77
2,00	3,00	3,00	3,00	3,50	2,33	3,00	3,00	3,00	3,00	2,87
3,67	3,00	4,00	3,50	4,00	3,33	3,00	3,50	3,00	3,00	3,17
4,00	3,00	4,00	3,50	3,50	4,00	3,33	4,00	4,00	5,00	4,07
4,33	3,33	3,50	4,00	3,50	4,33	3,33	3,50	4,50	4,00	3,93
3,67	3,33	3,50	3,00	3,00	4,33	4,00	3,00	5,00	4,00	4,07
3,00	3,33	3,00	3,50	2,50	3,33	3,33	3,00	3,50	2,50	3,13
4,33	4,00	4,50	4,00	4,50	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00	4,00
3,33	3,67	3,00	4,00	3,00	3,00	3,33	3,00	3,00	3,00	3,07
4,00	4,33	4,00	4,50	4,50	4,00	4,00	4,00	4,50	4,50	4,20
3,00	3,33	3,00	4,00	3,50	3,00	3,00	3,00	4,00	4,00	3,40

Keterangan:

- X_1 = Variabel Fokus pada Pelanggan
 X_2 = Variabel Keterlibatan Total
 X_3 = Variabel Pengukuran
 X_4 = Variabel Dukungan Sistematis
 X_5 = Variabel Perbaikan Berkesinambungan
 Y_1 = Variabel Kepuasan Nasabah atas Dimensi Fokus pada Pelanggan
 Y_2 = Variabel Kepuasan Nasabah atas Dimensi Keterlibatan Total
 Y_3 = Variabel Kepuasan Nasabah atas Dimensi Pengukuran
 Y_4 = Variabel Kepuasan Nasabah atas Dimensi Dukungan Sistematis
 Y_5 = Variabel Kepuasan Nasabah atas Dimensi Perbaikan Berkesinambungan
 $X_{1.1}$ = Atribut fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan
 $X_{1.2}$ = Atribut kebutuhan pelanggan
 $X_{1.3}$ = Atribut keinginan pelanggan
 $X_{2.1}$ = Atribut pengetahuan karyawan
 $X_{2.2}$ = Atribut sikap pimpinan
 $X_{2.3}$ = Atribut sikap karyawan
 $X_{3.1}$ = Atribut standardisasi kinerja
 $X_{3.2}$ = Atribut pengoreksian penyimpangan
 $X_{4.1}$ = Atribut sistem pemberian pelayanan
 $X_{4.2}$ = Atribut komunikasi dengan pelanggan
 $X_{5.1}$ = Atribut menerima masukan dari pelanggan
 $X_{5.1}$ = Atribut mengantisipasi perubahan
 $Y_{1.1}$ = Atribut kepuasan nasabah atas atribut fasilitas fisik yang dimiliki perusahaan
 $Y_{1.2}$ = Atribut kepuasan nasabah atas atribut kebutuhan pelanggan
 $Y_{1.3}$ = Atribut kepuasan nasabah atas atribut keinginan pelanggan
 $Y_{2.1}$ = Atribut kepuasan nasabah atas atribut pengetahuan karyawan
 $Y_{2.2}$ = Atribut kepuasan nasabah atas atribut sikap pimpinan
 $Y_{2.3}$ = Atribut kepuasan nasabah atas atribut sikap karyawan
 $Y_{3.1}$ = Atribut kepuasan nasabah atas atribut standardisasi kinerja
 $Y_{3.2}$ = Atribut kepuasan nasabah atas atribut sengoreksian penyimpangan
 $Y_{4.1}$ = Atribut kepuasan nasabah atas atribut sistem pemberian pelayanan
 $Y_{4.2}$ = Atribut kepuasan nasabah atas atribut komunikasi dengan pelanggan
 $Y_{5.1}$ = Atribut kepuasan nasabah atas atribut menerima masukan dari pelanggan
 $Y_{5.1}$ = Atribut kepuasan nasabah atas atribut mengantisipasi perubahan



LAMPIRAN III
HASIL UJI VALIDITAS &
UJI RELIABILITAS

UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

1. Variabel Fokus pada Pelanggan

Uji Validitas

Correlations

		X1	X1.1	X1.2	X1.3
X1	Pearson Correlation	1	.820**	.904**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
X1.1	Pearson Correlation	.820**	1	.616**	.479**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	96	96	96	96
X1.2	Pearson Correlation	.904**	.616**	1	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	96	96	96	96
X1.3	Pearson Correlation	.855**	.479**	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	96	96	96	96

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	3

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,85	3,894	1,973	3

2. Variabel Keterlibatan Total

Uji Validitas

Correlations

		X2	X2.1	X2.2	X2.3
X2	Pearson Correlation	1	.791**	.768**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	96	96	96	96
X2.1	Pearson Correlation	.791**	1	.458**	.444**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	96	96	96	96
X2.2	Pearson Correlation	.768**	.458**	1	.360**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	96	96	96	96
X2.3	Pearson Correlation	.789**	.444**	.360**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	96	96	96	96

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,680	3

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,60	3,189	1,786	3

3. Variabel Pengukuran

Uji Validitas

Correlations

		X3	X3.1	X3.2
X3	Pearson Correlation	1	.852**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000
	N	96	96	96
X3.1	Pearson Correlation	.852**	1	.482**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
	N	96	96	96
X3.2	Pearson Correlation	.869**	.482**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
	N	96	96	96

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,649	2

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7,67	1,256	1,121	2

4. Variabel Dukungan Sistematis

Uji Validitas

Correlations

		X4	X4.1	X4.2
X4	Pearson Correlation	1	.852**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000
	N	96	96	96
X4.1	Pearson Correlation	.852**	1	.510**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
	N	96	96	96
X4.2	Pearson Correlation	.885**	.510**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
	N	96	96	96

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,672	2

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7,73	1,926	1,388	2

5. Variabel Perbaikan Berkesinambungan

Uji Validitas

Correlations

		X5	X5.1	X5.2
X5	Pearson Correlation	1	.819**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000
	N	96	96	96
X5.1	Pearson Correlation	.819**	1	.455**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000
	N	96	96	96
X5.2	Pearson Correlation	.884**	.455**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.
	N	96	96	96

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,617	2

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7,36	1,729	1,315	2

6. Variabel Kepuasan Nasabah atas Dimensi Fokus pada Pelanggan

Uji Validitas

Correlations

		y1	y1.1	y1.2	y1.3
y1	Pearson Correlation	1	,909**	,910**	,848**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96
y1.1	Pearson Correlation	,909**	1	,791**	,627**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000
	N	96	96	96	96
y1.2	Pearson Correlation	,910**	,791**	1	,639**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000
	N	96	96	96	96
y1.3	Pearson Correlation	,848**	,627**	,639**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
	N	96	96	96	96

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,868	3

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,73	4,663	2,159	3

7. Variabel Kepuasan Nasabah atas Dimensi Keterlibatan Total

Uji Validitas

Correlations

		y2	y2.1	y2.2	y2.3
y2	Pearson Correlation	1	,830**	,791**	,829**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96
y2.1	Pearson Correlation	,830**	1	,538**	,550**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000	,000
	N	96	96	96	96
y2.2	Pearson Correlation	,791**	,538**	1	,421**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.	,000
	N	96	96	96	96
y2.3	Pearson Correlation	,829**	,550**	,421**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	.
	N	96	96	96	96

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,742	3

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,26	3,353	1,831	3

8. Variabel Kepuasan Nasabah atas Dimensi Pengukuran

Uji Validitas

Correlations

		y3	y3.1	y3.2
y3	Pearson Correlation	1	,846**	,866**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	96	96	96
y3.1	Pearson Correlation	,846**	1	,467**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	96	96	96
y3.2	Pearson Correlation	,866**	,467**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	96	96	96

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,636	2

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7,59	1,275	1,129	2

9. Variabel Kepuasan Nasabah atas Dimensi Dukungan Sistematis

Uji Validitas

Correlations

		y4	y4.1	y4.2
y4	Pearson Correlation	1	,902**	,888**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	96	96	96
y4.1	Pearson Correlation	,902**	1	,603**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	96	96	96
y4.2	Pearson Correlation	,888**	,603**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	96	96	96

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,752	2

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7,73	1,821	1,349	2

10. Variabel Kepuasan Nasabah atas Dimensi Perbaikan Berkesinambungan

Uji Validitas

Correlations

		y5	y5.1	y5.2
y5	Pearson Correlation	1	,922**	,921**
	Sig. (2-tailed)	.	,000	,000
	N	96	96	96
y5.1	Pearson Correlation	,922**	1	,699**
	Sig. (2-tailed)	,000	.	,000
	N	96	96	96
y5.2	Pearson Correlation	,921**	,699**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	.
	N	96	96	96

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

Uji Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	96	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	96	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,823	2

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7,52	2,021	1,421	2



LAMPIRAN IV
OUTPUT SPSS

Analisis Regresi Linier Berganda

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x5, x1, x4, x3, x2		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,910 ^a	,829	,819	,24006

a. Predictors: (Constant), x5, x1, x4, x3, x2

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25,069	5	5,014	87,005	,000 ^a
	Residual	5,186	90	,058		
	Total	30,256	95			

a. Predictors: (Constant), x5, x1, x4, x3, x2

b. Dependent Variable: y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	,082	,190		,432	,667			
	x1	,242	,054	,282	4,441	,000	,757	,424	,194
	x2	,275	,067	,290	4,114	,000	,810	,398	,180
	x3	,080	,061	,079	1,296	,198	,664	,135	,057
	x4	,210	,052	,258	4,028	,000	,765	,391	,176
	x5	,163	,051	,190	3,203	,002	,687	,320	,140

a. Dependent Variable: y

Uji Wilcoxon

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
x1.1	96	4,01	,801	1	5
x1.2	96	4,00	,725	2	5
x1.3	96	3,84	,772	1	5
x2.1	96	3,84	,701	1	5
x2.2	96	3,53	,753	1	5
x2.3	96	4,23	,827	1	5
x3.1	96	3,85	,632	2	5
x3.2	96	3,81	,670	2	5
x4.1	96	3,94	,751	1	5
x4.2	96	3,79	,845	1	5
x5.1	96	3,67	,691	2	5
x5.2	96	3,70	,848	1	5
y1.1	96	3,98	,833	1	5
y1.2	96	3,91	,796	1	5
y1.3	96	3,84	,799	1	5
y2.1	96	3,73	,657	1	5
y2.2	96	3,53	,739	1	5
y2.3	96	4,00	,846	1	5
y3.1	96	3,84	,638	1	5
y3.2	96	3,75	,681	2	5
y4.1	96	3,92	,777	1	5
y4.2	96	3,81	,730	1	5
y5.1	96	3,77	,774	1	5
y5.2	96	3,75	,768	1	5

Wilcoxon Signed Ranks Test

Ranks

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
y1.1 - x1.1	Negative Ranks	19	18,95	360,00
	Positive Ranks	17	18,00	306,00
	Ties	60		
	Total	96		
y1.2 - x1.2	Negative Ranks	21	20,14	423,00
	Positive Ranks	16	17,50	280,00
	Ties	59		
	Total	96		
y1.3 - x1.3	Negative Ranks	16	15,47	247,50
	Positive Ranks	15	16,57	248,50
	Ties	65		
	Total	96		
y2.1 - x2.1	Negative Ranks	21	16,76	352,00
	Positive Ranks	11	16,00	176,00
	Ties	64		
	Total	96		
y2.2 - x2.2	Negative Ranks	17	17,50	297,50
	Positive Ranks	17	17,50	297,50
	Ties	62		
	Total	96		
y2.3 - x2.3	Negative Ranks	29	17,66	512,00
	Positive Ranks	7	22,00	154,00
	Ties	60		
	Total	96		
y3.1 - x3.1	Negative Ranks	14	16,64	233,00
	Positive Ranks	16	14,50	232,00
	Ties	66		
	Total	96		
y3.2 - x3.2	Negative Ranks	16	12,50	200,00
	Positive Ranks	9	13,89	125,00
	Ties	71		
	Total	96		
y4.1 - x4.1	Negative Ranks	16	15,44	247,00
	Positive Ranks	14	15,57	218,00
	Ties	66		
	Total	96		
y4.2 - x4.2	Negative Ranks	18	18,56	334,00
	Positive Ranks	19	19,42	369,00
	Ties	59		
	Total	96		
y5.1 - x5.1	Negative Ranks	12	19,00	228,00
	Positive Ranks	23	17,48	402,00
	Ties	61		
	Total	96		
y5.2 - x5.2	Negative Ranks	13	16,19	210,50
	Positive Ranks	18	15,86	285,50
	Ties	65		
	Total	96		

Test Statistics^d

Z	y1.1 - x1.1	y1.2 - x1.2	y1.3 - x1.3	y2.1 - x2.1	y2.2 - x2.2	y2.3 - x2.3	y3.1 - x3.1	y3.2 - x3.2	y4.1 - x4.1	y4.2 - x4.2	y5.1 - x5.1	y5.2 - x5.2
Asymp. Sig. (2-tailed)	,480 ^a	-1,196 ^a	-,011 ^b	-1,859 ^a	,000 ^c	-3,114 ^a	-,011 ^a	-1,134 ^a	-,332 ^a	-,287 ^b	-1,561 ^b	-,819 ^b
	,631	,232	,991	,063	1,000	,002	,991	,257	,740	,774	,119	,413

a. Based on positive ranks.

b. Based on negative ranks.

c. The sum of negative ranks equals the sum of positive ranks.

d. Wilcoxon Signed Ranks Test



Analisis Kruskal Wallis

**Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi fokus pada pelanggan
berdasarkan gender**

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y1.1	96	3,98	,833	1	5
y1.2	96	3,91	,796	1	5
y1.3	96	3,84	,799	1	5
gender	96	1,40	,492	1	2

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	gender	N	Mean Rank
y1.1	laki-laki	58	47,95
	perempuan	38	49,34
	Total	96	
y1.2	laki-laki	58	47,71
	perempuan	38	49,71
	Total	96	
y1.3	laki-laki	58	47,36
	perempuan	38	50,24
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y1.1	y1.2	y1.3
Chi-Square	,070	,144	,287
df	1	1	1
Asymp. Sig.	,791	,705	,592

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: gender

**Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi keterlibatan total berdasarkan
gender**

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y2.1	96	3,73	,657	1	5
y2.2	96	3,53	,739	1	5
y2.3	96	4,00	,846	1	5
gender	96	1,40	,492	1	2

Kruskal-Wallis Test

Ranks

gender	N	Mean Rank
y2.1 laki-laki	58	51,26
perempuan	38	44,29
Total	96	
y2.2 laki-laki	58	47,95
perempuan	38	49,34
Total	96	
y2.3 laki-laki	58	49,34
perempuan	38	47,21
Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y2.1	y2.2	y2.3
Chi-Square	1,935	,069	,165
df	1	1	1
Asymp. Sig.	,164	,793	,685

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: gender

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi pengukuran berdasarkan gender

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y3.1	96	3,84	,638	1	5
y3.2	96	3,75	,681	2	5
gender	96	1,40	,492	1	2

Kruskal-Wallis Test

Ranks

gender	N	Mean Rank
y3.1 laki-laki	58	45,97
perempuan	38	52,36
Total	96	
y3.2 laki-laki	58	48,88
perempuan	38	47,92
Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y3.1	y3.2
Chi-Square	1,932	,033
df	1	1
Asymp. Sig.	,165	,856

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: gender

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi dukungan sistematis berdasarkan gender

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y4.1	96	3,92	,777	1	5
y4.2	96	3,81	,730	1	5
gender	96	1,40	,492	1	2

Kruskal-Wallis Test

Ranks

gender	N	Mean Rank
y4.1 laki-laki	58	47,82
y4.1 perempuan	38	49,84
Total	96	
y4.2 laki-laki	58	48,62
y4.2 perempuan	38	48,32
Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y4.1	y4.2
Chi-Square	,183	,004
df	1	1
Asymp. Sig.	,669	,953

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: gender

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi perbaikan berkesinambungan berdasarkan gender

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y5.1	96	3,77	,774	1	5
y5.2	96	3,75	,768	1	5
gender	96	1,40	,492	1	2

Kruskal-Wallis Test

Ranks

gender	N	Mean Rank
y5.1 laki-laki	58	45,75
y5.1 perempuan	38	52,70
Total	96	
y5.2 laki-laki	58	48,07
y5.2 perempuan	38	49,16
Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y5.1	y5.2
Chi-Square	1,776	,044
df	1	1
Asymp. Sig.	,183	,834

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: gender

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi fokus pada pelanggan berdasarkan usia

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y1.1	96	3,98	,833	1	5
y1.2	96	3,91	,796	1	5
y1.3	96	3,84	,799	1	5
usia	96	2,11	,500	1	3

Kruskal-Wallis Test

Ranks

usia	N	Mean Rank
y1.1 kurang dari 21	7	36,79
y1.1 21 - 40	71	50,06
y1.1 lebih dari 40	18	46,89
y1.1 Total	96	
y1.2 kurang dari 21	7	35,14
y1.2 21 - 40	71	50,29
y1.2 lebih dari 40	18	46,64
y1.2 Total	96	
y1.3 kurang dari 21	7	38,14
y1.3 21 - 40	71	47,89
y1.3 lebih dari 40	18	54,94
y1.3 Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y1.1	y1.2	y1.3
Chi-Square	1,854	2,396	2,305
df	2	2	2
Asymp. Sig.	,396	,302	,316

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: usia

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi keterlibatan total berdasarkan usia

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y2.1	96	3,73	,657	1	5
y2.2	96	3,53	,739	1	5
y2.3	96	4,00	,846	1	5
usia	96	2,11	,500	1	3

Kruskal-Wallis Test

Ranks

usia	N	Mean Rank
y2.1 kurang dari 21	7	47,57
y2.1 21 - 40	71	47,81
y2.1 lebih dari 40	18	51,58
y2.1 Total	96	
y2.2 kurang dari 21	7	34,79
y2.2 21 - 40	71	49,01
y2.2 lebih dari 40	18	51,81
y2.2 Total	96	
y2.3 kurang dari 21	7	41,29
y2.3 21 - 40	71	49,78
y2.3 lebih dari 40	18	46,25
y2.3 Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y2.1	y2.2	y2.3
Chi-Square	,366	2,373	,900
df	2	2	2
Asymp. Sig.	,833	,305	,638

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: usia

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi pengukuran berdasarkan usia

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y3.1	96	3,84	,638	1	5
y3.2	96	3,75	,681	2	5
usia	96	2,11	,500	1	3

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	usia	N	Mean Rank
y3.1	kurang dari 21	7	33,93
	21 - 40	71	50,99
	lebih dari 40	18	44,33
	Total	96	
y3.2	kurang dari 21	7	46,57
	21 - 40	71	49,75
	lebih dari 40	18	44,33
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y3.1	y3.2
Chi-Square	4,629	,705
df	2	2
Asymp. Sig.	,099	,703

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: usia

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi dukungan sistematis berdasarkan usia

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y4.1	96	3,92	,777	1	5
y4.2	96	3,81	,730	1	5
usia	96	2,11	,500	1	3

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	usia	N	Mean Rank
y4.1	kurang dari 21	7	44,93
	21 - 40	71	48,44
	lebih dari 40	18	50,11
	Total	96	
y4.2	kurang dari 21	7	49,00
	21 - 40	71	46,42
	lebih dari 40	18	56,50
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y4.1	y4.2
Chi-Square	,220	2,402
df	2	2
Asymp. Sig.	,896	,301

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: usia

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi perbaikan berkesinambungan berdasarkan usia

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y5.1	96	3,77	,774	1	5
y5.2	96	3,75	,768	1	5
usia	96	2,11	,500	1	3

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	usia	N	Mean Rank
y5.1	kurang dari 21	7	30,21
	21 - 40	71	48,58
	lebih dari 40	18	55,28
	Total	96	
y5.2	kurang dari 21	7	39,64
	21 - 40	71	49,15
	lebih dari 40	18	49,39
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y5.1	y5.2
Chi-Square	5,078	,953
df	2	2
Asymp. Sig.	,079	,621

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: usia

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi fokus pada pelanggan berdasarkan pendidikan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y1.1	96	3,98	,833	1	5
y1.2	96	3,91	,796	1	5
y1.3	96	3,84	,799	1	5
pendidikan	96	1,89	,320	1	2

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	pendidikan	N	Mean Rank
y1.1	kurang dari sama dengan SMU	11	40,05
	lebih dari SMU	85	49,59
	Total	96	
y1.2	kurang dari sama dengan SMU	11	36,27
	lebih dari SMU	85	50,08
	Total	96	
y1.3	kurang dari sama dengan SMU	11	43,18
	lebih dari SMU	85	49,19
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y1.1	y1.2	y1.3
Chi-Square	1,394	2,893	,531
df	1	1	1
Asymp. Sig.	,238	,089	,466

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pendidikan

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi keterlibatan total berdasarkan pendidikan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y2.1	96	3,73	,657	1	5
y2.2	96	3,53	,739	1	5
y2.3	96	4,00	,846	1	5
pendidikan	96	1,89	,320	1	2

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	pendidikan	N	Mean Rank
y2.1	kurang dari sama dengan SMU	11	38,82
	lebih dari SMU	85	49,75
	Total	96	
y2.2	kurang dari sama dengan SMU	11	36,95
	lebih dari SMU	85	49,99
	Total	96	
y2.3	kurang dari sama dengan SMU	11	42,36
	lebih dari SMU	85	49,29
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y2.1	y2.2	y2.3
Chi-Square	2,020	2,565	,736
df	1	1	1
Asymp. Sig.	,155	,109	,391

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pendidikan

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi pengukuran berdasarkan pendidikan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y3.1	96	3,84	,638	1	5
y3.2	96	3,75	,681	2	5
pendidikan	96	1,89	,320	1	2

Kruskal-Wallis Test

Ranks

pendidikan	N	Mean Rank
y3.1 kurang dari sama dengan SMU	11	29,86
y3.1 lebih dari SMU	85	50,91
Total	96	
y3.2 kurang dari sama dengan SMU	11	43,91
y3.2 lebih dari SMU	85	49,09
Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y3.1	y3.2
Chi-Square	8,917	,411
df	1	1
Asymp. Sig.	,003	,521

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pendidikan

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi dukungan sistematis berdasarkan pendidikan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y4.1	96	3,92	,777	1	5
y4.2	96	3,81	,730	1	5
pendidikan	96	1,89	,320	1	2

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	pendidikan	N	Mean Rank
y4.1	kurang dari sama dengan SMU	11	45,64
	lebih dari SMU	85	48,87
	Total	96	
y4.2	kurang dari sama dengan SMU	11	53,18
	lebih dari SMU	85	47,89
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y4.1	y4.2
Chi-Square	,165	,448
df	1	1
Asymp. Sig.	,685	,503

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pendidikan

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi perbaikan berkesinambungan berdasarkan pendidikan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y5.1	96	3,77	,774	1	5
y5.2	96	3,75	,768	1	5
pendidikan	96	1,89	,320	1	2

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	pendidikan	N	Mean Rank
y5.1	kurang dari sama dengan SMU	11	46,14
	lebih dari SMU	85	48,81
	Total	96	
y5.2	kurang dari sama dengan SMU	11	44,59
	lebih dari SMU	85	49,01
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y5.1	y5.2
Chi-Square	,111	,305
df	1	1
Asymp. Sig.	,739	,581

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pendidikan

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi fokus pada pelanggan berdasarkan pendapatan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y1.1	96	3,98	,833	1	5
y1.2	96	3,91	,796	1	5
y1.3	96	3,84	,799	1	5
pendapatan	96	1,72	,736	1	3

Kruskal-Wallis Test

Ranks

pendapatan		N	Mean Rank
y1.1	kurang dari Rp 1000000	43	48,59
	Rp 1000000 - Rp 2000000	37	48,93
	lebih dari Rp 2000000	16	47,25
	Total	96	
y1.2	kurang dari Rp 1000000	43	47,52
	Rp 1000000 - Rp 2000000	37	49,68
	lebih dari Rp 2000000	16	48,41
	Total	96	
y1.3	kurang dari Rp 1000000	43	45,33
	Rp 1000000 - Rp 2000000	37	48,24
	lebih dari Rp 2000000	16	57,63
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y1.1	y1.2	y1.3
Chi-Square	,051	,144	2,672
df	2	2	2
Asymp. Sig.	,975	,931	,263

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pendapatan

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi keterlibatan total berdasarkan pendapatan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y2.1	96	3,73	,657	1	5
y2.2	96	3,53	,739	1	5
y2.3	96	4,00	,846	1	5
pendapatan	96	1,72	,736	1	3

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	pendapatan	N	Mean Rank
y2.1	kurang dari Rp 1000000	43	47,44
	Rp 1000000 - Rp 2000000	37	49,74
	lebih dari Rp 2000000	16	48,47
	Total	96	
y2.2	kurang dari Rp 1000000	43	46,63
	Rp 1000000 - Rp 2000000	37	50,12
	lebih dari Rp 2000000	16	49,78
	Total	96	
y2.3	kurang dari Rp 1000000	43	50,27
	Rp 1000000 - Rp 2000000	37	48,55
	lebih dari Rp 2000000	16	43,63
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y2.1	y2.2	y2.3
Chi-Square	,183	,425	,810
df	2	2	2
Asymp. Sig.	,913	,809	,667

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pendapatan

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi pengukuran berdasarkan pendapatan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y3.1	96	3,84	,638	1	5
y3.2	96	3,75	,681	2	5
pendapatan	96	1,72	,736	1	3

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	pendapatan	N	Mean Rank
y3.1	kurang dari Rp 1000000	43	46,94
	Rp 1000000 - Rp 2000000	37	51,49
	lebih dari Rp 2000000	16	45,78
	Total	96	
y3.2	kurang dari Rp 1000000	43	51,30
	Rp 1000000 - Rp 2000000	37	45,65
	lebih dari Rp 2000000	16	47,56
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y3.1	y3.2
Chi-Square	1,142	1,025
df	2	2
Asymp. Sig.	,565	,599

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pendapatan

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi dukungan sistematis berdasarkan pendapatan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y4.1	96	3,92	,777	1	5
y4.2	96	3,81	,730	1	5
pendapatan	96	1,72	,736	1	3

Kruskal-Wallis Test

Ranks

pendapatan	N	Mean Rank
y4.1 kurang dari Rp 1000000	43	47,63
Rp 1000000 - Rp 2000000	37	50,08
lebih dari Rp 2000000	16	47,19
Total	96	
y4.2 kurang dari Rp 1000000	43	46,78
Rp 1000000 - Rp 2000000	37	45,91
lebih dari Rp 2000000	16	59,13
Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y4.1	y4.2
Chi-Square	,247	3,590
df	2	2
Asymp. Sig.	,884	,166

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pendapatan

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi perbaikan berkesinambungan berdasarkan pendapatan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y5.1	96	3,77	,774	1	5
y5.2	96	3,75	,768	1	5
pendapatan	96	1,72	,736	1	3

Kruskal-Wallis Test

Ranks

pendapatan		N	Mean Rank
y5.1	kurang dari Rp 1000000	43	46,34
	Rp 1000000 - Rp 2000000	37	50,11
	lebih dari Rp 2000000	16	50,59
	Total	96	
y5.2	kurang dari Rp 1000000	43	47,84
	Rp 1000000 - Rp 2000000	37	50,39
	lebih dari Rp 2000000	16	45,91
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y5.1	y5.2
Chi-Square	,588	,416
df	2	2
Asymp. Sig.	,745	,812

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pendapatan

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi fokus pada pelanggan berdasarkan pekerjaan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y1.1	96	3,98	,833	1	5
y1.2	96	3,91	,796	1	5
y1.3	96	3,84	,799	1	5
pekerjaan	96	2,30	,860	1	4

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	pekerjaan	N	Mean Rank
y1.1	PNS/TNI/POLRI	15	48,97
	Petani/Pegawai	47	50,73
	Swasta/Wiraswasta	24	48,75
	Pelajar/Mahasiswa	10	36,70
	Ibu Rumah		
	Tangga/Pensiunan		
	Total	96	
y1.2	PNS/TNI/POLRI	15	48,23
	Petani/Pegawai	47	51,66
	Swasta/Wiraswasta	24	46,13
	Pelajar/Mahasiswa	10	39,75
	Ibu Rumah		
	Tangga/Pensiunan		
	Total	96	
y1.3	PNS/TNI/POLRI	15	50,73
	Petani/Pegawai	47	48,96
	Swasta/Wiraswasta	24	45,79
	Pelajar/Mahasiswa	10	49,50
	Ibu Rumah		
	Tangga/Pensiunan		
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y1.1	y1.2	y1.3
Chi-Square	2,562	2,136	,409
df	3	3	3
Asymp. Sig.	,464	,545	,938

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pekerjaan

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi keterlibatan total berdasarkan pekerjaan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y2.1	96	3,73	,657	1	5
y2.2	96	3,53	,739	1	5
y2.3	96	4,00	,846	1	5
pekerjaan	96	2,30	,860	1	4

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	pekerjaan	N	Mean Rank
y2.1	PNS/TNI/POLRI	15	49,90
	Petani/Pegawai	47	50,36
	Swasta/Wiraswasta	24	50,06
	Pelajar/Mahasiswa	10	33,90
	Ibu Rumah		
	Tangga/Pensiunan		
	Total	96	
y2.2	PNS/TNI/POLRI	15	47,27
	Petani/Pegawai	47	51,30
	Swasta/Wiraswasta	24	42,67
	Pelajar/Mahasiswa	10	51,20
	Ibu Rumah		
	Tangga/Pensiunan		
	Total	96	
y2.3	PNS/TNI/POLRI	15	48,63
	Petani/Pegawai	47	51,60
	Swasta/Wiraswasta	24	47,85
	Pelajar/Mahasiswa	10	35,30
	Ibu Rumah		
	Tangga/Pensiunan		
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y2.1	y2.2	y2.3
Chi-Square	4,134	1,983	3,467
df	3	3	3
Asymp. Sig.	,247	,576	,325

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pekerjaan

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi pengukuran berdasarkan pekerjaan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y3.1	96	3,84	,638	1	5
y3.2	96	3,75	,681	2	5
pekerjaan	96	2,30	,860	1	4

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	pekerjaan	N	Mean Rank
y3.1	PNS/TNI/POLRI	15	48,07
	Petani/Pegawai	47	49,63
	Swasta/Wiraswasta	24	47,81
	Pelajar/Mahasiswa	10	45,50
	Total	96	
y3.2	PNS/TNI/POLRI	15	55,03
	Petani/Pegawai	47	46,74
	Swasta/Wiraswasta	24	49,98
	Ibu Rumah	10	43,40
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y3.1	y3.2
Chi-Square	,339	1,724
df	3	3
Asymp. Sig.	,953	,632

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pekerjaan

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi dukungan sistematis berdasarkan pekerjaan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y4.1	96	3,92	,777	1	5
y4.2	96	3,81	,730	1	5
pekerjaan	96	2,30	,860	1	4

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	pekerjaan	N	Mean Rank
y4.1	PNS/TNI/POLRI	15	51,83
	Petani/Pegawai	47	46,50
	Swasta/Wiraswasta	24	52,75
	Pelajar/Mahasiswa	10	42,70
	Total	96	
y4.2	PNS/TNI/POLRI	15	52,10
	Petani/Pegawai	47	46,28
	Swasta/Wiraswasta	24	49,58
	Ibu Rumah	10	50,95
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y4.1	y4.2
Chi-Square	1,817	,847
df	3	3
Asymp. Sig.	,611	,838

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pekerjaan

Perbedaan kepuasan nasabah terhadap dimensi perbaikan berkesinambungan berdasarkan pekerjaan

NPar Tests

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Minimum	Maximum
y5.1	96	3,77	,774	1	5
y5.2	96	3,75	,768	1	5
pekerjaan	96	2,30	,860	1	4

Kruskal-Wallis Test

Ranks

	pekerjaan	N	Mean Rank
y5.1	PNS/TNI/POLRI	15	62,83
	Petani/Pegawai	47	44,06
	Swasta/Wiraswasta	24	46,52
	Pelajar/Mahasiswa	10	52,60
	Ibu Rumah		
	Tangga/Pensiunan		
	Total	96	
y5.2	PNS/TNI/POLRI	15	61,03
	Petani/Pegawai	47	44,20
	Swasta/Wiraswasta	24	48,63
	Pelajar/Mahasiswa	10	49,60
	Ibu Rumah		
	Tangga/Pensiunan		
	Total	96	

Test Statistics^{a,b}

	y5.1	y5.2
Chi-Square	6,843	5,198
df	3	3
Asymp. Sig.	,077	,158

a. Kruskal Wallis Test

b. Grouping Variable: pekerjaan