

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1. Uji Item Pertanyaan

4.1.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen indikator dari masing-masing variabel yang dapat digunakan atau mengukur variabel penelitian. Pada tingkat signifikansi 5% dan jumlah sampel sebanyak 50 orang, dari Tabel r diperoleh besarnya koefisien korelasi tabel sebesar $r_{tabel}=0,276$. Dengan demikian jika suatu item pertanyaan mempunyai nilai *item-total correlation* atau koefisien validitas $>r_{tabel}=0,276$ (Hadi, 1991: 123) maka item pertanyaan tersebut dinyatakan valid; sebaliknya jika suatu item pertanyaan mempunyai nilai *item-total correlation* atau koefisien validitas $\leq r_{tabel}=0,276$; maka item pertanyaan tersebut dinyatakan tidak valid atau gugur, sehingga item pertanyaan tersebut tidak layak digunakan dalam kuesioner, berikut adalah hasil dari uji validitas (untuk hasil selengkapnya dapat dilihat pada lampiran VI):

Tabel 4.1.
Hasil Uji Validitas Pertanyaan Performance

No.	Kategori	Pearson correlation	Signifikansi	Status
1	Tangibles			
	- Item 1	0,872	0,000	Valid
	- Item 2	0,838	0,000	Valid
	- Item 3	0,876	0,000	Valid
2.	Reliability			
	- Item 1	0,347	0,014	Valid
	- Item 2	0,648	0,000	Valid
	- Item 3	0,549	0,000	Valid
	- Item 4	0,535	0,000	Valid
3	Responsiveness			
	- Item 1	0,380	0,007	Valid
	- Item 2	0,309	0,029	Valid
	- Item 3	0,658	0,000	Valid
	- Item 4	0,649	0,000	Valid
4	Assurance			
	- Item 1	0,826	0,000	Valid
	- Item 2	0,794	0,000	Valid
	- Item 3	0,802	0,000	Valid
	- Item 4	0,452	0,001	Valid
5	Emphaty			
	- Item 1	0,290	0,041	Valid
	- Item 2	0,435	0,002	Valid
	- Item 3	0,364	0,009	Valid
	- Item 4	0,667	0,000	Valid

Sumber : data diolah 2006

Tabel 4.2.
Hasil Uji Validitas Pertanyaan Ekpectasi

No.	Kategori	Pearson correlation	Signifikansi	Status
1	Tangibles			
	- Item 1	0,637	0,000	Valid
	- Item 2	0,708	0,000	Valid
	- Item 3	0,586	0,000	Valid
2.	Reliability			
	- Item 1	0,669	0,000	Valid
	- Item 2	0,438	0,001	Valid
	- Item 3	0,408	0,003	Valid
	- Item 4	0,608	0,000	Valid
3	Responsiveness			
	- Item 1	0,538	0,000	Valid
	- Item 2	0,521	0,000	Valid
	- Item 3	0,499	0,000	Valid
	- Item 4	0,527	0,000	Valid
4	Assurance			
	- Item 1	0,790	0,000	Valid
	- Item 2	0,841	0,000	Valid
	- Item 3	0,815	0,000	Valid
	- Item 4	0,793	0,000	Valid
5	Emphaty			
	- Item 1	0,523	0,000	Valid
	- Item 2	0,435	0,002	Valid
	- Item 3	0,293	0,039	Valid
	- Item 4	0,451	0,001	Valid

Sumber : data diolah 2006

Tabel 4.3.
Hasil Uji Validitas Pertanyaan Kepuasan Konsumen

No.	Kategori	Pearson correlation	Signifikansi	Status
1	Kepuasan			
	- Item 1	0,805	0,000	Valid
	- Item 2	0,962	0,000	Valid
	- Item 3	0,470	0,001	Valid

Sumber : data diolah 2006

4.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk untuk menilai konsistensi dari suatu alat ukur didalam mengukur gejala yang sama atau membuat hasil-hasil yang konsisten. Dalam melakukan uji reliabilitas digunakan metode pengukuran Reliabilitas Alpha Cronbach (α) karena setiap butir pertanyaan menggunakan skala pengukuran interval.

Suatu instrument dapat dikatakan reliable/handal apabila memiliki nilai Alpha (α) lebih besar dari 0,60 (Nunnally dalam Zethaml, Berry dan Parasuraman, 1996). Berikut adalah hasil uji reliabilitas (hasil selengkapnya data dilihat pada lampiran VII):

Tabel 4.4.
Hasil Uji Reliability

No.	Kategori	α	Status
1	Tangibles	0,7692	Reliable
2	Reliability	0,8244	Reliable
3	Responsiveness	0,6242	Reliable
4	Assurance	0,7381	Reliable
5	Emphaty	0,7094	Reliable

Sumber : data diolah 2006

Tabel 4.5.
Hasil Uji Reliability Pertanyaan Kepuasan

No.	Kategori	α	Status
1	Kepuasan	0,8701	Reliable

Sumber : data diolah 2006

4.2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan analisis yang didasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari responden, dimana responden membuat pernyataan dan penilaian terhadap kriteria-kriteria yang diajukan oleh penulis yang terangkum dalam daftar pertanyaan. Kemudian data yang diperoleh dari jawaban responden atas pertanyaan yang diajukan, selanjutnya dihitung persentasenya.

4.2.1. Karakteristik Responden

4.2.1.1. Jenis kelamin responden

Tabel 4.6.
Jenis Kelamin Responden

Jenis kelamin	Jumlah	presentase
Pria	59	57,3
Wanita	44	42,7
Jumlah	103	100

Sumber : data diolah 2006

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden diwakili oleh pria. Responden pria berjumlah 59 orang atau 57,3% dan wanita 44 orang Atau 42,7%, dari 103 orang responden. Hal ini kemungkinan disebabkan pria lebih sering melakukan transaksi dan berada diluar rumah.

4.2.1.2. Tingkat Usia

Tabel 4.7.
Tingkat Usia Responden

Tingkat usia	Jumlah	presentase
< 20	6	5,8
20-29	14	13,6
30-40	37	35,9
> 40	46	44,7
Jumlah	103	100

Sumber : data diolah 2006

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang memiliki usia > 40 tahun merupakan yang paling banyak yaitu berjumlah 46 orang atau sebesar 44,7%, hal ini dikarenakan pada usia di atas 40 tahun merupakan awal setengah baya banyak orang yang sudah mulai sadar tentang agama dalam hal ini agama Islam, sehingga tidak mau membuat dosa dan menabung di Bank umum yang menggunakan bunga.

4.2.1.3. Tingkat Pendidikan

Tabel 4.8.
Pendidikan Terakhir Responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah	presentase
SMP	-	-
SMA	9	8,7
D3	3	2,9
Perguruan Tinggi	87	84,5
Lain-lain	4	3,9
Jumlah	103	100

Sumber : data diolah 2006

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang memiliki pendidikan terakhir Perguruan Tinggi merupakan yang paling banyak dipilih yaitu berjumlah 87 orang atau sebesar 84,5%, hal ini disebabkan banyak yang merupakan para eksekutif dan para pengusaha yang sudah mulai sadar dengan agama sehingga banyak diantara mereka yang tidak lagi mau berbuat dosa dengan menabung di bank umum yang tidak menerapkan syariat Islam dan diantara mereka kebanyakan memiliki gelar sarjana.

4.2.1.4. Jenis Pekerjaan

Tabel 4.9.
Jenis Pekerjaan Responden

Jenis Pekerjaan	Jumlah	presentase
Pegawai negeri	8	7,8
Wiraswasta	62	60,2
Pegawai swasta	6	5,8
Pelajar/mahasiswa	27	26,2
Lain-lain	-	-
Jumlah	103	103

Sumber : data diolah 2006

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang bekerja sebagai pegawai negeri berjumlah 8 orang atau 7,8%, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta/wiraswasta berjumlah 62 orang atau 60,2%, responden yang bekerja sebagai pegawai swasta berjumlah 6 orang atau 5,8%, dan responden yang bekerja sebagai pelajar/mahasiswa berjumlah 27 orang Atau 26,2%, dari 103 orang responden. Yang paling banyak responden bekerja sebagai wiraswasta, hal ini dikarenakan wiraswasta lebih mempercayakan keuangannya pada bank syariah karena seperti hal di atas bsudah banyak pengusaha yang mulai sadar terhadap agama sehingga mereka menyetorkan dan mengambil uang perusahaan di bank syariah hal ini mungkin lebih dipengaruhi oleh lingkungan, sedangkan pegawai negeri, pelajar/mahasiswa, dan lain-lain hanya berifat pribadi

4.2.1.4. Tingkat Pendapatan

Tabel 4.10.
Tingkat Pendapatan Responden

Tingkat Pendapatan	Jumlah	presentase
< Rp.1.000.000	1	1,0
Rp.1.001.000-Rp. 2.000.000	6	5,8
Rp.2.001.000-Rp. 3.000.000	47	46,6
> Rp. 3000.000	49	47,6
Jumlah	103	100

Sumber : data diolah 2006

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa yang berpenghasilan dibawah Rp. 1.000.000 berjumlah 1 orang atau 1%, yang berpenghasilan antara Rp. 1.001.000-Rp. 2.000.000 berjumlah 6 orang atau 5,8%, yang berenghasilan antara Rp. 2.001.000-Rp. 3.000.000 berjumlah 47 orang atau 46,6%, dan yang berpenghasilan di atas Rp. 3.000.000 berjumlah 49 orang atau 47,6%, dari 103 orang responden. Yang paling banyak adalah responden yang berpenghasilan di atas Rp. 3.000.000, hal ini dikarenakan pada umumnya responden memiliki penghasilan yang besar, sehingga dapat disisihkan untuk menabung di bank.

4.2.1.5. Tingkat Intensitas Kunjungan

Tabel 4.11.
Tingkat intensitas kunjungan responden

Intensitas	Jumlah	presentase
< 5 kali	71	68,9
5 kali-10 kali	22	21,4
lebih dari 10 kali	10	9,7
Jumlah	103	100

Sumber : data diolah 2006

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang intensitas berkunjung kurang dari lima kali merupakan yang paling banyak yaitu berjumlah 71 orang atau sebesar 68,9%, hal ini disebabkan konsumen kurang mengetahui pentingnya pelayanan suatu bank.

4.2.1.7. Informasi Mengenai Bank

Tabel 4.12.
Informasi mengenai bank

Informasi	Jumlah	presentase
Teman	69	67,0
Saudara	25	24,3
Promosi	9	8,7
Lain-lain	-	-
Jumlah	103	100

Sumber : data diolah 2006

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden yang mengetahui informasi dari teman merupakan yang paling banyak yaitu berjumlah 69 orang atau sebesar 67,0%, hal ini disebabkan teman yang pernah melakukan transaksi dengan bank syariah mempunyai pengalaman yang baik mengenai bank syariah, sehingga mampu mempengaruhi orang lain untuk melakukan transaksi dengan bank syariah.

4.3. Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan sifat dari suatu jasa. Penelitian ini menggunakan atribut (dimensi) kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh Parasuraman et.al (1988), yang meliputi lima dimensi yaitu, *tangibles* (fisik, saran komunikasi, dan perlengkapan), *reliability* (pelayanan dengan segera yang memuaskan sesuai dengan yang dijanjikan), *responsiveness* (kecakapan dalam memberikan layanan), *assurance* (kemampuan dalam memberikan jaminan layanan), *empathy* (kemampuan memahami keinginan pelanggan). Kelima dimensi itu disebut *service quality*, yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan.

Dari lima dimensi tersebut dijabarkan menjadi 15 pertanyaan yang bervariasi, dimana masing-masing dimensi memiliki jumlah tiga item pertanyaan. Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan penilaian nasabah terhadap tingkat layanan yang dirasakan (persepsi). Dengan tingkat layanan

yang diharapkan. Dengan begitu akan terdapat perbedaan antara harapan dan persepsi, dengan asumsi sebagai berikut:

- Jika nilai harapan > nilai persepsi, maka pelayanan kurang atau tidak berkualitas.
- Jika nilai harapan = nilai persepsi, maka pelayanan berkualitas.
- Jika nilai harapan < nilai persepsi, maka pelayanan sangat berkualitas.

4.3.1. Analisis Diagram Katesius

Analisis ini berdasarkan hasil penelitian tingkat kepentingan dan hasil penelitian kinerja atau penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor harapan. Semakin tinggi tingkat kesesuaian berarti semakin besar kepuasan konsumen.

Untuk mengukur tingkat kesesuaian ini digunakan rumus :

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

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja (performan)

Yi = Skor harapan konsumen

Sebagai contoh pada item pertanyaan penataan interior ruang tunggu bank dengan skor kinerja (Xi) = 2,41 dan skor harapan (Yi) sebesar 3,25 maka besarnya tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% = \frac{2,41}{3,25} \times 100\% = 74,15\%$$

Begitu juga dengan perhitungan untuk item-item yang lain dapat dilakukan dengan cara yang sama seperti pada lampiran. Hasil selengkapnya tingkat kesesuaian dapat dilihat pada tabel 4.13 :



Tabel 4.13
Tingkat Kesesuaian Expectation dan Performance Bank Syariah Mandiri

o	DIMENSI	PERFOR MANCE	EXPECTA TION	GAP	TK. KESESUAIAN
1. TANGIBLES					
1	Penataan interior ruang tunggu Bank Syariah Mandiri.	2.41	3.25	-0.85	74.15
2	Peralatan dan perlengkapan seperti komputer yang tersedia di bank Syariah Mandiri.	2.55	3.16	-0.61	80.80
3	Sarana komunikasi yang ada di bank Syariah Mandiri.	2.65	3.18	-0.53	83.23
	Rata-rata	2.54	3.19	-0.66	79.35
2. RELIABILITY					
4	Pelayanan yang dijanjikan oleh bank Syariah Mandiri.	2.41	3.17	-0.77	75.84
5	Para karyawan mempunyai sikap simpatik pada saat memberikan pelayanan.	3.08	3.44	-0.36	89.58
6	Kelengkapan dalam menyediakan pelayanan yang dibutuhkan nasabah.	3.03	3.12	-0.09	97.11
7	Para karyawan Bank Syariah Mandiri mempunyai ketrampilan dan kecakapan.	2.98	3.39	-0.42	87.71
	Rata-rata	2.87	3.28	-0.41	87.56
3. RESPONSIVENESS					
8	Kesigapan karyawan dalam melayani nasabah.	2.38	3.23	-0.84	73.87
9	Karyawan dapat dalam menangani keluhan nasabah.	2.82	3.04	-0.22	92.65
10	Ketepatan waktu pelayanan yang diberikan kepada nasabah.	2.61	3.18	-0.57	81.97
11	Kesiapan karyawan membantu nasabah.	2.99	3.63	-0.64	82.35
	Rata-rata	2.70	3.27	-0.57	82.71
4. ASSURANCE					
12	Karyawan Bank Syariah Mandiri mempunyai pengetahuan.	3.21	3.64	-0.43	88.27
13	kesopanan dan keramahan Karyawan dalam melayani nasabah.	3.39	3.62	-0.23	93.57
14	Pihak bank dalam memberikan keamanan kepada nasabah dalam pemanfaatan jasa yang ditawarkan.	3.02	3.72	-0.70	81.14
15	Kemampuan dalam menanamkan para karyawan kepercayaan nasabah kepada bank.	3.21	3.72	-0.51	86.42
	Rata-rata	3.21	3.68	-0.47	87.35
5. EMPHATY					
16	Perhatian karyawan bank terhadap kebutuhan nasabah.	3.39	3.87	-0.49	87.47
17	Kemampuan karyawan dalam melakukan komunikasi dengan nasabah.	2.68	3.76	-1.08	71.32
18	Kemampuan karyawan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan nasabah.	3.05	3.64	-0.59	83.73
19	Kejelasan dan ketepatan karyawan dalam memberikan informasi.	3.42	3.62	-0.20	94.37
	Rata-rata	3.13	3.72	-0.59	84.22
	Rata-rata Keseluruhan	2.91	3.44	-0.53	84.59

number : Data primer diolah, 2006

a. Tangibles

Dimensi *Tangibles* menunjukkan, kemampuan bank Syariah untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Bank syariah Mandiri dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,19) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,54), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 79,35%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank syariah Mandiri dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *tangibles*. Gap yang paling besar terdapat pada item penataan interior ruang tunggu Bank Syariah Mandiri sebesar -0,85.

b. Dimensi Reliability

Dimensi *Reliability* menunjukkan, kemampuan bank untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Bank syariah Mandiri dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,28) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,87), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 87,56%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank syariah Mandiri dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *Reliability*. Gap yang paling besar terdapat pada item pelayanan yang dijanjikan oleh bank Syariah Mandiri yaitu sebesar -0,77

c. Dimensi Responsiveness

Dimensi *responsiveness* menunjukkan, kemauan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat dan tanggap. Bank syariah Mandiri dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,27) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,70), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 82,71%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank syariah Mandiri dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *responsiveness*. Gap yang paling besar terdapat pada item kesigapan karyawan dalam melayani nasabah yaitu sebesar -0,84.

d. Dimensi Assurance

Dimensi *Assurance* menunjukkan, pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Bank syariah Mandiri dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,68) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (3,21), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 87,35%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank syariah Mandiri dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *assurance*. Gap yang paling besar terdapat pada

item pihak bank dalam memberikan keamanan kepada nasabah dalam pemanfaatan jasa yang ditawarkan yaitu sebesar -0,70.

e. Dimensi Emphaty

Dimensi *emphaty* menunjukkan, kepedulian, memberi perhatian pribadi bagi konsumen. Bank syariah Mandiri dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,72) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (3,13), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 84,22%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank syariah Mandiri dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen pada atribut *emphaty*. Gap yang paling besar terdapat pada item Kemampuan karyawan dalam melakukan komunikasi dengan nasabah yaitu sebesar -1,08.

f. Secara Keseluruhan

Dari kelima dimensi di atas (Tangibles, Reliability, Responsiveness, Emphaty, dan Assurance) dapat dilihat bahwa PT. Bank Syariah Mandiri Yogyakarta dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi konsumennya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,44) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,91), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 84,59%. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh

PT. Bank Syariah Mandiri Yogyakarta dengan kualitas pelayanan yang diharapkan konsumen

Selanjutnya dari hasil rata-rata kinerja dan kepentingan konsumen terhadap Bank Syariah Mandiri Yogyakarta dapat dilakukan analisis diagram kartesius. Analisis Diagram Kartesius bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan pada Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada jasa tersebut. Langkah ini adalah menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian *performance* (kinerja) perusahaan dan penilaian Harapan. Sebagai sumbu X adalah *Performance* (Kinerja) perusahaan dan sumbu Y adalah harapan pelanggan.

Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua baris yang berpotongan tegak lurus pada titik (\bar{X}, \bar{Y}) , dimana:

\bar{X} = Skor rata-rata seluruh faktor tingkat kinerja bank

\bar{Y} = Skor rata-rata dari seluruh faktor kepentingan konsumen

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

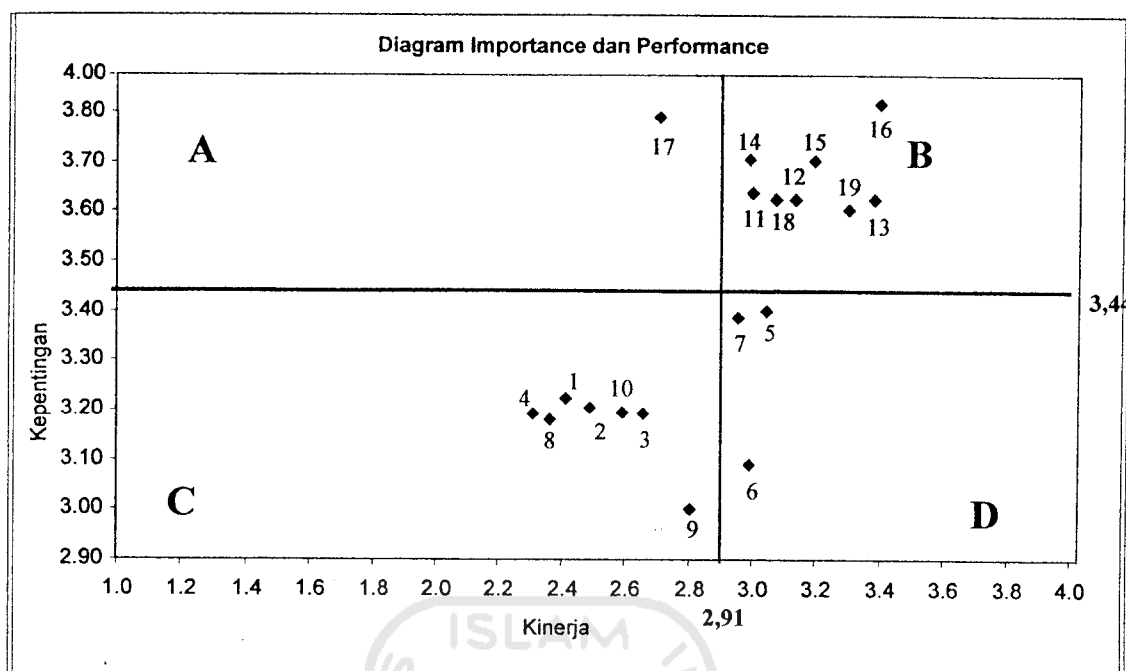
Sehingga dapat ditentukan besarnya skor rata-rata tersebut sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{2,41+2,55+2,65+ \dots + 3,42}{19} = 2,91$$

$$\bar{Y} = \frac{3,25+3,16+3,18+ \dots + 3,62}{19} = 3,44$$

Hasil perhitungan Analysis Diagram Kartesius pada pelayanan Bank Syariah Mandiri Yogyakarta dapat ditunjukkan pada tabel berikut sebagai berikut:

Berdasarkan tabel 4.13 dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 2,91 dan rata-rata nilai Harapan adalah sebesar 3,44. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan nilai rata-rata kepentingan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y. Dalam menggambarkan diagram kartesius akan terbagi kedalam 4 kuadran. Kuadran A yaitu untuk item yang nilai kinerja kurang dari 2,91 dan nilai kepentingannya diatas 3,44. Untuk Kuadran B, yaitu item-item yang memiliki nilai kinerja diatas 2,91 dan nilai kepentingannya diatas 3,44. Untuk kuadran C yaitu item yang memiliki nilai kinerja kurang dari 2,91 dan nilai kepentingannya kurang dari 3,44. Sedangkan pada kuadran D berisi item-item yang memiliki nilai kinerja lebih dari 2,91 tetapi nilai kepentingannya kurang dari 3,44. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.13. Di atas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



Gambar 4.1
Diagram Kartesius kualitas pelayanan pada Bank Syariah Mandiri

Berdasarkan gambar 4.1 di atas menunjukkan beberapa dimensi berada pada kuadran yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A

Variabel yang berada pada kuadran A artinya variabel ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat kepentingan konsumen cukup tinggi. Variabel-variabel ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan kinerjanya masih belum memuaskan.

Variabel-variabel yang ada dalam kuadran A adalah :

- a) Variabel 17 yaitu Kemampuan karyawan dalam melakukan komunikasi dengan nasabah.

Strategi pada kuadran ini adalah perusahaan harus memprioritaskan penanganannya, artinya perusahaan harus meningkatkan kinerja pada kuadran ini. Dengan demikian strategi yang dilakukan pihak Bank syariah Mandiri harus memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau *performance* pada variabel ini yaitu dengan cara meningkatkan dimensi *emphaty* seperti training karyawan, selain itu peningkatan sumber daya manusia harus ditingkatkan melalui ketrampilan karyawannya sehingga karyawan memiliki kemampuan dalam melakukan komunikasi dengan para nasabah.

2. Kuadran B

Variabel yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dengan *performance* yang tinggi pula. Variabel-variabel yang ada dalam kuadran B ini adalah :

- a) Variabel 11 yaitu Kesiapan karyawan membantu nasabah.
- b) Variabel 12 yaitu Karyawan Bank Syariah Mandiri mempunyai pengetahuan.
- c) Variabel 13 yaitu kesopanan dan keramahan Karyawan dalam melayani nasabah.
- d) Variabel 14 yaitu Pihak bank dalam memberikan keamanan kepada nasabah dalam pemanfaatan jasa yang ditawarkan.
- e) Variabel 15 yaitu Kemampuan dalam menanamkan para karyawan kepercayaan nasabah kepada bank.

- f) Variabel 16 yaitu Perhatian karyawan bank terhadap kebutuhan nasabah.
- g) Variabel 18 yaitu Kemampuan karyawan untuk mengetahui dan memahami kebutuhan dan keinginan nasabah.
- h) Variabel 19 yaitu Kejelasan dan ketepatan karyawan dalam memberikan informasi

Dengan demikian perusahaan harus mempertahankan prestasi yang dimaksud adalah harus dapat mempertahankan harus dapat mempertahankan kedelapan variabel di atas yang telah dinilai oleh nasabah sebagai pelayanan yang memuaskan. strategi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri dimana perusahaan mengedepankan kecepatan dan kehandalan pada karyawan yang bekerja yaitu dengan merekrut karyawan yang mayoritas telah berpendidikan dan memiliki pengetahuan mengenai perbankan terutama perbankan syariah yang baik sehingga karyawan bekerja telah memiliki kecakapan yang baik, menepati janji-janji yang diberikan dengan memberikan kualitas pelayanan yang prima, akurat dalam pelaporan. Selain itu pihak manajemen bank ini juga telah memberikan kemudahan dalam prosedur mengakses untuk melakukan transaksi bank yang mudah dan gampang dan menggunakan fasilitas bank tanpa syarat yang berbelit-belit. Begitu juga dengan karyawan yang telah ditanamkan selalu bersikap sopan, ramah dan rasa kekeluargaan terjalin dengan pelanggan serta keamanan yang baik.

3. Kuadran C

Variabel yang berada pada kuadran C adalah variabel yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja relatif rendah. Walaupun tingkat kepentingan konsumen rendah namun kinerja yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi konsumen ketika menggunakan kualitas pelayanan pada Bank Syariah Mandiri Yogyakarta. Variabel yang ada pada kuadran ini adalah :

- a) Variabel 5 yaitu Para karyawan mempunyai sikap simpatik pada saat memberikan pelayanan
- b) Variabel 6 yaitu Kelengkapan dalam menyediakan pelayanan yang dibutuhkan nasabah
- c) Variabel 7 yaitu Para karyawan Bank Syariah Mandiri mempunyai ketrampilan dan kecakapan

Dengan demikian strategi yang dilakukan perusahaan harus memberikan perhatian dan pengelolaan yang serius pada ketiga variabel di atas, karena ketidakpuasan konsumen pada umumnya berawal dari variabel-variabel ini. Walaupun perhatian telah diberikan kepada setiap konsumen, namun demikian pada saat-saat tertentu ketika karyawan merasa kewalahan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, karyawan yang memiliki keterampilan kurang memadai membuat tidak nyaman bagi konsumen. Untuk itu pihak manajemen harus memperhatikan variabel-variabel ini. Untuk itu karyawan harus lebih banyak diberi bimbingan, baik bimbingan kerohanian maupun bimbingan

kejiwaan, serta berikan liburan berkala untuk karyawan agar tidak terdapat kejenuhan dan kerja menjadi giat kembali. Bank Syariah Mandiri sebaiknya melengkapi semua peralatan yang dibutuhkan pelanggan, dengan tujuan untuk memudah nasabah dalam mengakses segala yang berhubungan dengan bank

4. Kuadran D

Variabel yang berada pada kuadran D adalah variabel yang memiliki kinerja yang menurut pelanggan sangat baik, tetapi variabel ini memiliki tingkat kepentingan yang tidak begitu tinggi. Variabel yang ada dalam kuadran ini adalah :

- a) Variabel 1 yaitu Penataan interior ruang tunggu Bank Syariah Mandiri.
- b) Variabel 2 yaitu Peralatan dan perlengkapan seperti komputer yang tersedia di bank Syariah Mandiri.
- c) Variabel 3 yaitu Sarana komunikasi yang ada di bank Syariah Mandiri.
- d) Variabel 4 yaitu Pelayanan yang dijanjikan oleh bank Syariah Mandiri.
- e) Variabel 8 yaitu Karyawan kesigapan dalam melayani nasabah.
- f) Variabel 9 yaitu Karyawan dapat dalam menangani keluhan nasabah.
- g) Variabel 10 yaitu Ketepatan waktu pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

Dengan demikian strategi yang dilakukan pihak perusahaan harus mempertimbangkan kembali ketujuh variabel di atas karena dirasakan terlalu berlebihan. Sebaiknya kinerja yang ada pada kedua variabel di atas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak begitu mementingkan pelayanan pada variabel tersebut. Usaha peningkatan kualitas pelayanan dialihkan pada beberapa variabel yang dirasa sangat dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerjanya masih terasa kurang yaitu variabel-variabel yang berada pada kuadran A.

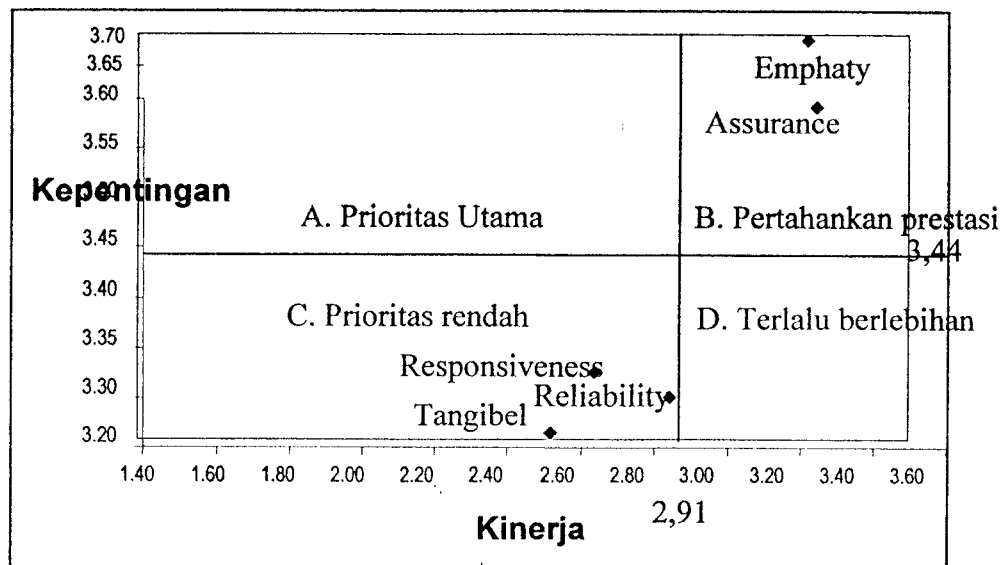
Sedangkan Analisis koordinat kartesius perdimensi didasarkan pada koordinat kartesius antara Bank syariah Mandiri terhadap kepentingan pada keseluruhan dimensi yang ada. Hasil indeks kinerja dan indek kepentingan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.14
Koordinat *Importance – Performance Analisis Per Dimensi*

Dimensi	Indeks Ekpectasi	Indeks Performance
Tangible	3,19	2,54
Reliability	3,28	2,87
Responsiveness	3,27	2,70
Assurance	3,68	3,21
Emphaty	3,72	3,13
Rata-rata	3,44	2,91

Sumber : Data primer diolah, 2005

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata *performance* sebesar 2,91 dan rata-rata nilai kepentingan adalah sebesar 3,44. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.14 di atas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



Gambar 4.2
Diagram Importance / Performance Matrik kualitas pelayanan pada Bank Syariah Mandiri Per Dimensi

Berdasarkan gambar 4.2 di atas menunjukkan beberapa dimensi berada pada kuadran yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A (Prioritas Utama)

Variabel yang berada pada kuadran A artinya variabel ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat kepentingannya cukup tinggi. Strategi dari Variabel-variabel ini, dalam penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh konsumen, sedangkan *performance*-nya masih belum memuaskan.

Untuk kasus di atas tidak terdapat dimensi yang ada dalam kuadran A

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Variabel yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dengan *performance*

yang tinggi pula. Dimensi kualitas pelayanan yang berada pada kuadran B adalah dimensi *Emphaty dan Assurance*. Untuk itu strategi perusahaan harus mempertahankan kualitas pelayanan pada kedua dimensi ini karena telah dinilai baik oleh konsumen sesuai dengan harapannya.

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Variabel yang berada pada kuadran C adalah variabel yang memiliki tingkat performance dan importance relatif rendah. Walaupun tingkat kepentingan konsumen rendah namun performance yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi nasabah ketika menggunakan jasa-jasa yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri. Dimensi yang termasuk dalam kuadran ini adalah dimensi *Responsiveness, Reliability, dan Tangibles*. Untuk itu strategi yang dilakukan pihak bank harus meningkatkan pada dimensi ini dengan cara meningkatkan kepedulian dan perhatian dan dari segi fisik Bank Syariah Mandiri perlu adanya perbaikan fisik bank.

4. Kuadran D (Terlalu Berlebihan)

Variabel yang berada pada kuadran D adalah variabel yang memiliki *performance* yang menurut konsumen sangat baik, tetapi variabel ini memiliki tingkat kepentingan yang tidak begitu penting. Tidak terdapat dimensi yang berada pada kuadran ini.