

**PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN
DIMENSI CARTER PADA NASABAH BANK SYARIAH**

(Studi Kasus Bank Riau Syariah Bangkinang)

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Strata-1 Teknik Industri



Oleh

Nama : Fitri Julianti

No. Mhs : 05 522 260

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2011

PENGAKUAN

Demi Allah, Saya akui karya ini adalah hasil kerja saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan yang setiap satunya telah saya jelaskan sumbernya. Jika dikemudian hari ternyata terbukti pengakuan saya ini tidak benar dan melanggar peraturan yang sah dalam karya tulis dan hak intelektual maka saya bersedia ijazah yang telah saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.



Yogyakarta, 1 Maret 2011

Fitri Julianti
05 522 260

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

**PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN
DIMENSI CARTER PADA NASABAH PADA BANK SYARIAH**

(Studi Kasus Bank Riau Syariah)



Oleh :

Nama : Fitri Julianti

No. Mahasiswa : 05 522 260

Yogyakarta, 1 Maret 2011

Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sunaryo', with a small 'MP' above the end of the signature.

(Ir.Sunaryo, MP)

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI
PENGUKURAN KUALITAS PELAYANAN MENGGUNAKAN
DIMENSI CARTER PADA NASABAH BANK SYARIAH

(Studi Kasus pada Bank Riau Syariah Bangkinang)

TUGAS AKHIR

Oleh

Nama : Fitri Julianti

No. Mahasiswa : 05 522 260

Telah Dipertahankan di Depan Sidang Penguji Sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1

Teknik Industri
Yogyakarta, 31 Maret 2011

Tim Penguji

Ir.Sunaryo, MP

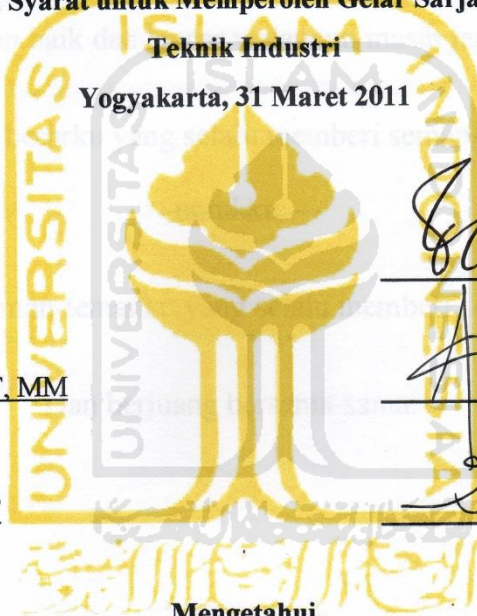
Ketua

Taufiq Imawan, ST, MM

Anggota 1

Ir.Ali Parkhan, MT

Anggota 2



Mengetahui,

Ketua Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Islam Indonesia



Drs.H. M. Ibnu Mastur, MSIE

6/4 2011

HALAMAN PERSEMBAHAN

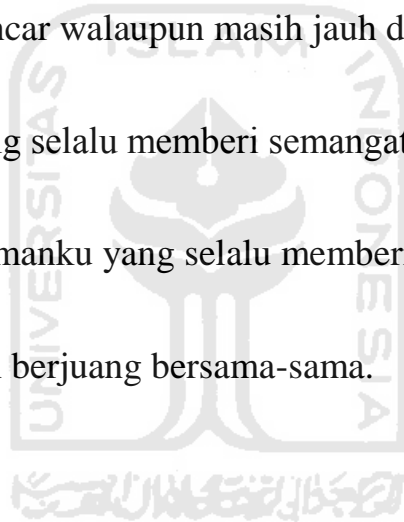
Kupersembahkan karyaku ini untuk :

Kedua Orang tuaku Ibu Asminar.Spd dan Bapak Kholid.Spd.MM yang telah membesarkan dan mendidikku hingga aku dapat menghasilkan karya ini, serta memberikan seluruh dukungan moral dan materi sehingga karya ini dapat selesai dengan baik dan lancar walaupun masih jauh dari sempurna.

Seluruh keluarga besarku yang selalu memberi semangat dan do'a nya untukku.

Semua teman-temanku yang selalu memberi semangat

Dan berjuang bersama-sama.



KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum, Wr. Wb

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan dan petunjuk sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Pengukuran Kualitas Pelayanan Nasabah Menggunakan Dimensi CARTER Pada Bank Syariah” (Studi Kasus pada Bank Riau Syariah Bangkinang).

Adapun Tugas Akhir ini dilaksanakan sebagai persyaratan untuk menyelesaikan jenjang strata satu (S1) di Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.

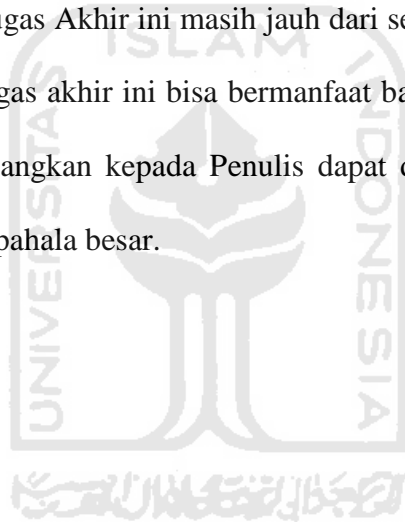
Penulis banyak menemui kesulitan dan hambatan dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak akhirnya halangan maupun rintangan ini dapat penulis atasi dengan baik. Untuk itu tidak berlebihan kiranya jika pada kesempatan ini Penulis menyampaikan banyak terima kasih kepada :

1. Dekan Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia yang senantiasa mendidik penulis dalam melaksanakan perkuliahan.
2. Dosen beserta staf Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia yang senantiasa mendidik penulis dalam menyelesaikan perkuliahan.

3. Bapak Ir. Sunaryo MP selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang banyak memberi masukan dan bimbingan selama Tugas Akhir.
4. Kedua orang tua saya Ibu Asminar.Spd dan Bapak Kholid.Spd.MM yang telah banyak memberikan doa serta motivasi kepada saya.
5. Pemimpin dan Karyawan Bank Riau Syariah yang banyak memberikan bantuan dan bimbingan dalam pelaksanaan penelitian di perusahaan.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, walaupun demikian penulis berharap semoga laporan tugas akhir ini bisa bermanfaat bagi semua pihak, dan semoga seluruh bantuan yang telah disumbangkan kepada Penulis dapat diterima Allah SWT sebagai amal sholeh dan dibalasnya dengan pahala besar.

Wassalamu'alaikum, Wr. Wb



Yogyakarta, 1 Maret 2011

Fitri Julianti

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui tingkat kualitas pelayan jasa bank Riau Syariah ditinjau dari persepsi pelanggan dan menentukan usulan yang perlu diperbaiki dan dikembangkan untuk peningkatan kualitas pelayanan jasa di Bank Riau Syariah. Manfaat dari penelitian ini adalah dapat mengetahui tingkat pelayanan jasa Bank Riau syariah dan atribut yang penting dalam kualitas jasa. Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta perspektif positif terhadap kualitas jasa adapun dimensi yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah dimensi CARTER. Sedangkan tindakan yang perlu diambil guna peningkatan kualitas layanan menggunakan metode Quality Function Deployment (QFD). Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui adanya perbedaan-perbedaan persepsi dan harapan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan. Sehingga perlu dilakukannya perbaikan/peningkatan pelayanan. Hal ini berarti bahwa harapan pelanggan lebih tinggi daripada kenyataan layanan yang diterimanya. Dengan menggunakan diagram kartesius maka diambil prioritas perbaikan yaitu atribut yang berada pada kuadran I, yaitu atribut layanan yang diberikan pihak Bank yaitu Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah dengan nilai kepentingan (3.885) dan kepuasan (4.37), Lokasi bank dan ATM yang strategis dengan nilai kepentingan(3.8) dan kepuasan (4.34) sedangkan atribut yang mempunyai nilai kepentingan yaitu Memberikan solusi terhadap komplein nasabah. (3.328) dan nilai kepuasan (3.91), Ada nya call center memiliki nilai kepentingan (3.357) dan nilai kepuasan (3.97) kemudian atribut kebutuhan pelanggan yang memiliki nilai kepentingan relatif terkecil adalah Karyawan tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah memiliki nilai kepentingan (3.271) dan nilai kepuasan (3.81).. Hasil analisa Quality Function Deployment (QFD) merekomendasikan perbaikan pelayanan yang perlu dilakukan yaitu Adanya penambahan karyawan customer service, Memperluas parkir area, Keterampilan karyawan melayani nasabah, Penambahan call center, Kecakapan karyawan front office. Perbaikan-perbaikan tersebut dilakukan untuk meningkatkan pelayanan demi memenuhi harapan pelanggan.

Kata Kunci :Kualitas Pelayanan, Dimensi CARTER, Gap, dan Quality Function Deployment.

TAKARIR

<i>Assurance</i>	=	Jaminan
<i>Column weight</i>	=	Bobot kolom
<i>Competitive benchmarking</i>	=	Perbandingan merk yang kompetitif
<i>Compliance</i>	=	Dalam hal ini prinsip dan hukum Islam
<i>Customer Requirement</i>	=	Kebutuhan palnggan
<i>Emphathy</i>	=	Empati
<i>Fault tree analysis</i>	=	Analisis elemen-elemen yang diperkirakan sebagai penyebab terjadinya ketidaksesuaian antara target dengan <i>technical requirement</i>
<i>House of Quality</i>	=	Matrik perencanann produk yang mengandung banyak informasi yang dibutuhkan untuk memuaskan konsumen
<i>Importance rating</i>	=	Kepentingan relatif digunakan untuk usaha prioritas dan membuat keputusan <i>trade-off</i>
<i>Matrik Part Deployment</i>	=	Matrik perencanaan part
<i>Matrik Process planning</i>	=	Matrik perencanaan proses
<i>Matrik Production Planning</i>	=	Matrik perencanaan manufaktur
<i>Process Specification</i>	=	Proses spesifikasi

<i>Quality Function Deployment</i>	= Sebuah sistem pengembangan produk yang dimulai dari merancang produk, proses manufaktur sampai produk sampai di tangan konsumen.
<i>Reliability</i>	= Kehandalan
<i>Responsivness</i>	= Daya tanggap
<i>Serviece quality</i>	= Kualitas pelayanan
<i>Tangibles</i>	= Bukti fisik
<i>Technical requirement</i>	= Menterjemahkan kebutuhan konsumen kedalam kebutuhan teknis



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGAKUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
TAKARIR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Jasa	8
2.1.1 Konsep dan Definisi	8
2.1.2 Klasifikasi Jasa	9
2.1.3 Karakteristik jasa	11
2.2 Kualitas jasa	13
2.2.1 Pengertian Kualitas	13

2.2.2	Pengukuran Kualitas	13
2.2.3	Dimensi Kualitas	14
2.3	Metode <i>CARTER</i>	15
2.4	Gap (kesenjangan) Kualitas Layanan	16
2.5	Diagram Kartesius	19
2.6	<i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	20
2.6.1	Matrik Perencanaan Produk (<i>House of Quality</i>)	23
2.6.2	Matrik Perencanaan Part (<i>Part Deployment</i>)	25
2.6.3	Matrik Perencanaan Proses (<i>Process Planning</i>)	26
2.6.4	Matrik Perencanaan Manufaktur (<i>Manufacturing Planning</i>)	27
2.7	Uji Validitas	28
2.8	Uji Reliabilitas	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Obyek Penelitian.....	34
3.2	Metode Pengumpulan Data.....	34
3.3	Penentuan Jumlah Sampel	37
3.4	Teknik Pengambilan Sampel	38
3.5	Menyusun Kuesioer	38
3.6	Analisa Data.....	39
3.7	Pembahasan.....	42
3.8	Kesimpulan dan Saran Pembahasan	42
3.9	Diagram Alir Penelitian	44

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1	Pengumpulan Data	45
4.1.1	Profil Perusahaan.....	45
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	46
4.1.3	Struktur Organisasi.....	47

4.2	Pengolahan Data	48
4.2.1	Uji Kecukupan Data	48
4.2.2	Uji Validitas Data	49
4.2.3	Uji Reliabilitas Data	53
4.2.4	Pengukuran <i>Service Quality</i>	54
4.2.5	Diagram Kartesius	56

BAB V PEMBAHASAN

5.1	Analisis <i>Service Quality</i>	63
5.2	Analisis Diagram Kartesius	63
5.3	Analisis <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	67
5.3.1	Matrik <i>House of Quality</i> (HOQ)	67
5.3.2	Matrik Perencanaan Part (<i>Part Deployment</i>)	86
5.3.3	Matrik Perencanaan Manufaktur (<i>Manufacturing Planning</i>)	89
5.3.4	Rancangan Usulan Perbaikan Pelayanan	92

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan	95
6.2	Saran	96

DAFTAR PUSTAKA	xv
-----------------------------	----

LAMPIRAN	xvi
-----------------------	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	service Quality Model	17
Gambar 2.2	Diagram Kartesius.....	20
Gambar 2.3	<i>House of Quality</i>	24
Gambar 2.4	Matrik <i>Part Deployment</i>	26
Gambar 2.5	Matrik Perencanaan Proses	27
Gambar 2.6	Matrik Perencanaan Manufaktur.....	28
Gambar 3.1	<i>House of Quality</i>	42
Gambar 3.2	Diagram Alir Penelitian.....	44
Gambar 4.1	Struktur Organisasi Bank Riau Syariah	47
Gambar 4.2	Diagram kartesius Dimensi Prinsip dan Hukum Islam (<i>Complaine</i>).....	56
Gambar 4.3	Diagram Kartesius Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>).....	57
Gambar 4.4	Diagram Kartesius Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>).....	58
Gambar 4.5	Diagram Kartesius Dimensi Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	59
Gambar 4.6	Diagram Kartesius Dimensi Emphaty (<i>Empati</i>).....	60
Gambar 4.7	Diagram Kartesius Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	61
Gambar 4.8	Diagram Kartesius Dimensi Kualitas Pelayanan	62
Gambar 5.1	Hubungan Antara <i>Customer Requirement</i> dengan <i>Technical Requirement</i>	72
Gambar 5.2	Matrik Korelasi Kebutuhan Teknis dan <i>Direction of Improvement</i>	75
Gambar 5.3	<i>Customer Competitive Evaluation</i>	79
Gambar 5.4	Hasil Perhitungan Bobot Kolom.....	82
Gambar 5.5	<i>Fault Tree Analysis</i>	85
Gambar 5.6	Matrik <i>Part Deployment</i>	86
Gambar 5.7	Matrik Perencanaan Manufaktur.....	89

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Hasil Uji Validitas Kepentingan Pelanggan Bank Riau Syariah	52
Table 4.2	Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan Bank Riau Syariah	53
Tabel 4.3	Kepentingan, Kepuasan, dan Gap Tiap Atribut	55
Tabel 4.4	Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi	56
Tabel 4.5	Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi Prinsip dan Hukum Islam (Compliance).....	57
Tabel 4.6	Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>)	58
Tabel 4.7	Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>)	59
Tabel 4.8	Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)	60
Tabel 4.9	Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi Empati (<i>Emphaty</i>)	61
Tabel 4.10	Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi daya Tanggap (<i>Responsivness</i>).....	62
Tabel 4.11	Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi Kualitas Layanan.....	63
Tabel 4.12	Butir yang Diprioritaskan untuk Diperbaiki/Ditingkatka.....	64
Tabel 5.1	Butir yang Diprioritaskan untuk Diperbaiki/Ditingkatkan	69
Tabel 5.2	Tingkat Kepentingan Relatif (<i>Importance Rating</i>)	71
Tabel 5.3	Penerapan <i>Customer Requirement</i> ke <i>Technical Requirement</i>	72
Tabel 5.4	Penentuan Arah Perbaikan/ <i>Direction of imporevement</i>	75
Tabel 5.5	Perhitungan Bobot Baris	78
Tabel 5.6	Nilai <i>Customer Competitive Evaluation</i>	80
Tabel 5.7	Kebutuhan Teknis dan Target	82

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Awal sejarah perkembangan industri perbankan syariah di Indonesia mencerminkan dinamika aspirasi dan keinginan dari masyarakat Indonesia sendiri untuk memiliki sebuah alternatif sistem perbankan menerapkan sistem bagi hasil yang menguntungkan bagi nasabah dan Bank. Rintisan praktek perbankan syariah pada awal tahun 1980-an, sebagai proses pencarian alternatif sistem perbankan yang diwarnai oleh prinsip-prinsip transparansi, berkeadilan, seimbang dan beretika.

Sekarang bisnis perbankan syariah menjadi ikon tersendiri dalam industri perbankan baik di dalam maupun luar negeri, pengalaman telah membuktikan bahwa sistem ini (perbankan syariah) telah menjadi salah satu solusi untuk menyokong perekonomian nasional dari krisis ekonomi dan moneter tahun 1998. kemampuan itu semakin mempertegas posisi sistem perbankan syariah sebagai salah satu potensi penopang perekonomian nasional yang layak diperhitungkan.

Walaupun perkembangannya dikatakan menggembirakan namun kalau kita bandingkan dengan negara tetangga seperti Singapura dan Malaysia, negara kita masih sangat ketinggalan (Muliaman, 2009). Banyak hal yang menyebabkannya diantaranya adalah terdapat dalam kualitas pelayanan pada Bank itu sendiri. Apalagi Bank merupakan

industri jasa yang harus benar-benar memperhatikan *service quality*, maka dari itu perlu adanya pengukuran kualitas di dalam suatu perusahaan.

Mengingat begitu pentingnya kualitas layanan, maka perusahaan harus bisa mendefinisikan kualitas dengan tepat dan akurat dan dengan perspektif yang tepat, agar desain layanan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, perusahaan harus mengidentifikasi harapan konsumen dengan cermat dan menterjemahkan harapan konsumen ke dalam spesifikasi layanan dengan benar (Nursya'bani purnama, 2006).

Dalam konteks penilaian kualitas produk maupun jasa telah diperoleh kesepakatan, bahwa harapan konsumen memiliki peranan yang besar sebagai standar perbandingan dalam evaluasi kualitas maupun kepuasan. Dalam Fandy Tjiptono *et. al.* (2008), Kotler (2000) menyebutkan bahwa umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada 11 orang lain. Bila masing-masing dari 11 orang meneruskan informasi tersebut kepada orang yang lain lagi, bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian karena kegagalan memuaskan harapan pelanggan. Untuk membuktikan apakah kualitas produk baik atau tidak, dapat diukur dari tingkat kepuasan konsumen (Kotler, 2000).

CARTER merupakan salah satu metode yang dipakai dalam mengukur kualitas layanan terutama pada perusahaan yang memiliki karakteristik spesifik seperti pada Bank syariah. Dimensi CARTER merupakan pengembangan dari metode SERVQUAL. Kata CARTER itu sendiri merupakan singkatan dari *Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, Emphathy* dan *Responsivness*.

Quality Function Deployment (QFD) adalah sebuah system pengembangan produk yang dimulai dari merancang produk, proses manufaktur sampai produk tersebut ke tangan konsumen, dimana pengembangan produk berdasarkan pada keinginan konsumen (Imam Djati Widodo, 2003). Hal ini sering disebut sebagai “*Voice of the Customer*” (VOC). Fokus utama QFD adalah melibatkan konsumen pada proses pengembangan produk sedini mungkin. QFD merupakan praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan konsumen. QFD menterjemahkan apa yang dibutuhkan konsumen menjadi produk yang dihasilkan organisasi. QFD memungkinkan organisasi untuk memprioritaskan kebutuhan konsumen, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan konsumen dan memperbaiki proses hingga tercapai efektivitas maksimum yang bisa menjalin hubungan baik terhadap konsumen.

Penelitian tentang pengukuran kualitas layanan pernah dilakukan oleh Febrianto adi (2005) yang berjudul analisis tentang kualitas pelayanan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dengan metode SERVQUAL. Putri Perwita sari (2006) dengan judul aplikasi metode *Quality Function Deployment* dan *Competitive benchmarking* untuk meningkatkan kualitas pelayanan konsumen pada rumah sakit. Much Djunaidi et al., (2006) dengan judul penilaian kualitas jasa pelayanan lembaga bimbingan belajar primagama berdasarkan preferensi konsumen. Prasesti Widtrisari angelina (2008) yang berjudul pengukuran kualitas pelayanan pada industri *Hospitality* dengan integrasi metode SERVQUAL dan *Quality Function Deployment*. Dari ke empat penelitian tersebut belum ada yang melakukan penelitian menggunakan dimensi CARTER untuk mengukur kualitas layanan atau jasa, yang mana dimensi CARTER ini pengembangan dari metode

sebelumnya yaitu metode SERVQUAL. Dan dimensi CARTER cocok diterapkan dalam perusahaan yang mempunyai karakteristik yang spesifik.

Oleh karena itu pada penelitian ini peneliti menggunakan dimensi CARTER dan *Quality Function Deployment* yang bertujuan untuk peningkatan kualitas dari industri pelayanan perbankan syariah untuk melakukan program perbaikan dalam pengendalian jasa layanan yang digunakan sebagai alternatif usulan dalam perbaikan kualitas jasa yang berorientasi terhadap kepuasan pelanggan, sebagai salah satu strategi perusahaan dalam memberdayakan *Total Quality Service*.

Dengan demikian judul dari penelitian Tugas Akhir ini dapat dituliskan sebagai berikut :
”Perbaikan Kualitas Pelayanan Nasabah Menggunakan Dimensi CARTER Pada Bank Riau Syariah Bangkinang.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang dapat diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kualitas pelayanan Bank Riau Syariah Bangkinang ditinjau dari persepsi nasabah?
2. Tindakan apa yang perlu dilakukan dan diperhatikan pihak pengelola Bank Riau Syariah Bangkinang untuk meningkatkan / memperbaiki pelayanan guna memenuhi kepuasan pelanggan?

1.3 Batasan Penelitian

Dalam penelitian ini diambil beberapa batasan masalah agar pembahasan tidak menyimpang atau melebar dari pokok permasalahan. Batasan masalah adalah sbb:

- 1) Penelitian difokuskan pada kebutuhan konsumen / nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Riau Syariah Bangkinang.
- 2) Penelitian dilakukan di Bank Riau Syariah Bangkinang.
- 3) Individu-individu yang dijadikan sampel adalah nasabah Bank Riau Syariah Bangkinang.
- 4) Analisis kualitas pelayanan didasarkan atas dimensi CARTER yang meliputi *Compliance, Assurance, Responsiveness, Tangible, Emphaty* dan *Reliability*.
- 5) Pada tahapan QFD dilakukan sampai rumah ke empat
- 6) Ruang lingkup penelitian berkisar pada usulan perbaikan kualitas pelayanan

1.4 Tujuan Penelitian

Beberapa tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah:

- 1) Mengetahui tingkat kualitas pelayanan jasa Bank Riau Syariah Bangkinang ditinjau dari persepsi pelanggan.
- 2) Menentukan Usulan yang perlu diperbaiki dan dikembangkan untuk peningkatan kualitas pelayanan jasa di Bank Riau Syariah Bangkinang.

1.5 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dari penelitian yaitu:

1. Dapat mengetahui tingkat kualitas pelayanan jasa Bank Riau Syariah Bangkinang dan atribut yang penting dalam kualitas jasa.
2. Sebagai referensi pada penelitian-penelitian berikutnya khususnya yang berkaitan dengan penyelesaian kasus peningkatan kualitas Bank Riau Syariah Bangkinang.
3. Sebagai sumbangan pemikiran bagi Bank Riau Syariah Bangkinang atau instansi terkait dalam mensukseskan tujuan peningkatan kualitas pelayanan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan tugas akhir ini maka dalam penyusunannya penulis memberikan sistematika penulisan berdasarkan bab demi bab yang berurutan, berdasarkan pokok-pokok permasalahan yang terbagi menjadi lima bab yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan pengantar terhadap masalah-masalah yang akan dibahas seperti latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini merupakan penjelasan terperinci mengenai teori-teori yang digunakan sebagai landasan untuk pemecahan masalah.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memberikan penjelasan tentang bahan atau materi penelitian, alat dan tata cara penelitian, variabel, data yang akan diteliti dan langkah-langkah analisis yang dipakai serta *flow chart* penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Dalam bab ini menjelaskan mengenai pengumpulan data berdasarkan penelitian dan pengolahan data berdasarkan hasil perhitungan.

BAB V PEMBAHASAN

Berisikan pembahasan yang diperoleh dari hasil pengolahan data yang dilakukan.

BAB VI PENUTUP

Kesimpulan, memuat pernyataan singkat dan tepat yang dijabarkan dari hasil penelitian dan pembahasan untuk membuktikan atau menjawab permasalahan. Saran, dibuat berdasarkan pengalaman dan pertimbangan penulis, ditujukan kepada para peneliti (perusahaan) dalam bidang yang sejenis.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN - LAMPIRAN

BAB II

KAJIAN LITERATUR

2.1 Jasa

2.1.1 Konsep dan Definisi

Dalam bahasa Indonesia, *service* bisa diterjemahkan sebagai jasa, layanan dan servis; tergantung pada konteksnya. Sedangkan dalam bahasa Inggris, istilah *service* pun bisa diinterpretasikan secara berbeda-beda. Dalam (Tjiptono 2005), misalnya mendaftar beberapa bentuk istilah *service*, antara lain sebagai berikut:

- 1) Sistem yang menyediakan sesuatu yang dibutuhkan oleh publik, diorganisasikan oleh pemerintah atau perusahaan swasta, contohnya jasa Bus dan telephon.
- 2) Bisnis yang pekerjaannya berupa melakukan sesuatu bagi pelanggan tetapi tidak menghasilkan barang. Pekerjaan-pekerjaan seperti ini meliputi jasa financial, perbankan dan asuransi.
- 3) Ketrampilan atau bantuan tertentu yang bisa ditawarkan seseorang.
- 4) Kondisi atau posisi menjadi pelayan atau pembantu (*servant*).

Menurut Kotler (2000) mendefinisikan jasa sebagai “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *Intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.

Definisi jasa lainnya “jasa adalah proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas *Intangible* yang bisaanya (namun tidak harus selalu) terjadi pada interaksi antara

pelanggan dan karyawan jasa dan atau sumber daya fisik atau barang dan atau system penyedia jasa, yang disediakan sebagai solusi atas masalah pelanggan” (Tjiptono, 2005).

Dari definisi-definisi di atas dapat dikatakan bahwa jasa atau pelayanan adalah keterampilan atau bantuan kepada pihak lain untuk menghasilkan sesuatu yang tidak berwujud (*Intangible*), namun dapat dinikmati.

2.1.2 Klasifikasi Jasa

Sejauh ini telah banyak pakar yang mengemukakan skema klasifikasi jasa, dimana masing-masing ahli menggunakan dasar pembedaan disesuaikan dengan sudut pandangnya sendiri-sendiri.

Dalam (Tjiptono, 2005) secara garis besar klasifikasi jasa dapat dilakukan berdasarkan tujuh criteria pokok, yaitu:

1) Segmen Pasar

Berdasarkan segmen pasar, jasa dapat dibedakan menjadi jasa yang ditunjukkan pada konsumen akhir (contoh: taksi, asuransi jiwa, catering, jasa tabungan dan pendidikan) dan jasa bagi konsumen organisasional (contoh: biro periklanan, jasa akuntansi dan perpajakan).

2) Tingkat Keberwujudan

Kriteria ini berhubungan erat dengan tingkat keterlibatan produk fisik dengan konsumen, yang dapat dibedakan menjadi 3 (tiga) macam:

(a) *Ranted-good service*

Dalam tipe ini konsumen menyewa dan menggunakan produk tertentu berdasarkan tarif yang disepakati selama jangka waktu spesifik. Contohnya: Rental VCD, kendaraan, Kost dll.

(b) *Owned-good service*

Pada tipe ini, produk-produk yang dimiliki konsumen direparasi, dikembangkan atau ditingkatkan untuk kinerjanya, atau dipelihara/dirawat oleh perusahaan jasa. Contohnya: Jasa reparasi AC, motor, mobil, computer dll.

(c) *Non-goods serviece*

Karakteristik khusus pada jenis ini adalah jasa personal bersifat *Intangible* ditawarkan kepada para pelanggan. Contohnya: Penata rias, pemandu wisata (guide) dll.

3) Ketrampilan penyedia jasa

Berdasarkan tingkat penyedia jasa terdapat dua tipe pokok jasa. Pertama, *Professional service* (seperti dosen, pengacara, dokter dll). Kedua, *Non Professional Service* (seperti tukang parker, tukang sampah dll.)

4) Tujuan organisasi penyedia jasa

Berdasarkan tujuan organisasi, jasa dapat di klasifikasikan menjadi *Commercial Service / profit Service* (contohnya: jasa penerbangan, bank, hotel, dll), dan *Non-Profit Service* (contohnya: sekolah, panti asuhan, perpustakaan, dll)

5) Regulasi

Dari aspek regulasi, jasa dapat dibagi menjadi *Regulated service* (contohnya: jasa kost, catering, asrama, kantin sekolah, dll)

6) Tingkat intensitas karyawan

Berdasarkan tingkat intensitas karyawan (keterlibatan tenaga kerja), jasa dapat dikelompokkan menjadi dua macam yaitu *Equipment-based service* (contoh: cuci mobil otomatis, jasa sambungan telephon internasional maupun interlokal, ATM dll, dan *People-based service* (contoh: pelatih sepakbola, satpam, akuntan, dokter anak, bidan, dll)

7) Tingkat kontak penyedia jasa dan pelanggan

Berdasarkan tingkat kontak ini, secara umum jasa dapat dikelompokkan menjadi *High-contact service* (contoh: bank, dokter, penata rambut, dll) dan *Low-contact service* (contoh: bioskop, PLN, jasa telekomunikasi, dll)

2.1.3 Karakteristik Jasa

Berbagai *riset* dan *literature* manajemen dan pemasaran jasa mengungkap bahwa jasa memiliki empat (4) karakteristik unik yang membedakannya dari barang dan berdampak pada strategi mengelola dan memasarkannya. Menurut (Lovelock dan Gummesson, 2004) dalam (Tjiptono, 2005) keempat karakter utama tersebut dinamakan paradig I H I P: *Intangibility, Heterogeneity, Inseparability dan perishability*.

1. *Intangibility*

Jasa bersifat *Intangible* artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Contohnya yaitu seorang pramugari dalam melayani kebutuhan para penumpangnya.

2. *Heterogeneity / variability / Inconsistency*

Jasa bersifat sangat variable karena merupakan *non-standardized* output, artinya terdapat banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi. Contohnya: dua orang datang ke salon yang sama dan meminta model rambut yang sama, tidak mungkin akan mendapatkan hasil yang seratus persen sama atau identik.

3. *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi terlebih dahulu, kemudian dijual, baru dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Contohnya: praktik dokter gigi, dokter gigi tersebut tidak dapat memproduksi jasanya tanpa kehadiran pasien.

4. *Perishability*

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama, tidak dapat disimpan untuk pemakaian ulang di waktu mendatang, dijual kembali atau dikembalikan. Contohnya: kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak diisi akan berlalu hilang begitu saja karena tidak dapat disimpan.

2.2 Kualitas Jasa

2.2.1 Pengertian Kualitas

Kompleksitas persaingan suatu industri menyebabkan setiap perusahaan harus selalu berusaha meningkatkan kualitasnya agar kepuasan pelanggan dapat terwujud. Kualitas yang ingin dipenuhi harus dilihat dari sudut pandang pelanggan.

Pengertian dari kualitas adalah

“suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan: (Tjiptono, 2003).

Dalam ISO 8402 (Vincent Gasperz, 2001) kualitas didefinisikan “totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan”. Kualitas seringkali diartikan sebagai “kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) atau konformansi terhadap kebutuhan atau persyaratan (*conformance to the requirements*)”.

Menurut Vincent Gasperz karena kualitas mengacu kepada segala sesuatu yang menentukan kepuasan pelanggan, suatu produk yang dihasilkan baru dapat berkualitas apabila sesuai dengan keinginan pelanggan, dapat dimanfaatkan dengan baik, serta diproduksi dengan cara baik dan benar.

2.2.2 Pengukuran Kualitas

Fokus dari kualitas terletak pada kepuasan pelanggan, selanjutnya dilakukan identifikasi kualitas yang diinginkan pelanggan melalui suatu perencanaan riset yang komprehensif. Pelanggan semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada performansi (*performance*) perusahaan (Vincent Gasperz 2003).

Peningkatan kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya (Tjiptono, 2003):

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggan menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
4. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan.
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

2.2.3 Dimensi Kualitas

Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta perspektif positif terhadap kualitas jasa (Kotler, 2000) dalam (Tjiptono, 2005). Ada beberapa dimensi atau atribut yang harus diperhatikan dalam perbaikan kualitas jasa adalah (Vincent Gasperz, 1997)

- a. Ketepatan waktu pelayanan

Hal yang perlu diperhatikan disini adalah berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.

- b. Akurasi pelayanan

Berkaitan dengan reabilitas pelayanan dan bebas dari kesalahan-kesalahan.

- c. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan.

- d. Tanggung jawab

Berkaitan dengan penerimaan pesanan dan penanganan keluhan dari pelanggan eksternal.

- e. Kelengkapan
Menyangkut lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung serta pelayanan komplementer lainnya.
- f. Kemudahan mendapatkan pelayanan
Berkaitan dengan banyaknya outlet, banyaknya petugas yang melayani seperti kasir, staf administrasi, dll. Serta banyaknya fasilitas pendukung seperti computer untuk memproses data, dll.
- g. Variasi model pelayanan
Berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola baru dalam pelayanan.
- h. Pelayanan probadi
Berkaitan dengan fleksibilitas, penanganan permintaan khusus, dll.
- i. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan
Berkaitan dengan lokasi, ruangan tempat pelayanan, kemudahan menjangkau, ketersediaan informasi, petunjuk-petunjuk dan bentuk-bentuk lain.
- j. Atribut pendukung pelayanan lainnya.
- k. Seperti lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas music, AC, dll.

2.3 Dimensi CARTER

Dalam penelitian kualitas jasa biasanya menggunakan acuan lima (5) dimensi kualitas layanan yang dikembangkan oleh Parasuraman dan kawan-kawan. Akan tetapi dimensi kualitas layanan tersebut masih bersifat general sehingga memerlukan modifikasi

jika diterapkan dalam perusahaan yang memiliki karakteristik yang lebih spesifik, dalam kasus ini perbankan syariah. Othman dan Owen (2001) menyodorkan dimensi CARTER untuk mengukur kualitas layanan perbankan islam yang dikembangkan dari konsep SERVQUAL dengan tambahan dimensi *Compliance*, berupa prinsip dan hukum islam. Sedangkan dimensi dimensi yang lain sama dengan dimensi dalam SERVQUAL. CARTER terdiri dari enam (6) dimensi kualitas. Kata CARTER merupakan singkatan dari *Compliance, Assurance, Reliability, Tangible, Empathy* dan *Responsiveness*.

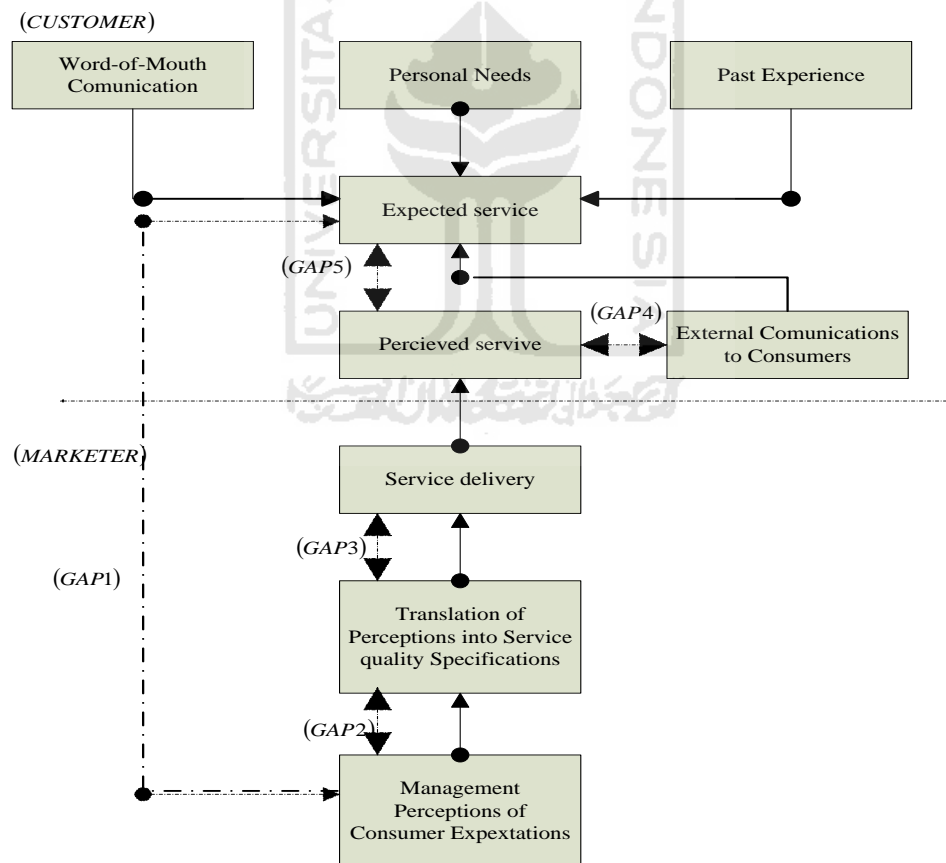
Dimensi *compliance* ada di penelitian yang dilakukan oleh (Othman dan Owen, 2001) pada *Kuwait Finance House* di Kuwait. Dimensi kualitas ini menjelaskan tentang prinsip dan hukum Islam. Dimensi ini untuk menjawab persoalan-persoalan dari bank Islam sendiri tentang kualitas jasa pelayanan. Pada saat ini kualitas layanan masih menggunakan lima (5) dimensi kualitas layanan. Dikarenakan Bank Islam berbeda dengan Bank konvensional, dalam prinsipnya maka Othman dan Owen memkomparasikan lima dimensi yang dikembangkan oleh parusaman dan kawan-kawan dengan satu tambahan yaitu dimensi *compliance*. Hal ini muncul karena di Kuwait sendiri mayoritas penduduknya beragama Islam dan budaya mereka juga Islam maka persoalan-persoalan yang menyangkut prinsip dan hukum Islam muncul. Dimensi *compliance* dapat menempatkan dan menyatakan nasabah yang percaya pada prinsip hukum agama dan nilai budaya dengan kualitas dimensi yang lain.

2.4 Gap (kesenjangan) Kualitas Layanan

Harapan konsumen terhadap kualitas layanan sangat dipengaruhi oleh informasi yang mereka peroleh. Dari sudut pandang konsumen, sumber informasi bisa berasal dari internal maupun eksternal. Sumber informasi eksternal merupakan informasi dari luar

konsumen, misalnya dari konsumen lain melalui informasi dari mulut ke mulut atau cerita atau informasi dari pemasar melalui promosi yang disampaikan dengan media tertentu.

Harapan konsumen terhadap layanan yang dijabarkan kedalam lima dimensi kualitas layanan harus bisa dipahami oleh perusahaan dan diupayakan untuk bisa diwujudkan. Tentunya hal ini merupakan tugas berat bagi perusahaan, sehingga dalam kenyataannya sering muncul keluhan yang dilontarkan konsumen karena layanan yang diterima tidak sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Hal ini yang disebut dengan gap (kesenjangan) kualitas layanan sebagaimana disajikan dalam gambar 2.1. gap kualitas layanan terjadi karena perbedaan antara persepsi manajemen dengan harapan konsumen.



Gambar 2.1 Service Quality model

1. Gap 1 (Gap persepsi manajemen)

Gap antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen, yang disebabkan oleh kesalahan manajemen dalam memahami harapan konsumen.

2. Gap 2 (Gap spesifikasi kualitas)

Gap antara persepsi manajemen atas harapan konsumen dengan spesifikasi kualitas layanan, yang disebabkan oleh kesalahan manajemen dalam menterjemahkan harapan konsumen ke dalam tolak ukur atau standar kualitas layanan.

3. Gap 3 (Gap penyampaian pelayanan)

Gap antara spesifikasi kualitas layanan dengan layanan yang diberikan, yang disebabkan oleh ketidakmampuan sumber daya manusia perusahaan dalam memenuhi standar kualitas layanan yang telah ditetapkan.

4. Gap 4 (gap komunikasi pemasaran)

Gap antara layanan yang diberikan dengan komunikasi eksternal yang disebabkan ketidakmampuan perusahaan untuk memenuhi janji yang telah dikomunikasikan secara eksternal.

5. Gap 5 (Gap dalam pelayanan yang dirasakan)

Gap antara harapan konsumen dengan layanan yang diterima (dirasakan) konsumen yang disebabkan tidak terpenuhinya harapan konsumen.

Sedangkan selisih antara harapan dengan "gap" atau kesenjangan kualitas layanan, yang dirumuskan sebagai berikut:

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

- a. jika gap positif (persepsi > harapan) = layanan dikatakan "surprise" dan memuaskan.
- b. jika gap nol (persepsi = harapan) = layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.
- c. Jika gap negatif (persepsi < harapan) = layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan.

Untuk menganalisa kualitas akan pelayanan yang telah diberikan, maka digunakan rumus (Bestfield, 1998) yaitu:

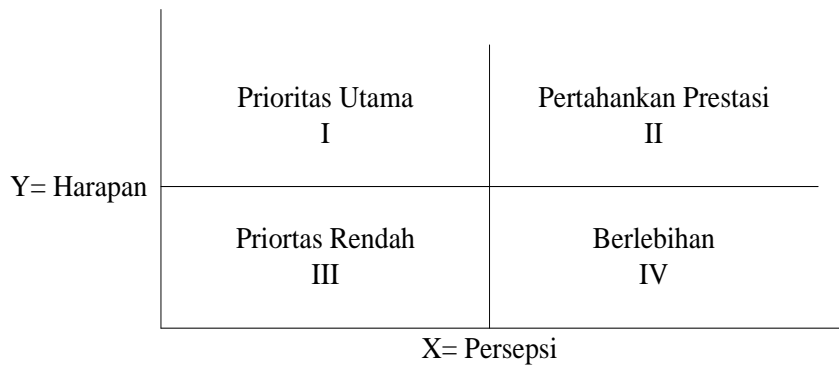
$$\text{Kualitas (Q)} = \text{Kenyataan} / \text{harapan}$$

Jika $Q \geq 1$, maka kualitas pelayanan dikatakan baik.

2.5 Diagram Kartesius

Diagram kartesius yaitu merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (x,y) dimana x merupakan rata-rata dari skor rata-rata pelaksanaan atau kinerja perusahaan seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi; dan y merupakan rata-rata dari skor rata-rata kepentingan konsumen seluruh faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Diagram Kartesius dapat mengetahui tingkat kepentingan pelayanan menurut konsumen dan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan (Sri Hadiati dan Sawi Ruci, 1999). Diagram Kartesius dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 2.2 Diagram Kartesius

Keterangan :

Bagian I : Daerah prioritas Utama harus dibenahi karena harapan tinggi sedangkan persepsi rendah.

Bagian II : Daerah yang harus dipertahankan dimana harapan dan persepsi sama-sama tinggi.

Bagian III : Daerah prioritas rendah karena harapan dan persepsi sama-sama rendah.

Bagian IV : Daerah yang berlebihan karena tingkat harapan rendah sedangkan persepsi tinggi.

2.6 Quality Function Deployment (QFD)

QFD yaitu praktik untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD berusaha menerjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang digasikan organisasi. Hal ini dilaksanakan dengan melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk sedini mungkin. Dengan demikian QFD memungkinkan suatu perusahaan untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut, dan memperbaiki proses

hingga tercapai efektivitas maksimum. Struktur QFD biasa digambarkan dalam *House of Quality* (Tjiptono, 2001).

QFD dikembangkan di Jepang oleh Yoji Akao pada tahun 1972. QFD didefinisikan sebagai *a system for translating customer requirements into appropriate technical requirements at every stage of product's life cycle from product to sales to service* (Mizuno, S., 1994).

Fokus utama QFD adalah melibatkan pelanggan pada pengembangan produk sedini mungkin. Filosofi yang mendasarinya adalah bahwa pelanggan tidak akan puas dengan satu produk meskipun suatu produk telah dihasilkan dengan sempurna bila mereka memang tidak menginginkan atau membutuhkan.

Unsur yang paling penting dalam QFD adalah informasi dari pelanggan. Informasi dari pelanggan dapat dikelompokkan menjadi dua kategori yaitu (Tjiptono, 2001):

- 1) Umpan balik

Umpan balik biasanya diperoleh setelah fakta terjadi. Hal ini berarti bahwa setelah suatu produk dikembangkan, diproduksi dan ditentukan harganya. Umpan balik ini bermanfaat dan perlu dikumpulkan. Tetapi umpan balik kurang sesuai digunakan sebagai dasar dalam penentuan kesesuaian antara produk yang akan dihasilkan dengan kebutuhan pelanggan pada awal proses QFD. Meskipun demikian, umpan balik sangat bermanfaat dalam memperbaiki produk apabila diproduksi lagi.

2) Masukan

Masukan diperoleh sebelum fakta terjadi. Dalam lingkungan manufaktur, hal ini berarti selama pengembangan produk. Pengumpulan masukan dari pelanggan selama pengembangan produk memungkinkan perusahaan untuk membuat perubahan sebelum di produksi, memasarkan dan mendistribusikan produk dalam jumlah besar.

Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam merancang dengan metode QFD meliputi delapan langkah, yaitu:

- i) Mengidentifikasi pelanggan
- ii) Menentukan kebutuhan atau keinginan pelanggan
- iii) Melakukan survey terhadap konsumen untuk mengetahui derajat kepentingan dan evaluasi pesaing.
- iv) Membangun matriks konsumen.
- v) Membangun matrik kebutuhan teknis
- vi) Menentukan kepentingan teknik
- vii) Menganalisa matrik dan memilih prioritas atribut yang akan dikembangkan.
- viii) Membandingkan konsep-konsep desain awal dan memilih yang terbaik.

Adapun manfaat-manfaat dari penerapan QFD yaitu:

- a. Mengurangi dan mempercepat terjadinya perubahan.
- b. Pengurangan waktu pengembangan.
- c. Pengurangan masalah saat produksi dimulai.
- d. Biaya produksi yang lebih rendah

- e. Pengurangan permasalahan dasar
- f. Peningkatan kepuasan konsumen
- g. Transfer ilmu pengetahuan.

Metode QFD mempunyai beberapa tahap perencanaan dan pengembangan yaitu:

- 1) Matrik Perencanaan produk (*House of Quality*)
- 2) Matrik Perencanaan *Part* (*Part Deployment*)
- 3) Matrik Perencanaan proses (*Process planning*)
- 4) Matrik Perencanaan manufaktur / Produksi (*Manufacturing/Production Planning*).

2.6.1 House of Quality (HOQ)

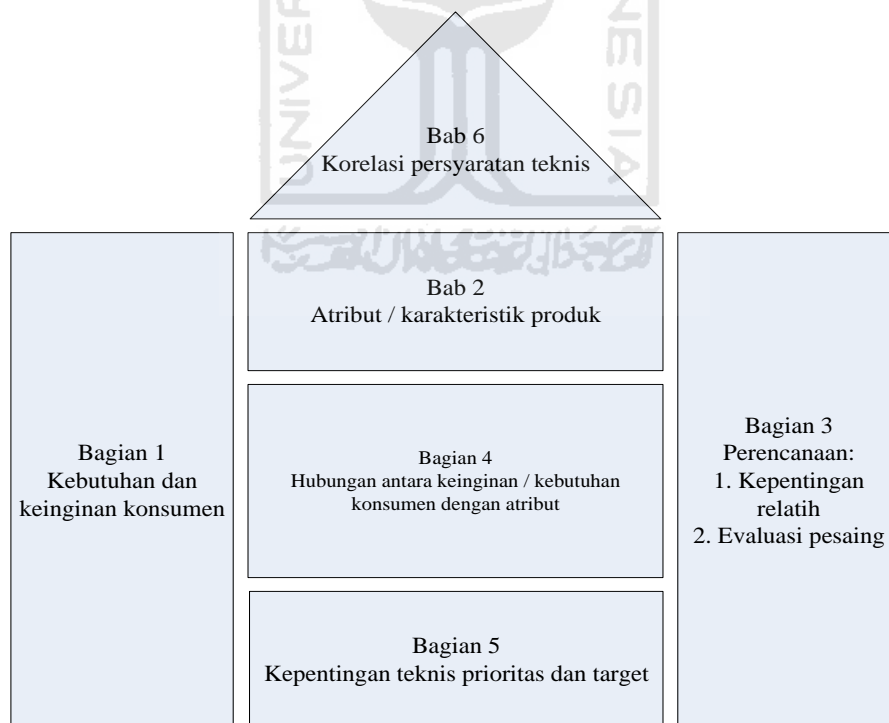
Analogi yang sering digunakan untuk menggambarkan struktur QFD adalah suatu matriks yang berbentuk rumah. Istilah yang digunakan adalah *House of quality*, seperti yang terlihat pada gambar 2.2. tembok rumah sebelah kiri (bagian 1) adalah masukan dari konsumen (*customer input*). Pada langkah ini pamanufaktur berusaha menentukan segala persyaratan yang dikehendaki konsumen berhubungan dengan produk.

Agar bisa memenuhi kebutuhan konsumen, pamanufaktur mengusahakan spesifikasi kinerja tertentu dan mensyaratkan pemasok untuk melakukan hal yang sama. Langkah ini digambarkan pada bagian plafon/langit-langit rumah (bagian 2).

Tembok rumah bagian kanan (bagian 3) merupakan matriks perencanaan. Matrik ini merupakan komponen yang digunakan untuk menterjemahkan persyaratan konsumen kedalam rencana-rencana untuk memenuhi dan melampaui persyaratan

konsumen. Dibagian tengah rumah (bagian 4), persyaratan konsumen dikonversikan kedalam aspek-aspek pemanufakturan. Misalnya konsumen menginginkan umur pemakaian produk meningkat dari 6 menjadi 12 bulan, maka persyaratan tersebut akan dikonversikan kedalam aspek-aspek pemanufakturan, seperti material yang diperlukan, desain dan proses produksinys.

Bagian dasar rumah (bagian 5) merupakan daftar prioritas persyaratan proses manufaktur. Sedangkan pada bagian atap (bagian 6), langkah yang dilakukan adalah mengidentifikasi *trade-off* yang berhubungan dengan persyaratan pemanufaktur. Pertanyaan yang akan dijawab dalam bagian 6 adalah apa yang terbaik yang bisa dilakukan organisasi dengan mempertimbangkan persyaratan konsumen dan kemampuan pemanufaktur organisasi.



Gambar 2.3 *House of Quality*

2.6.2 Matrik Perencanaan Part (*Part Deployment*)

Dalam rumah kedua ini kebutuhan teknis yang terpilih untuk dikembangkan pada rancangan yang lebih teknis yang disebut *part* kritis. Imam Djati (2003) menjelaskan bahwa dalam menentukan part kritis, perlu dibuat analisis konsep terlebih dahulu. Dalam analisis konsep terdapat kriteria-kriteria yang merupakan rincian kebutuhan pelanggan yaitu :

1. Kebutuhan pelanggan dari QFD berdasarkan HOQ maka ditentukan kebutuhan teknis yang memungkinkan untuk diperbaiki.
2. Kebutuhan dari sisi pelayanan.
3. Kebutuhan dari karakteristik umum pelayanan yang dibutuhkan pelanggan.

Dalam rincian kebutuhan tersebut masih harus dipilih lagi kebutuhan yang penting dan berhubungan dengan pelanggan dan pihak perusahaan mampu mengusahakan. Bagian-bagian yang terdapat dalam *part deployment* yaitu *technical requirement* yang berisi kebutuhan teknis, *targets* yang berisi tentang kebutuhan teknis dan target dari part kritis yang diperoleh dari *fault tree analysis* yang dikembangkan, *column weight* yang berisi hubungan antara *technical requirement* dengan *critical part requirement* yang jika hubungan kuat bernilai 9 jika sedang bernilai 3 dan jika lemah bernilai 1.

Analisis *Fault Tree* digunakan untuk mengidentifikasi *part* kritis dengan mencari elemen-elemen yang diperkirakan sebagai penyebab terjadinya ketidaksesuaian target dengan *Technical Requirement*.

Bentuk umum dari matrik part deployment ini terdiri dari bagian-bagian seperti gambar di bawah ini :

Gambar umum dari matrik ini sebagai berikut :

process specification	critical part requirement			critical process requirement	process planning

Gambar 2.5 Matrik Perencanaan Proses

2.6.4 Matrik Perencanaan Manufaktur (*Manufacturing Planning*)

Tahap ini merupakan tahap terakhir untuk mengetahui tindakan yang perlu diambil untuk perbaikan atau peningkatan. Dalam matrik ini terdapat 4 bagian yaitu *process step*, *key process requirement*, *planning needs* dan *notes*. Pada *process step* dan *key process requirement*, sedangkan kolom paling kanan menunjukkan tindakan yang sebaiknya dilakukan untuk melakukan perbaikan. Dari hasil matrik perencanaan produksi, akan didapat rancangan usulan yang diambil dari kolom *notes*. Usulan ini akan digunakan sebagai rekomendasi usulan perusahaan agar melakukan tindakan yang perlu diambil guna meningkatkan perbaikan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Gambar umum dari matrik ini sebagai berikut :

process step	key process requirement	planning needs				notes

Gambar 2.6 Matrik Perencanaan Manufaktur

2.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

2.7.1 Uji Validitas

Validitas skala adalah sejauh mana skala tersebut menghasilkan data yang akurat (tepat) dan cermat sesuai dengan fungsi ukurnya (Eka Wulansari, 2007). Menurut Much. Djunadi *et.al.* (2006) tujuan dari pengujian ini adalah untuk mengetahui akurasi kuesioner yang disebarkan.

Langkah-langkah yang dilakukan untuk analisis validitas yaitu:

1. Menentukan Hipotesis

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

H_1 : skor butir tidak berkorelasi positif dengan skor faktor (tidak valid)

2. Menentukan r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5%, derajat kebebasan (df) = n - 2.

3. Menghitung korelasi momen tangkar antar skor butir (x) dengan skor faktor (y).

Rumus untuk menghitung korelasi momen tangkar yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi Momen Tangkar

N = Jumlah Responden

$\sum X$ = Jumlah Skor Butir (x)

$\sum y$ = Jumlah Skor Faktor (y)

$\sum X^2$ = Jumlah Skor Butir (x) kuadrat

$\sum Y^2$ = Jumlah Skor Faktor (x) kuadrat

$\sum XY$ = Jumlah Perkalian antara Jumlah Skor Butir (x) dengan Jumlah Skor Faktor (y)

4. Menghitung korelasi bagian total

Tujuannya untuk mengoreksi momen tangkar (r_{xy}) menjadi momen total (r_{pq}). Korelasi ini diperlukan karena akan mengoreksi momen tangkar antara skor butir akan menghasilkan korelasi yang terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena dalam variasi skor faktor sebagai skor bagian bukan sebagai skor total. Pada prinsipnya korelasi antara skor bagian dengan skor total seperti antara skor butir dengan skor faktor yang sedang dikerjakan harus dikoreksi menjadi korelasi bagian total. Rumus yang dipakai untuk menghitung korelasi bagian total adalah:

$$r_{pq} = \frac{(rxy)(SB_y) - SB_x}{\sqrt{\sum(SB_x^2)(SB_y^2) - 2(rxy)(SB_x)(SB_y)}}$$

Keterangan:

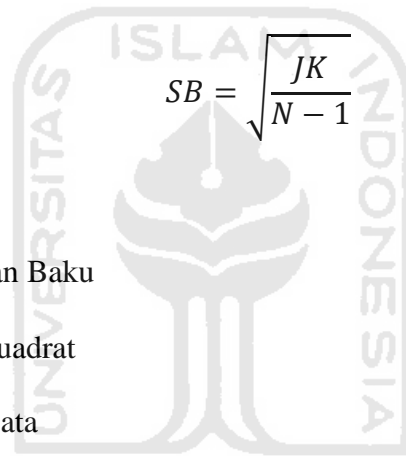
r_{pq} = Koefisiensi korelasi bagian total

rxy = Korelasi momen tangkar

SB_x = Simpang baku skor butir

SB_y = Simpang baku skor faktor

Rumus menghitung simpangan baku:



$$SB = \sqrt{\frac{JK}{N - 1}}$$

Keterangan:

SB = Simpangan Baku

JK = Jumlah Kuadrat

N = Jumlah Data

Sedangkan untuk menghitung jumlah kuadrat yaitu:

$$JK = \sum (x - \bar{x})^2$$

Uji dalam membuat signifikasi korelasi bagian total yaitu dengan menguji signifikasi r_{pq} . Derajat bebas (db) yang digunakan untuk menguji r_{pq} adalah $N - 2$. Uji signifikasi yang digunakan adalah uji signifikasi satu ekor. Dalam statistik, jika hipotesis yang diuji (skor butir berkorelasi bertambah dengan skor faktor) adalah hipotesis alternatif terarah, uji signifikasi satu ekor. Peluang ralat (p) dari korelasi tersebut maksimal 5%.

Bila dari uji signifikansi terdapat satu butir yang gugur maka harus menggunakan putaran analisis selanjutnya. Untuk memperoleh keakuratan hasil dalam perhitungan dan untuk menghemat waktu, maka validitas dilakukan dengan menggunakan software MS Excel dan SPSS 16.0.

5. Pengambilan keputusan

Dalam kriteria validasi, suatu pertanyaan dapat ditentukan jika :

$r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir kuesioner dinyatakan valid.

$r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir kuesioner dinyatakan tidak valid.

2.7.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Uji ini dilakukan untuk menunjukkan kemantapan/stabilitas hasil pengamatan bila digunakan/diukur dengan instrument tersebut dalam waktu-waktu selanjutnya dengan kondisi sesuatu yang diukur tidak berubah. Cara dalam melakukan uji reabilitas, yaitu:

a. Menentukan Hipotesis

H_0 = Skor item kuesioner reliabel

H_1 = Skor item kuesioner tidak reliabel

b. Menentukan Nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) = n - 2,

df = 70 - 2 = 68.

c. Menentukan Nilai r_{alpha}

Hasil perhitungan r_{alpha} pada software SPSS 16.0 dapat dilihat pada nilai ALPHA (perhitungan secara manual dapat dilihat pada lampiran). Perhitungan secara manual diperoleh dengan menggunakan rumus :

$$r_{tt} = \frac{M}{M-1} \left(\frac{Vt - Vx}{Vt} \right) = \frac{M}{M-1} \left(1 - \frac{Vx}{Vt} \right)$$

Dimana:

r_{tt} = Korelasi Alpha

M = Jumlah butir pertanyaan

Vx = Variansi butir-butir

x = Butir-butir pertanyaan

Vt = Variansi total (faktor)

t = total skor butir pertanyaan

Derajat bebas (db) untuk menguji signifikansi r_{tt} yaitu $db = N - 2$, dimana N = jumlah subjek.

Variansi menurut definisi adalah bilangan simpang baku dalam kuadrat, digunakan rumus:

$$V = SB^2$$

Dimana untuk menghitung SB (Simpang Baku) digunakan rumus:

$$SB = \sqrt{\frac{JK}{N-1}}$$

Rumus untuk menghitung JK (Jumlah Kuadrat) yaitu:

$$JK = \sum (x - \bar{x})^2$$

Uji kehandalan dapat dilakukan setelah hasil satu butir dinyatakan valid. Jika ada sebuah butir yang tidak valid berarti tidak dapat dilakukan uji kehandalan.

d. Pengambilan keputusan

Jika $r_{alpha} > r_{tabel}$, maka butir kuesioner dinyatakan reliabel.

Jika $r_{alpha} < r_{tabel}$, maka butir kuesioner dinyatakan tidak reliabel.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Objek dari penelitian ini adalah bentuk pelayanan jasa yang diberikan oleh Bank Riau Syariah yang merupakan salah satu produk layanan jasa perbankan, yang berlokasi di Jl. Profesor.M.Yamin,SH Bangkinang-Riau.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara:

1. Studi kepustakaan

Studi kepustakaan ini digunakan untuk mendapatkan gambaran mengenai teori yang mendasar, yang dapat diterapkan dalam penelitian yang sesungguhnya sehingga diperoleh hasil yang bersifat alamiah.

2. Penelitian lapangan

Yaitu metode untuk memperoleh data dengan cara pendekatan dan pengamatan secara langsung pada perusahaan dengan jalan:

- I. Kuisisioner

Kuisisioner adalah metode pengumpulan data secara langsung dengan menggunakan lembar kuisisioner berisi daftar pertanyaan tertulis yang dibagikan kepada para onsumen sasaran. Pada penelitian ini menggunakan skala Likert yang sudah dimodifikasi. Skala Likert merupakan skala yang berisi lima tingkat

jawaban mengenai kepentingan responden terhadap suatu pertanyaan yang dikemukakan mendahului opsi jawaban yang disediakan (hadi, 1991). Skala ini mempunyai keuntungan yaitu memungkinkan pelanggan mengekspresikan tingkat pendapat mereka pada produk / jasa yang mereka dapatkan, lebih mendekati kenyataan. Modifikasi terhadap skala Likert dimaksudkan untuk menghilangkan kelemahan yang dikandung oleh skala lima tingkat. Dalam skala Likert yang asli tingkat kepentingan responden diklasifikasikan sbb:

- a. Sangat setuju (SS)
- b. Setuju (S)
- c. Belum memutuskan (BM)
- d. Tidak setuju (TS)
- e. Sangat tidak setuju (STS)

Modifikasi skala Likert meniadakan kategori jawaban yang di tengah (belum memutuskan) berdasarkan tiga alasan:

- 1) Kategori “Belum Memutuskan” menimbulkan arti ganda, bisa diartikan belum dapat memberikan jawaban atau netral, penting tidak bahkan ragu-ragu. Kategori jawaban yang mempunyai arti ganda tentu saja tidak diharapkan dalam suatu instrumen.
- 2) Tersedianya jawaban yang ditengah menimbulkan kecenderungan responden untuk menjawab ditengah, terutama bagi mereka yang ragu-ragu atas arah kecenderungan jawaban, ke arah penting atau tidak penting.

- 3) Maksud kategori dengan empat jawaban adalah terutama untuk melihat kecenderungan pendapat responden ke arah penting atau tidak penting.

II. Wawancara

Data-data diperoleh dengan jalan tatap muka dan mengajukan pertanyaan-pertanyaan kepada pihak-pihak yang berkepentingan, misalnya konsumen, pihak perusahaan dsb.

III. Observasi

Observasi adalah penelitian dengan melakukan pengamatan langsung keadaan, kegiatan, cara kerja serta melakukan pencatatan. Data yang dibutuhkan sebagai bahan yang akan diolah dalam penelitian terdiri dari:

1) Data primer

Data primer yaitu data yang didapatkan dari survey terhadap pelanggan baik melalui kuisioner maupun wawancara langsung. Data ini terdiri dari:

- a. Atribut kepentingan konsumen
- b. Penelitian tingkat kepentingan konsumen
- c. Penelitian tingkat kinerja perusahaan yang diteliti
- d. Penelitian tingkat harapan perusahaan yang diinginkan konsumen.

2) Data sekunder

Data sekunder adalah data tambahan yang relevan dengan penelitian ini. Diantaranya diperoleh dari pustaka, *browsing* internet dan sumber lain yang dimaksudkan untuk mendapatkan landasan teori

yang mengarah pada kelengkapan penjelasan topik penelitian sehingga kesimpulan yang diperoleh memiliki bobot ilmiah.

3.3 Penentuan Jumlah *Sample*

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki peluang yang sama untuk dipilih. Sampel yang baik adalah sampel yang representatif artinya jumlah sampel yang ditentukan harus dapat mewakili populasi yang ada. Penentuan jumlah sampel pada penelitian ini sangat ditentukan karena peneliti tidak dapat menjadikan semua konsumen dapat dijadikan responden. Hal ini disebabkan karena keterbatasan biaya, waktu, pikiran, tenaga dan fasilitas. Oleh karena itu, peneliti dapat menentukan jumlah sampel menggunakan statistik sebagai alat bantu yang ekonomik, karena statistik menyediakan prinsip-prinsip dan cara-cara yang digunakan untuk mengantisipasi hal tersebut yaitu digunakan rumus error.

$$E = 1,645 \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$

Dimana : E = Error

p = Proporsi sampel

n = Jumlah sampel

Supranto (1992) dalam Angelia (2009), jumlah pelanggan ditentukan dengan rumus:

$$n = p(1-p) \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2$$

3.4 Teknik Pengambilan *Sampel*

Teknik pengambilan *sample* (teknik sampling) yang digunakan dalam penelitian ini adalah *random* sampling, yaitu teknik pengambilan individu untuk *sample* dari populasi dengan cara *random* (acak). Suatu cara disebut *random* jika tidak memilih-milih individu yang ditugaskan untuk mengisi kuisisioner. Sehingga *sample* yang diperoleh dengan cara ini disebut *sample random* atau *random sample*.

3.5 Menyusun Kuisisioner

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuisisioner. kuisisioner yang berisi pertanyaan untuk menggali suara pelanggan mengenai kualitas Bank syariah yang diinginkan dan harapan dengan memakai kuisisioner berupa pertanyaan kombinasi terbuka dan tertutup. Pertanyaan tertutup diturunkan dari ke enam komponen utama untuk mengukur kualitas jasa, yaitu *Compliance*, *Assurance*, *realibility*, *Tangibles*, *Emphathy* dan *Responsivness*. Pertanyaan terbuka dimaksudkan untuk mendapatkan masukan tentang keinginan pelanggan yang belum tercakup dalam pertanyaan tertutup. Setelah kuisisioner disebar dan terkumpul, maka dilakukan tabulasi data untuk pengolahan data selanjutnya.

Berdasarkan hasil kuisisioner, kemudian dilakukan pengujian terhadap masing-masing atribut kebutuhan konsumen dalam bentuk uji validitas dan reabilitas. Pengujian dilakukan dengan menggunakan *software SPSS*. Untuk atribut yang valid akan digunakan dalam penelitian sedangkan atribut yang tidak valid akan digugurkan (tidak diikuti dalam penelitian).

3.6 Analisis Data

Stelah semua data yang diperoleh tercukupi, maka dilakukan langkah selanjutnya yaitu dengan menggabungkan dua metode yang dipergunakan. Dalam kasus ini CARTER dengan *Quality Function Deployment* (QFD). Dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1) Penentuan *sample* dan nilai skala Bank Syariah

Setelah menentukan sampel dan pengumpulan data primer serta data sekunder tercukupi, lalu data-data kuisioner yang meliputi 6 dimensi yaitu (Othman, 2001):

A. *Compliance*

Compliance yaitu berisi tentang prinsip dan hukum Islam.

B. *Assurance*

Assurance (jaminan) yaitu pengetahuan dan kecakapan para pekerja yang memberikan jaminan bahwa mereka bisa memberikan layanan dengan baik.

C. *Reliability*

Reliability (keandalan), yaitu kemampuan penyedia layanan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

D. *Tangibles*

Tangibles (bukti fisik), yaitu bukti fisik dan menjadi bukti awal yang bisa ditunjukkan oleh organisasi penyedia layanan yang

ditunjukkan oleh tampilan gedung, fasilitas fisik pendukung, perlengkapan dan penampilan pekerja.

E. Empathy

Empathy (empati), yaitu para pekeja mampu menjalin komunikasi interpersonal dan memahami kebutuhan pelanggan.

F. Responsiveness

Responsiveness (daya tanggap), yaitu para pekerja memiliki kemauan dan bersedia membantu pelanggan dan memberi layanan dengan cepat dan tanggap.

Diolah dengan metode CARTER (kualitas pelayanan), dan dengan menggunakan progam SPSS untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan yang telah diberikan pada objek penelitian yang telah ditentukan sebagai acuan untuk diproses menggunakan metode QFD.

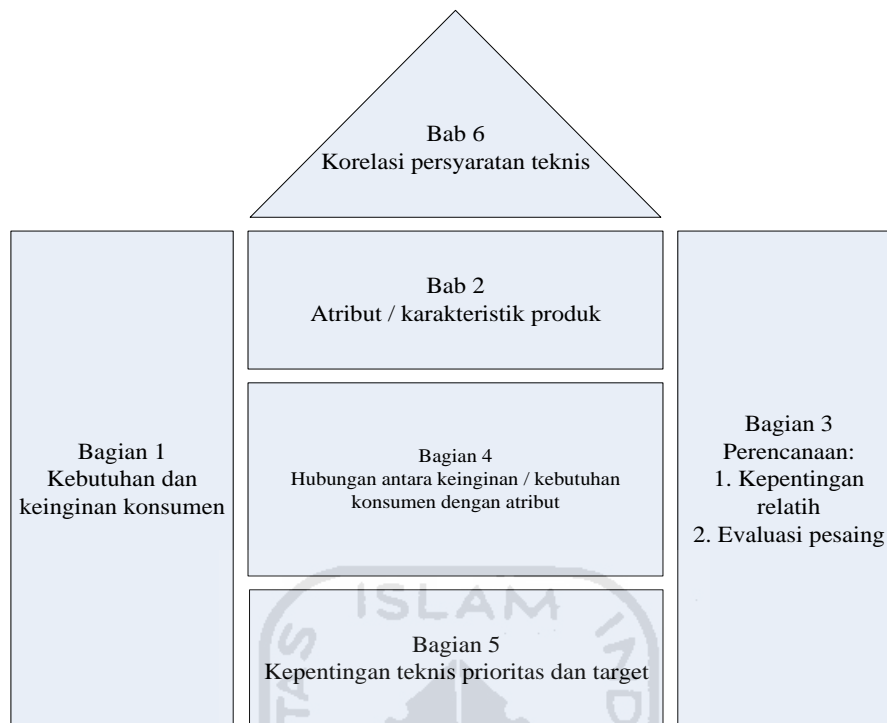
2) Menyusun Matrik House of Quality

House of quality seperti yang terlihat pada gambar 3.1. tembok rumah sebelah kiri (bagian1) adalah masukan dari konsumen (*customer input*). Pada langkah ini pemanufaktur berusaha menentukan segala persyaratan yang dikehendaki konsumen berhubungan dengan produk.

Agar bisa memenuhi kebutuhan konsumen, pemanufaktur mengusahakan spesifikasi kinerja tertentu dan mensyaratkan pemasok untu melakukan hal yang sama. Langkah ini digambarkan pada bagian plafon/langit-langit rumah (bagian 2).

Tembok rumah bagian kanan (bagian 3) merupakan matriks perencanaan. Matrik ini merupakan komponen yang digunakan untuk menterjemahkan persyaratan konsumen kedalam rencana-rencana untuk memenuhi dan melampaui persyaratan konsumen. Dibagian tengah rumah (bagian 4), persyaratan konsumen dikonversikan kedalam aspek-aspek pemanufakturan. Misalnya konsumen menginginkan umur pemakaian produk meningkat dari 6 menjadi 12 bulan, maka persyaratan tersebut akan dikonversikan kedalam aspek-aspek pemanufakturan, seperti material yang diperlukan, desain dan proses produksinya.

Bagian dasar rumah (bagian 5) merupakan daftar prioritas persyaratan proses manufaktur. Sedangkan pada bagian atap (bagian 6), langkah yang dilakukan adalah mengidentifikasi *trade-off* yang berhubungan dengan persyaratan pemanufaktur. Pertanyaan yang akan dijawab dalam bagian 6 adalah apa yang terbaik yang bisa dilakukan organisasi dengan mempertimbangkan persyaratan konsumen dan kemampuan pemanufaktur organisasi.



Gambar 3.1 *House of Quality*

- 3) Analisis usulan tindakan sebaiknya perusahaan lakukan untuk peningkatan kualitas pelayanan jasa nasabah Bank Riau syariah.

3.7 Pembahasan

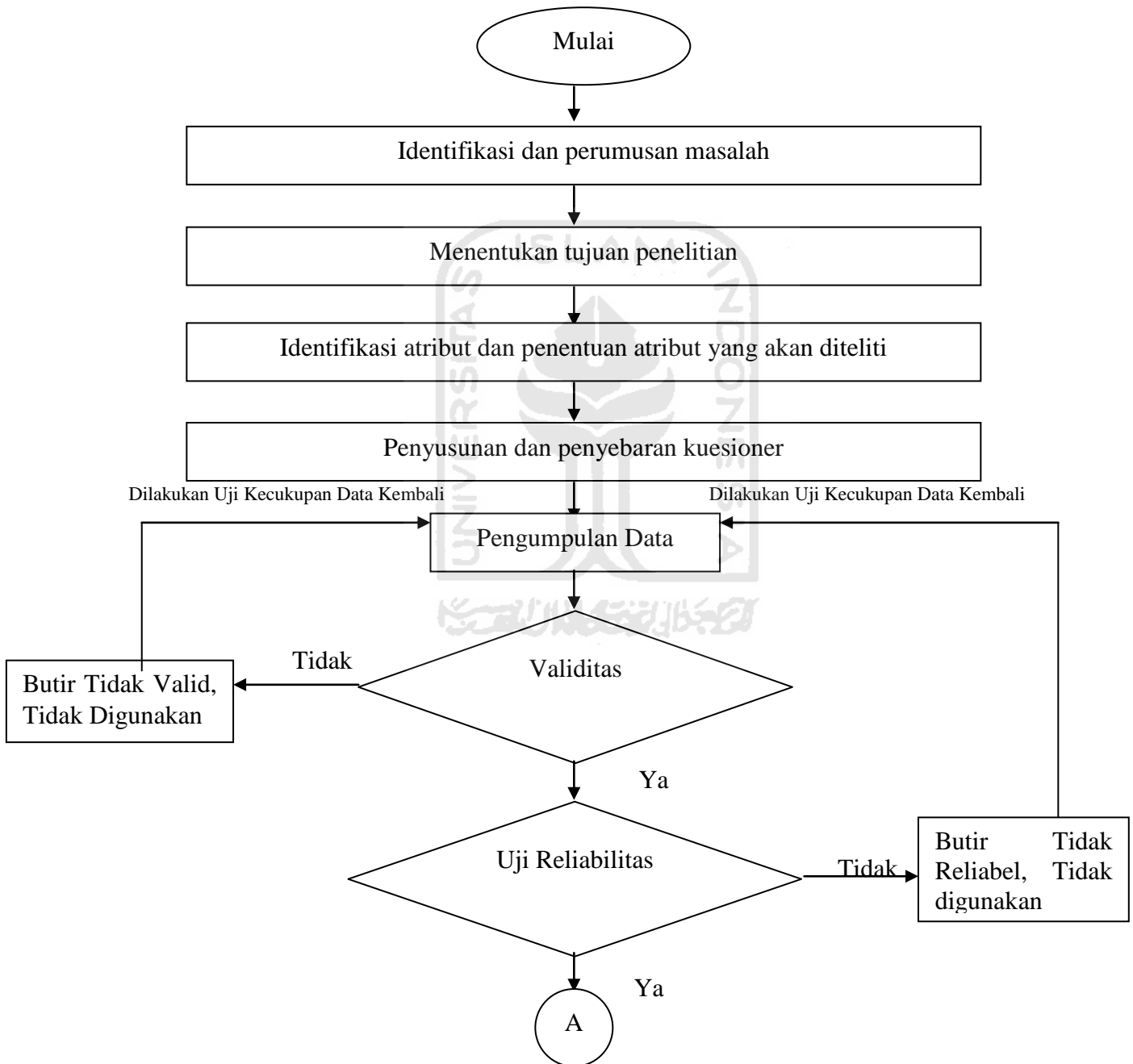
Dalam langkah ini akan dibahas mengenai hasil perhitungan yang didapat dari pengolahan data yang telah dilakukan.

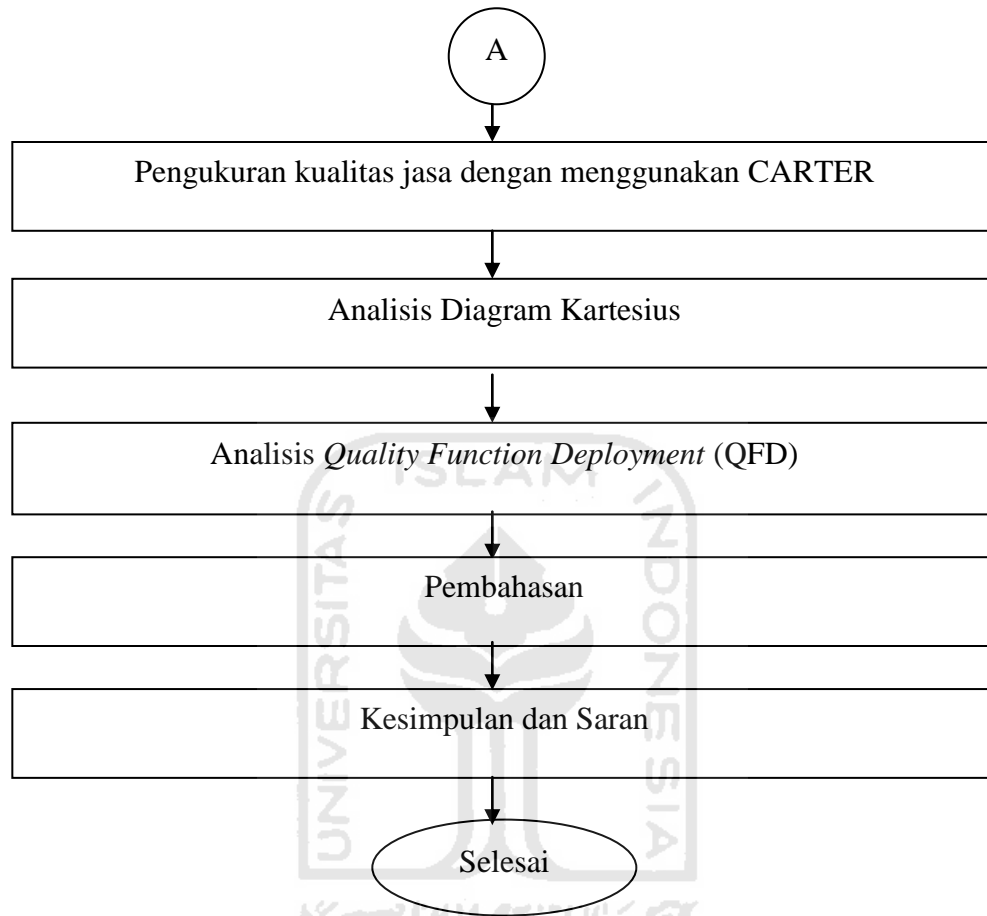
3.8 Kesimpulan dan saran

Langkah yang terakhir adalah menarik kesimpulan dari data yang dihasilkan. Dan saran dibuat berdasarkan pengalaman dan pertimbangan penulis atas analisis usulan tindakan yang sebaiknya dilakukan untuk peningkatan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Riau Syariah.

3.9 Diagram Alir Penelitian

Adapun langkah-langkah penelitian dapat dipresentasikan seperti gambar 3.2 di bawah ini:





Gambar 3.2 Diagram Alir Kerangka Penelitian

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1.1 Profile Perusahaan

Pendirian Bank Riau Syariah dimulai dengan pembentukan Tim Pengembangan Unit Usaha Syariah Bank Riau dengan Surat Keputusan Direksi PT. Bank Riau No. 39/KEPDIR/2003. Seiring dibentuknya tim ini maka Unit Usaha Syariah (UUS) sebagai koordinator pendirian Bank Riau Syariah melakukan beberapa langkah akselerasi pendirian Bank Riau Syariah bekerjasama dengan sebuah konsultan perbankan syariah. Pendampingan oleh konsultan ini dilakukan dalam hal rekrutmen Sumber Daya Insani baik Internal maupun External, *marketing research*, training, simulasi serta penyusunan Standar Operasional & Prosedur.

Pengajuan izin prinsip pendirian Bank Riau Syariah ke Bank Indonesia diajukan pada tanggal 29 Januari 2004, dan Persetujuan Prinsip dari Bank Indonesia diperoleh pada tanggal 27 Februari 2004 melalui surat BI No. 6/7/DPbS/Pbr KBI Pekanbaru. Sebelum izin prinsip ini diajukan Bank Riau Syariah juga melakukan berbagai hal untuk memuluskan langkah dalam pendirian Bank Riau Syariah termasuk rehabilitasi gedung untuk Kantor Cabang Syariah dan UUS, persiapan aplikasi IT Syariah, dll. Pengurusan izin operasional dikirim ke Bank Indonesia tanggal 21 Mei 2004. Izin Operasional diterima pada bulan Juni 2004 yang memungkinkan untuk mulai beroperasinya Bank Riau Syariah.

Pada tanggal 1 & 22 Juli 2004 dilaksanakan *Soft & Grand Opening* Bank Riau Syariah yang dihadiri Deputi Gubernur Bank Indonesia Maulana Ibrahim dan

Gubernur Riau HM Rusli Zainal serta Ketua DPRD Provinsi Riau drh. Chaidir MM. Beroperasinya Bank Riau Syariah merupakan sebuah prestasi karena Bank Riau Syariah adalah Bank Daerah Syariah pertama di luar Pulau Jawa.

Beberapa aspek yang melatarbelakangi berdirinya Bank Riau Syariah. *Pertama*, aspek regulasi, dengan dikeluarkannya UU No. 10 Tahun 1998 tentang perubahan UU No. 7 Tahun 1992 tentang perbankan yang telah memberikan peluang bagi bank umum konvensional untuk ikut serta menangani transaksi perbankan syariah, serta regulasi paling mutakhir UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. *Kedua*, aspek marketing, dimana bank syariah memiliki potensi pasar yang cukup besar di Riau dan Kepri mengingat mayoritas penduduk di kedua provinsi tersebut beragama Islam (*Prompt Research, 2004*). *Ketiga*, aspek syariah, masih banyak kalangan umat Islam yang enggan bertransaksi dan menggunakan jasa bank konvensional. *Keempat*, aspek empiris, dari beberapa pengalaman terbukti bahwa perbankan syariah memiliki berbagai keunggulan dalam mengatasi dampak krisis ekonomi. *Kelima*, aspek diferensiasi produk, kehadiran Bank Riau Syariah untuk memenuhi kebutuhan segmen masyarakat dan memberikan alternatif pilihan kepada masyarakat baik yang sudah menjadi nasabah Bank Riau maupun yang belum.

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

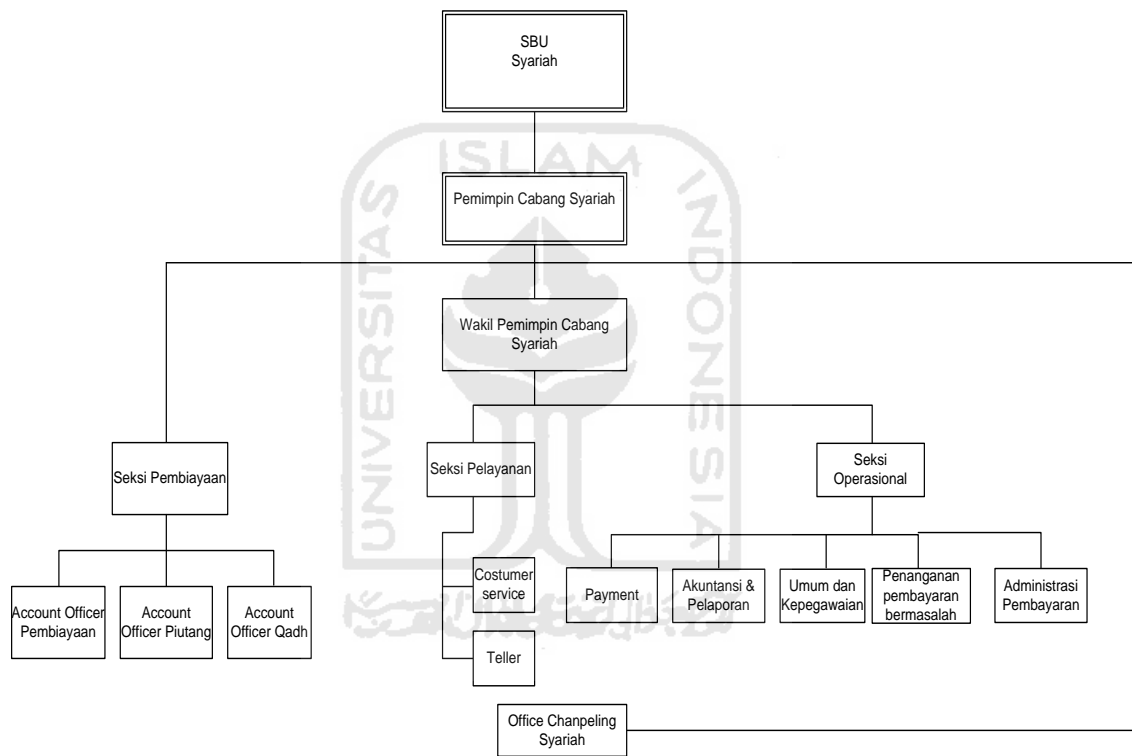
Visi

Menjadi mitra syariah jasa layanan perbankan yang terkemuka di daerah, sehat dan kompetitif sesuai dengan prinsip syariah

Misi

Secara teguh memenuhi prinsip kehati-hatian, mampu mendukung sektor riil dan konsisten menjalankan prinsip syariah secara optimal.

4.1.3. Struktur Organisasi



Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Syariah Riau

4.2. Pengolahan Data

4.2.1. Uji Kecukupan Data

Jumlah sampel untuk pelanggan ditentukan dengan rumus Supranto (1992) dalam Angelia (2009):

$$n = p(1 - p) \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2$$

$$\text{Dimana : } E = Z_{\alpha/2} \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$

n = Jumlah sampel

p = Proporsi sampel

E = Error

Karena besarnya proporsi sampel p tidak diketahui, maka p(1- p) juga tidak diketahui, tetapi nilai p selalu diantara 0 sampai 1 dengan nilai p maksimum.

$$f(p) = p - p^2$$

$$\frac{df(p)}{d(p)} = 1 - 2p$$

$$\frac{df(p)}{d(p)} \text{ maksimal jika } \frac{df(p)}{d(p)} = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$p = 0,5$$

Tingkat kepercayaan 90%

$$\text{Derajat ketelitian } (\alpha) = 10\% = 0,1 ; \alpha/2 = 0,05 ; Z_{\alpha/2} = 1,645$$

$$E = 0,1$$

Maka jumlah sampel yang dibutuhkan adalah :

$$n = p(1 - p) \left(\frac{Z_{\alpha/2}}{E} \right)^2$$

$$n = 0,5(1 - 0,5)\left(\frac{1,645}{0,1}\right)^2$$

$$n = 67,65 \approx 68 \text{ responden}$$

Data yang didapat, (N=70) > 68, maka data dinyatakan cukup.

4.2.2. Uji Validitas Data

a. Menentukan Hipotesis

H_0 = Skor item tidak berkorelasi positif dengan skor total

H_1 = Skor item berkorelasi positif dengan skor total

b. Menentukan Nilai r_{tabel}

Dari nilai tabel, $df = (\text{jumlah kasus atau responden}) - 2$, atau dalam kasus ini $df = 70 - 2 = 68$, Dan dengan tingkat signifikansi 5% maka akan didapat suatu nilai dengan cara interpolasi, yaitu:

$$df = 65, r_{tabel} 0,244$$

$$df = 70, r_{tabel} 0,235$$

Maka r_{tabel} untuk $df = 78$ adalah :

$$\frac{x - 0,224}{0,235 - 0,244} = \frac{68 - 65}{70 - 65}$$

$$\frac{x - 0,244}{-0,009} = \frac{3}{5}$$

$$x - 0,244 = \frac{3}{5}(-0,009)$$

$$x - 0,244 = -0,0054$$

$$x = 0,2386$$

Dari hasil interpolasi didapatkan nilai $r_{tabel} = 0,2386$

c. Mencari nilai r_{hitung}

Nilai r_{hitung} dapat diperoleh setelah melakukan pengolahan data dengan menggunakan SPSS 16,0, Nilai r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *output* SPSS 16,0 pada nilai *Corrected Item - Total Corelation*.

Contoh hasil perhitungan manual dapat dilihat pada lampiran, Hasil perhitungan (*output* SPSS 16,0) dan status atribut dapat dilihat pada tabel 4.1 dan 4.2.

d. Pengambilan keputusan

Dasar pengambilan keputusan yaitu

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir kuesioner dinyatakan valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir kuesioner dinyatakan tidak valid

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Kepentingan Nasabah Bank Riau Syariah

No	Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
Dimensi Prinsip & hukum Islam (Compliance)				
1	Bank syariah menerapkan prinsip Mudharabah (akad antara pemilik dana dan pengelola dana untuk memperoleh keuntungan).	0,302	0,2386	Valid
2	Bank syariah menerapkan prinsip wadi'ah (Titipan murni).	0,522	0,2386	Valid
3	Bank syariah menerapkan sistem margin keuntungan Murabahah (bank membeli barang yang diperlukan nasabah dan menjual kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati).	0,560	0,2386	Valid
4	Bank syariah menerapkan prinsip ijarah(akad sewa-menyewa. Setelah masa sewa berakhir maka barang sewaan di kembalikan ke bank).	0,285	0,2386	Valid
Dimensi Jaminan (Assurance)				
5	Layanan yang diberikan pihak Bank memberikan jaminan kepastian hukum bagi	0,446	0,2386	Valid

	nasabah			
6	Karyawan Bank syariah berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas	0,585	0,2386	Valid
7	Sikap dan perilaku karyawan meyakinkan	0,426	0,2386	Valid
8	Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi	0,253	0,2386	Valid
Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>)				
9	Bank bebas dari kesalahan pencatatan	0,393	0,2386	Valid
10	Kemudahan nasabah dalam penggunaan kartu ATM.	0,271	0,2386	Valid
11	Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah	0,475	0,2386	Valid
12	Bank syariah menjalin hubungan kemitraan dengan nasabah	0,671	0,2386	Valid
Dimensi Bukti fisik (<i>Tangible</i>)				
13	Karyawan bank yang berpenampilan rapi dan profesional	0,611	0,2386	Valid
14	Fasilitas fisik bank yang sangat baik	0,480	0,2386	Valid
15	Fasilitas pendukung yang canggih dan modern	0,579	0,2386	Valid
16	Lokasi bank dan ATM yang strategis.	0,463	0,2386	Valid
Dimensi Empati (<i>Emphaty</i>)				
17	Menyediakan ketentuan konsultasi keuangan	0,608	0,2386	Valid
18	Memberikan solusi terhadap komplein nasabah	0,457	0,2386	Valid
19	Memberikan perhatian nasabah secara individu	0,251	0,2386	Valid
20	Mampu mendengar keluhan dan keinginan nasabah	0,319	0,2386	Valid
Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsivness</i>)				
21	Ada nya call center	0,632	0,2386	Valid
22	Karyawan tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah	0,431	0,2386	Valid
23	Karyawan memberikan pelayanan dengan cepat dan efisien	0,451	0,2386	Valid
24	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	0,319	0,2386	Valid

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan Nasabah Bank Riau Syariah

No	Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
Dimensi Prinsip & hukum Islam (<i>Compliance</i>)				
1	Bank syariah menerapkan prinsip Mudharabah (akad antara pemilik dana dan pengelola dana untuk memperoleh keuntungan).	0,573	0,2386	Valid
2	Bank syariah menerapkan prinsip wadi'ah (Titipan murni).	0,424	0,2386	Valid
3	Bank syariah menerapkan sistem margin keuntungan Murabahah (bank membeli barang yang diperlukan nasabah dan menjual kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati).	0,403	0,2386	Valid
4	Bank syariah menerapkan prinsip ijarah (akad sewa-menyewa. Setelah masa sewa berakhir maka barang sewaan dikembalikan ke bank).	0,516	0,2386	Valid
Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>)				
5	Layanan yang diberikan pihak Bank memberikan jaminan kepastian hukum bagi nasabah	0,540	0,2386	Valid
6	Karyawan Bank syariah berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas	0,408	0,2386	Valid
7	Sikap dan perilaku karyawan meyakinkan	0,403	0,2386	Valid
8	Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi	0,299	0,2386	Valid
Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>)				
9	Bank bebas dari kesalahan pencatatan	0,565	0,2386	Valid
10	Kemudahan nasabah dalam penggunaan kartu ATM.	0,416	0,2386	Valid
11	Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah	0,499	0,2386	Valid
12	Bank syariah menjalin hubungan kemitraan dengan nasabah	0,293	0,2386	Valid
Dimensi Bukti fisik (<i>Tangible</i>)				
13	Karyawan bank yang berpenampilan rapi dan profesional	0,612	0,2386	Valid
14	Fasilitas fisik bank yang sangat baik	0,401	0,2386	Valid
15	Fasilitas pendukung yang canggih dan modern	0,491	0,2386	Valid
16	Lokasi bank dan ATM yang strategis.	0,306	0,2386	Valid
Dimensi Empati (<i>Emphaty</i>)				
17	Menyediakan ketentuan konsultasi keuangan	0,606	0,2386	Valid
18	Memberikan solusi terhadap komplein nasabah	0,289	0,2386	Valid
19	Memberikan perhatian nasabah secara individu	0,285	0,2386	Valid
20	Mampu mendengar keluhan dan keinginan nasabah	0,364	0,2386	Valid

	Dimensi Daya Tanggap (<i>responsivness</i>)			
21	Ada nya call center	0,319	0,2386	Valid
22	Karyawan tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah	0,602	0,2386	Valid
23	Karyawan memberikan pelayanan dengan cepat dan efisien	0,280	0,2386	Valid
24	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	0,332	0,2386	Valid

4.2.3 Uji Reliabilitas Data

a. Menentukan Hipotesis

H_0 = Skor item kuesioner reliabel

H_1 = Skor item kuesioner tidak reliabel

b. Menentukan Nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) = n - 2, df = 70

- 2 = 68, Sehingga nilai $r_{tabel} = 0,2386$

c. Menentukan Nilai r_{alpha}

Hasil perhitungan r_{alpha} pada software SPSS 16,0 dapat dilihat pada nilai ALPHA (perhitungan secara manual dapat dilihat pada lampiran).

d. Pengambilan keputusan

Dasar pengambilan keputusan yaitu

Jika $r_{alpha} > r_{tabel}$, maka butir kuesioner dinyatakan reliabel

Jika $r_{alpha} < r_{tabel}$, maka butir kuesioner dinyatakan tidak reliabel

e. Kesimpulan

r_{alpha} (0,875) > r_{tabel} (0,2386), maka butir-butir kuisisioner kepentingan pelanggan reliabel

r_{alpha} (0,856) > r_{tabel} (0,2228), maka butir-butir kuisioner kepuasan pelanggan reliable

4.2.4 Pengukuran *Service Quality*

Tabel 4.3 Kepentingan, Kepuasan, dan Gap Tiap Atribut

No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan	Gap
Dimensi Prinsip & Hukum Islam (<i>Compliance</i>)				
1	Bank syariah menerapkan prinsip Mudharabah (akad antara pemilik dana dan pengelola dana untuk memperoleh keuntungan).	4,071	3,742	-0,329
2	Bank syariah menerapkan prinsip wadi'ah (Titipan murni).	3,985	3,757	-0,228
3	Bank syariah menerapkan sistem margin keuntungan Murabahah (bank membeli barang yang diperlukan nasabah dan menjual kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati).	4,314	3,771	-0,543
4	Bank syariah menerapkan prinsip ijarah (akad sewa-menyewa. Setelah masa sewa berakhir maka barang sewaan dikembalikan ke bank).	3,742	3,585	-0,157
Mean		4,028	3,713	-0,314
Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>)				
5	Layanan yang diberikan pihak Bank memberikan jaminan kepastian hukum bagi nasabah	3,928	3,657	-0,271
6	Karyawan Bank syariah berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas	4,328	4,014	-0,314
7	Sikap dan perilaku karyawan meyakinkan	4,071	3,785	-0,286
8	Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi	3,8	3,542	-0,358
Mean		4,031	3,749	-0,132
Dimensi Keabdalan (<i>Reliability</i>)				
9	Bank bebas dari kesalahan pencatatan	4,014	3,557	-0,457
10	Kemudahan nasabah dalam penggunaan kartu ATM.	4,128	3,457	-0,671
11	Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah	4,371	3,885	-0,486
12	Bank syariah menjalin hubungan kemitraan dengan nasabah	4,357	4,128	-0,229
Mean		4,217	3,755	-0,460
Dimensi Bukti fisik (<i>Tangible</i>)				

13	Karyawan bank yang berpenampilan rapi dan profesional	4,171	3,914	-0,257
14	Fasilitas fisik bank yang sangat baik	4,242	3,828	-0,414
15	Fasilitas pendukung yang canggih dan modern	4,285	3,985	-0,3
16	Lokasi bank dan ATM yang strategis.	4,342	3,8	-0,542
Mean		4,26	3.881	-0,378
Dimensi Empati (<i>Emphaty</i>)				
17	Menyediakan ketentuan konsultasi keuangan	3,642	3,357	-0,285
18	Memberikan solusi terhadap komplein nasabah	3,928	3,442	-0,486
19	Memberikan perhatian nasabah secara individu	3,757	3,2	-0,557
20	Mampu mendengar keluhan dan keinginan nasabah	3,9	3,328	-0,572
Mean		3,806	3.331	-0,475
Dimensi Daya tanggap (<i>responsivness</i>)				
21	Ada nya call center	4,314	3,357	-0,957
22	Karyawan tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah	3,985	3,271	-0,714
23	Karyawan memberikan pelayanan dengan cepat dan efisien	4,214	3,485	-0,729
24	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti	4.157	3,8	-0,357
Mean		4,167	3,478	-0,689

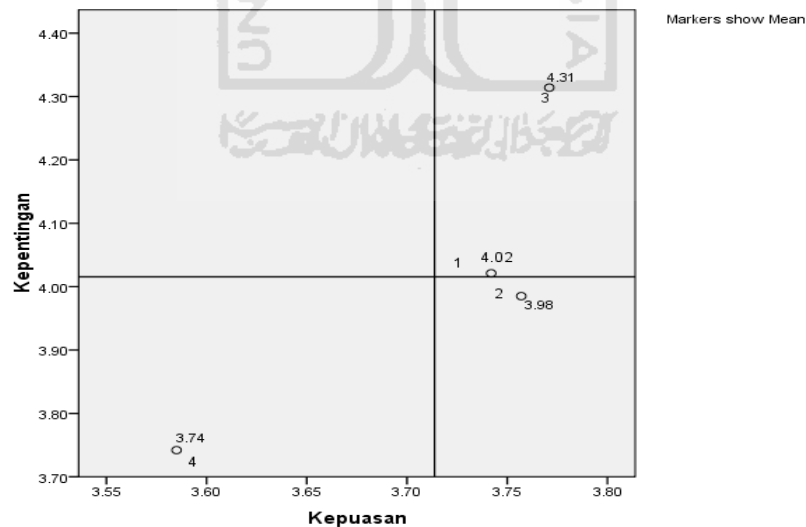
Tabel 4.4 Kualitas Pelayanan Tiap Dimensi

No	Dimensi	Kepentingan (H)	Kepuasan (P)	Gap	Q = P / H
1	Prinsip & hukum Islam (<i>compliance</i>)	4,028	3,713	-0,314	0,921
2	Jaminan (<i>Assurance</i>)	4,031	3,749	-0,132	0,930
3	Keabdalan (<i>Reliability</i>)	4,217	3,755	-0,460	0,890
4	Bukti fisik (<i>Tangible</i>)	4,26	3,881	-0,378	0,855
5	Empati (<i>Emphaty</i>)	3,806	3,331	-0,475	0,875
6	Daya tanggap (<i>Responsivness</i>)	4,167	3,478	-0,689	0,834
Mean		4,084	3,651	-0,408	0.884

4.2.5 Diagram Kartesius

Tabel 4.5 Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi Prinsip dan Hukum Islam
(Compliance)

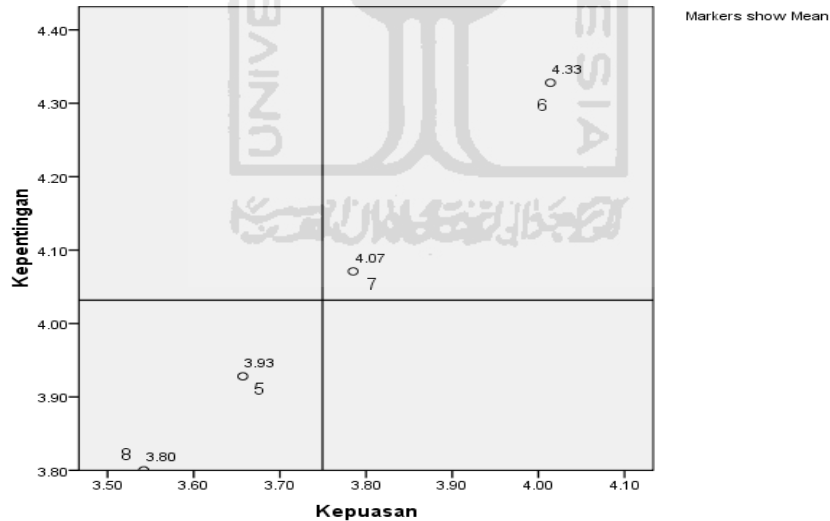
No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan
1	Bank syariah menerapkan prinsip Mudharabah (akad antara pemilik dana dan pengelola dana untuk memperoleh keuntungan).	4.071	3.742
2	Bank syariah menerapkan prinsip wadi'ah (Titipan murni).	3.985	3.757
3	Bank syariah menerapkan sistem margin keuntungan Murabahah (bank membeli barang yang diperlukan nasabah dan menjual kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati).	4.314	3.771
4	Bank syariah menerapkan prinsip ijarah (akad sewa-menyewa. Setelah masa sewa berakhir maka barang sewaan d kembalikan ke bank).	3.742	3.585
Mean		4,028	3,713



Gambar 4.2 Diagram Kartesius Dimensi Prinsip dan Hukum Islam (Compliance)

Tabel 4.6 Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi Jaminan (*Assurance*)

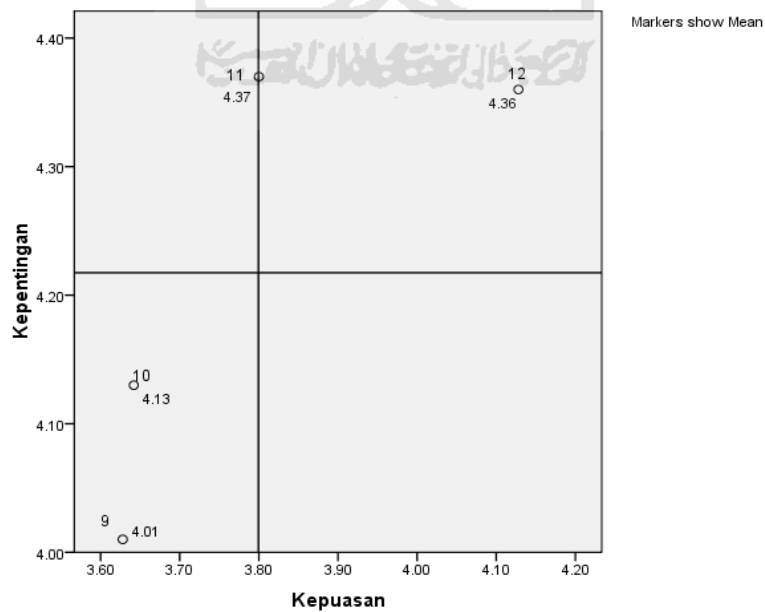
No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan
5	Layanan yang diberikan pihak Bank memberikan jaminan kepastian hukum bagi nasabah.	3,928	4,014
6	Karyawan Bank syariah berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas.	4,328	3,785
7	Sikap dan perilaku karyawan meyakinkan.	4,071	3,542
8	Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi.	3,8	3,557
Mean		4,172	3,749



Gambar 4.3 Diagram Kartesius Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Tabel 4.7 Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi Keabdalan (*Reliability*)

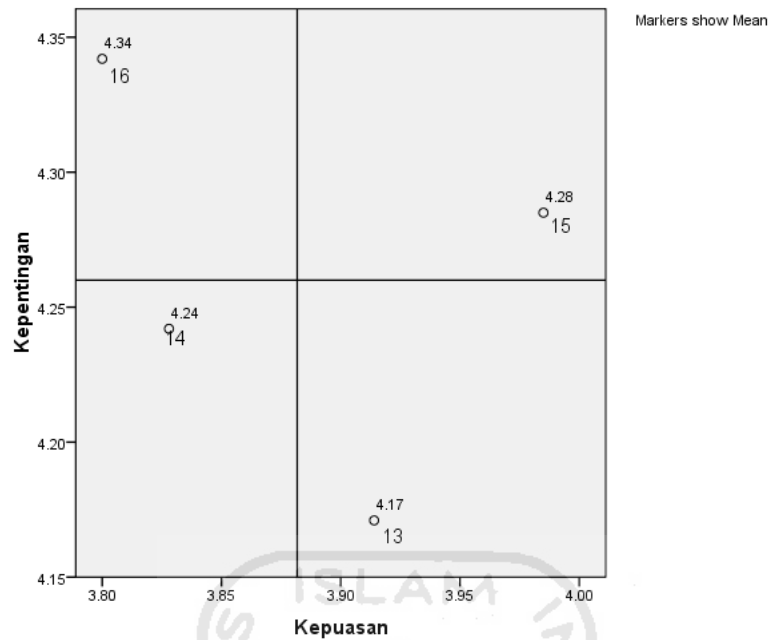
No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan
9	Bank bebas dari kesalahan pencatatan	4,014	3,557
10	Kemudahan nasabah dalam penggunaan kartu ATM.	4,128	3,457
11	Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah	4,371	3,885
12	Bank syariah menjalin hubungan kemitraan dengan nasabah	4,357	4,128
Mean		4,217	3,755



Gambar 4.4 Diagram Kartesius Dimensi Keabdalan (*Reliability*)

Tabel 4.8 Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi Bukti fisik (*Tangible*)

No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan
13	Karyawan bank yang berpenampilan rapi dan professional.	4,171	3,914
14	Fasilitas fisik bank yang sangat baik.	4,242	3,828
15	Fasilitas pendukung yang canggih dan modern.	4,285	3,985
16	Lokasi bank dan ATM yang strategis.	4,342	3,8
	Mean	4,26	3,881

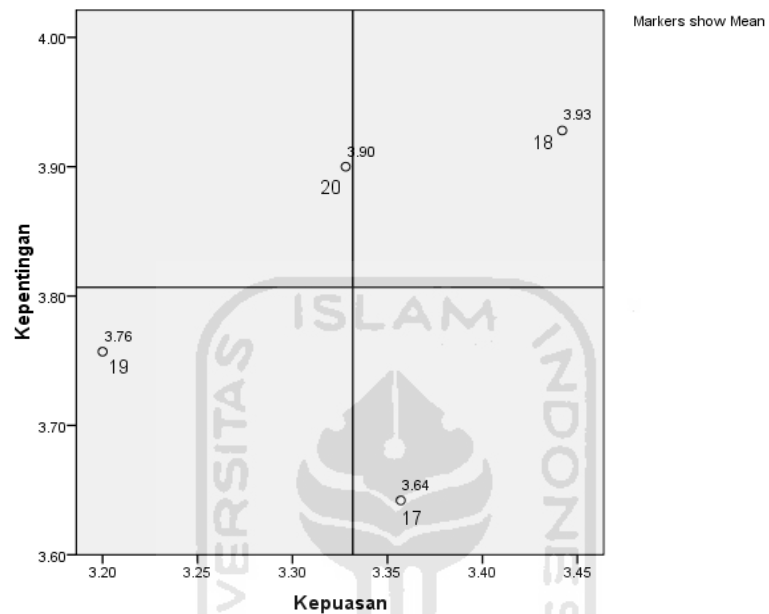


Gambar 4.5 Diagram Kartesius Dimensi Bukti Fisik (*Tangible*)

Tabel 4.9 Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi Empati (*Emphaty*)

No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan
17	Menyediakan ketentuan konsultasi keuangan.	3,713	3,138
18	Mampu mendengar keluhan dan keinginan nasabah.	3,688	3,063
19	Memberikan perhatian nasabah secara individu.	4,063	3,3

20	Memberikan solusi terhadap komplein nasabah.	3,913	3,375
Mean		3,844	3,219

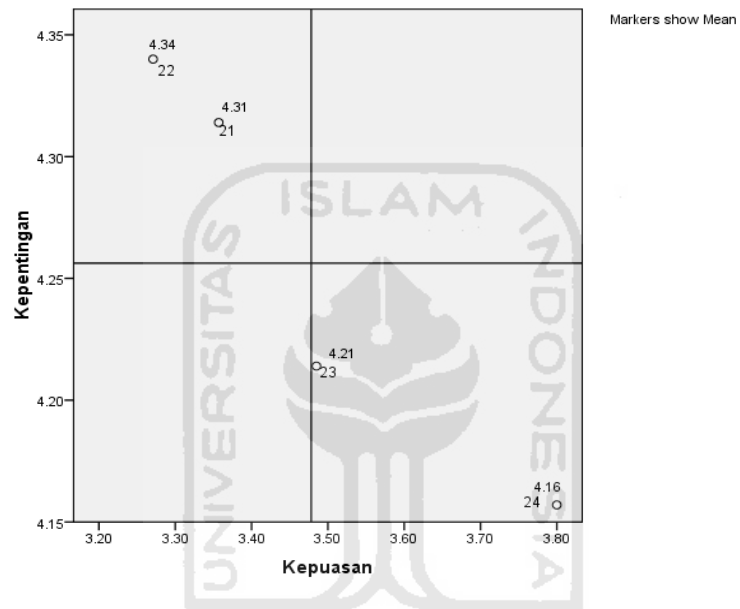


Gambar 4.6 Diagram Kartesius Dimensi Empati (*Emphaty*)

Tabel 4.10 Rata-rata Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi Daya Tanggap (*Responsivness*)

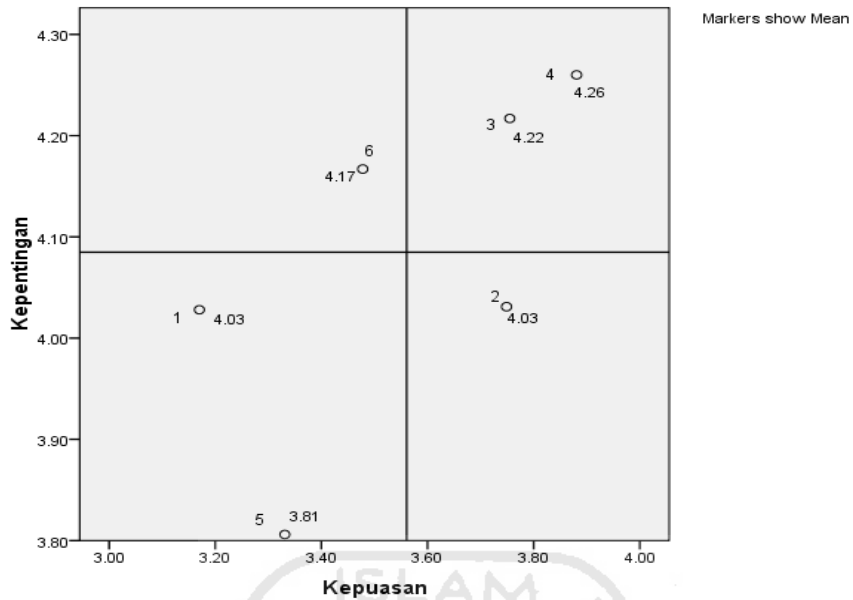
No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan
21	Ada nya call center.	3,975	3,25

22	Karyawan tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah.	3,813	3,538
23	Karyawan memberikan pelayanan dengan cepat dan efisien.	4,025	3,538
24	Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti.	3,788	3,288
Mean		3,9	3,404



Gambar 4.7 Digram Kartesius Dimensi Daya Tanggap (*Responsivness*)

Tabel 4.11 Sebaran Kepentingan dan Kepuasan pada Dimensi Kualitas Layanan berdasarkan mean dari masing-masing atribut.



Gambar 4.8 Diagram Kartesius pada Dimensi Kualitas pelayanan

Rangkuman butir atribut yang diprioritaskan untuk diperbaiki / ditingkatkan berdasarkan kesenjangan antara kepentingan dan kepuasan dapat dilihat pada tabel 4.12

Tabel 4.12 Butir yang Diprioritaskan untuk Diperbaiki / Ditingkatkan

No	Dimensi	Butir Atribut
1	Prinsip dan Hukum Islam (<i>Compliance</i>)	-
2	Jaminan (<i>Assurance</i>)	-
3	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	11. Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah.
4	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	16. Lokasi bank dan ATM yang strategis.
5	Empati (<i>Emphaty</i>)	20. Memberikan solusi terhadap komplein nasabah.
6	Daya Tanggap (<i>Responsivness</i>)	21. Ada nya call center. 22. Karyawan tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah.

BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisis *Service Quality*

Analisis *service quality* dilakukan dengan melihat kesenjangan (*gap*) yang terjadi antara pelayanan yang diharapkan nasabah Bank Riau Syariah Bangkinang dengan penilaian pelanggan mengenai pelayanan yang diberikan. Data yang digunakan untuk menghitung kualitas layanan adalah data yang diperoleh dari hasil kuesioner yang telah disebarkan kepada responden yang didalam kuesioner tersebut meliputi butir kepentingan dan butir kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan.

Dengan nilai minus (-) yang dihasilkan untuk setiap *gap* atribut yang ada, maka hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dengan kepuasan atas pelayanan yang diberikan oleh Bank Riau Syariah Bangkinang.

Pada tabel kualitas pelayanan tiap dimensi didapat nilai $Q < 1$, yang berarti secara keseluruhan pelayanan yang diberikan pihak Bank Riau Syariah belum baik dan belum dapat memenuhi harapan para nasabahnya.

5.2 Analisis Diagram Kartesius

Diagram kartesius digunakan untuk melihat keberadaan dari masing-masing atribut, apakah terletak di kuadran I (prioritas utama yang harus dibenahi, karena kepentingan tinggi sedangkan kepuasan rendah), kuadran II (daerah yang harus dipertahankan, karena kepentingan tinggi dan kepuasan juga tinggi.), kuadran III (prioritas rendah, karena daerah ini menunjukkan kepentingan rendah dan kepuasan rendah.), dan kuadran IV (daerah

berlebihan, karena kepentingan rendah namun kepuasan tinggi, jadi bukan menjadi prioritas yang dibenahi), adapun masing-masing dimensi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Dimensi Prinsip dan Hukum Islam (*Compliance*)

Pada Gambar 4.2, terlihat bahwa tidak terdapat atribut pelayanan yang berada pada Kuadran I dan Kuadran IV. Pada Kuadran II terdapat 2 atribut yang harus dipertahankan yaitu atribut (no.1) Bank syariah Bank syariah menerapkan prinsip Mudharabah (akad antara pemilik dana dan pengelola dana untuk memperoleh keuntungan) dan atribut (no.3) Bank syariah menerapkan sistem margin keuntungan Murabahah (bank membeli barang yang diperlukan nasabah dan menjual kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan yang disepakati). Sedangkan dalam Kuadran III yang merupakan prioritas rendah terdapat 1 atribut yaitu atribut (no.4) Bank syariah menerapkan prinsip ijarah (akad sewa-menyewa. Setelah masa sewa berakhir maka barang sewaan dikembalikan ke bank). Dan di kuadran IV yang merupakan prioritas berlebihan terdapat 1 atribut yaitu atribut (no.2) Bank syariah Bank syariah menerapkan prinsip wadi'ah (Titipan murni).

2. Dimensi Jaminan (*Assurance*)

Pada Gambar 4.3, terlihat bahwa tidak terdapat atribut pelayanan yang berada pada Kuadran IV. Pada Kuadran II terdapat 2 atribut yang harus dipertahankan yaitu atribut (no.6) Karyawan Bank syariah berpengalaman dan memiliki pengetahuan luas dan atribut (no.7) Sikap dan perilaku karyawan meyakinkan. Sedangkan dalam Kuadran III yang merupakan prioritas rendah terdapat 2 atribut yaitu atribut (no.5) Layanan yang diberikan pihak Bank memberikan jaminan kepastian hukum bagi nasabah dan atribut (no.8) Nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi.

3. Dimensi Keandalan (*Realibility*)

Pada Gambar 4.4, terlihat bahwa pada tidak terdapat atribut pelayanan yang berada pada Kuadran IV. Pada Kuadran I yang merupakan prioritas utama terdapat 1 atribut yang harus diperbaiki yaitu atribut (no.11) Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah. Pada Kuadran II terdapat 1 atribut yang harus dipertahankan yaitu atribut (no.12) Bank syariah menjalin hubungan kemitraan dengan nasabah. Pada Kuadran III yang merupakan prioritas rendah terdapat 2 atribut yaitu atribut (no.9) Bank bebas dari kesalahan pencatatan dan atribut (no.10) Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah.

4. Dimensi Bukti Fisik (*Tangible*)

Pada Gambar 4.5, terlihat bahwa Pada Kuadran I yang merupakan prioritas yang utama terdapat 1 atribut yang harus diperbaiki yaitu atribut (no.16)Lokasi bank dan ATM yang strategis. Pada Kuadran II terdapat satu atribut yang harus dipertahankan yaitu atribut (no.15) Fasilitas pendukung yang canggih dan modern. Pada Kuadran III yang merupakan prioritas rendah terdapat 1 atribut yang harus diperbaiki yaitu atribut (no.14) Fasilitas fisik bank yang sangat baik. Sedangkan Pada Kuadran IV terdapat 1 atribut yang berlebihan yaitu atribut (no.13) Karyawan bank yang berpenampilan rapi dan professional.

5. Dimensi Empati (*Emphaty*)

Pada Gambar 4.6, terlihat bahwa tidak terdapat atribut pelayanan yang berada pada Kuadran I yang merupakan priritas utama terdapat 1 atribut yang harus diperbaiki yaitu atribut (no.20) Memberikan solusi terhadap komplein nasabah. Pada Kuadran II terdapat 1 atribut yang harus dipertahankan yaitu atribut (no.18) Mampu mendengar

keluhan dan keinginan nasabah. Pada Kuadran III yang merupakan prioritas rendah terdapat 1 atribut yaitu atribut (no.19) Memberikan solusi terhadap komplein nasabah. Sedangkan pada Kuadran IV terdapa 1 atribut yang berlebihan yaitu atribut (no.17) Menyediakan ketentuan konsultasi keuangan.

6. Dimensi Daya Tanggap (*Responsivness*)

Pada Gambar 4.7, terlihat bahwa pada Kuadran II dan III tidak terdapat atribut pelayanan pada kuadran tersebut. Pada Kuadran I yang merupakan prioritas utama terdapat 2 atribut yang harus diperbaiki yaitu atribut (no.21) Ada nya call center dan atribut (no.22) Karyawan tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah. Pada Kuadran IV terdapat 2 atribut yang berlebihan yaitu atribut (no.23) Karyawan memberikan pelayanan dengan cepat dan efisien dan atribut (no.24) Petugas memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti.

Sedangkan pada gambar 4.8 terlihat bahwa tidak terdapat dimensi layanan yang berada pada Kuadran I. Pada Kuadran II terdapat 2 dimensi layanan dimana yang harus dipertahankan karena skor kepuasan dan skor kepentingan sama-sama besar yaitu dimensi jaminan (*Assurance*), dimensi kehandalan (*Realibility*) dan dimensi bukti fisik (*Tangible*). Dalam Kuadran III yang merupakan dimensi dengan prioritas rendah karena skor kepuasan dan skor kepentingan rendah terdapat 3 dimensi layanan yaitu dimensi prinsip dan hukum Islam (*Compliance*), dimensi empati (*Emphaty*) dan dimensi daya tanggap (*Responsivness*). Sedangkan pada Kuadran IV tidak terdapat dimensi layanan yang dirasa berlebihan.

5.3 Analisis *Quality Function Deployment* (QFD)

5.3.1 Matrik *House of Quality* (HOQ)

House of Quality (HOQ) merupakan matrik perencanaan produk yang menggambarkan kebutuhan pelanggan dan evaluasi dengan produk pesaing. Fokus dari HOQ adalah kebutuhan pelanggan. Sehingga proses desain dan pengembangannya lebih sesuai dengan keinginan pelanggan daripada teknologi inovasi.

Pada bab 4 didapatkan atribut-atribut pelayanan yang diprioritaskan untuk diperbaiki / ditingkatkan berdasarkan kebutuhan pelanggan. Atribut pelayanan ini dipilih berdasarkan skor kepentingan dan kepuasan pelayanan yang apabila diplotkan ke dalam diagram kartesius pada tiap-tiap dimensinya berada dalam Kuadran I, dimana pelayanan memiliki nilai kepentingan tinggi sementara nilai kepuasan rendah. Rangkuman butir atribut pelayanan tersebut dapat dilihat pada tabel 5.1.

Tabel 5.1 Butir yang Diprioritaskan untuk Diperbaiki / Ditingkatkan

No	Dimensi	Butir Atribut
1	Prinsip dan Hukum Islam (<i>Compliance</i>)	-
2	Jaminan (<i>Assurance</i>)	-
3	Kehandalan (<i>Reliability</i>)	11. Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah.
4	Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)	16. Lokasi bank dan ATM yang strategis.
5	Empati (<i>Emphaty</i>)	20. Memberikan solusi terhadap komplein nasabah.
6	Daya Tanggap (<i>Responsivness</i>)	21. Ada nya call center. 22. Karyawan tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah.

a. Penentuan Tingkat Kepentingan Relatif (*Importance Rating*)

Nilai kepentingan relatif (*importance rating*) tiap atribut keinginan pelanggan diperoleh dengan perhitungan rata-rata, yaitu data tingkat kepentingan pelanggan sebanyak 70 responden pada kuesioner dibuat nilai rata-rata untuk masing-masing atribut. Rumus nilai rata-rata yaitu (Angelia, 2009) :

$$\bar{x} = \frac{\sum_{i=1}^{70} x_i}{n}$$

Dimana :

\bar{x} = Nilai rata-rata

x_i = Data yang diperoleh dari kuesioner (data kepentingan pelanggan)

n = Jumlah responden

Sebagai contoh perhitungan pada butir pertama tentang Layanan yang diberikan pihak Bank memberikan jaminan kepastian hukum bagi nasabah, yaitu :

$$\bar{x}_2 = \frac{\sum_{i=1}^{70} x_1}{n}$$

$$\bar{x}_2 = \frac{4 + 5 + 5 + 4 + 5 + \dots + 5 + 4 + 5 + 4 + 5}{70}$$

$$\bar{x}_2 = \frac{306}{70} = 4,37$$

Hasil selengkapnya dapat dilihat pada tabel 5.2.

Tabel 5.2 Tingkat Kepentingan Relatif (*Importance Rating*)

No	Atribut	Kepentingan Relatif
11	Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah.	3.885
16	Lokasi bank dan ATM yang strategis.	3.8
20	Memberikan solusi terhadap komplein nasabah.	3.328
21	Ada nya call center.	3.357
22	Karyawan tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah.	3.271

Penentuan tingkat kepentingan relatif dibutuhkan untuk menunjukkan seberapa penting suatu atribut yang menjadi kebutuhan pelanggan / nasabah dan menjadi bahan pertimbangan pelanggan dalam menggunakan layanan Bank Riau Syariah Bangkinang sehingga pihak manajemen perusahaan dapat mengambil tindakan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut berdasarkan kepentingan pelanggan. Dari tabel 5.2 terlihat bahwa nilai kepentingan relatif terbesar yaitu Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah. (3.885) dan Lokasi bank dan ATM yang strategis. (3.8) sedangkan atribut yang mempunyai nilai kepentingan yaitu Memberikan solusi terhadap komplein nasabah. (3.328) dan Ada nya call center (3.357) kemudian atribut kebutuhan pelanggan yang memiliki nilai kepentingan relatif terkecil adalah Karyawan tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah. (3.271).

b. Menterjemahkan Kebutuhan Pelanggan (*Customer Requirement*) ke Dalam Kebutuhan Teknis (*Technical Requirement*)

Menterjemahkan kebutuhan pelanggan ke dalam kebutuhan teknis merupakan langkah yang penting dalam mengidentifikasi kebutuhan pelanggan secara spesifik. Setiap keinginan pelanggan akan diterjemahkan ke dalam

kebutuhan teknis yang ditandakan dengan sifat atribut yang dapat diukur. Setiap keinginan pelanggan minimal memiliki satu hubungan dengan keinginan teknis. Pada tabel 5.3 dibawah ini menunjukkan hubungan antara kebutuhan / keinginan pelanggan (*Customer Requirement*) dengan kebutuhan teknis (*Technical Requirement*).

Tabel 5.3 Penerapan *Customer Requirement* ke *Technical Requirement*

No	Kebutuhan Pelanggan (<i>Customer Requirement</i>)	Kebutuhan Teknis (<i>Technical Requirement</i>)
11	Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah.	Kecakapan karyawan <i>customer service</i>
16	Lokasi bank dan ATM yang strategis.	Pemindahan counter ATM
20	Memberikan solusi terhadap komplain nasabah	Keterampilan karyawan melayani nasabah
21	Ada nya <i>call center</i>	Menambah <i>call center</i>
22	Karyawan tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah	Menambah karyawan di <i>front office</i>

Dari hasil observasi dan wawancara diperoleh kebutuhan teknis dari kebutuhan pelanggan. Kebutuhan teknis akan membantu pihak perusahaan dalam mengambil suatu tindakan peningkatan pelayanannya.

Setelah menginterpretasikan kebutuhan pelanggan ke dalam kebutuhan teknis, maka selanjutnya akan dibuat hubungan antara kebutuhan pelanggan dengan kebutuhan teknis.

Gambar 5.1 akan menunjukkan hubungan antara kebutuhan pelanggan (*Customer Requirement*) dengan kebutuhan teknis (*Technical Requirement*).

Customer Requirement	No. Atribut	Importance Rating	Technical Requirement				
			Adanya penambahan customer service	Pemindahan counter ATM	Keterampilan karyawan dalam melayani nasabah	Menambah <i>call center</i>	Kecakapan karyawan <i>front office</i>
Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah	11	4,37	●		○		
Lokasi bank dan ATM yang strategis	16	4,34		●			
Memberikan solusi terhadap complain nasabah	20	3,91			●		△
Ada nya <i>call center</i>	21	3,97				●	
Karyawan tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah	22	3,81					●

Gambar 5.1 Hubungan Antara *Customer Requirement* dengan *Technical Requirement*

c. Matrik Korelasi antar Kebutuhan Teknis dan *Direction of Improvement*

Direction of Improvement merupakan arah yang dapat menjadi petunjuk dari *technical requirement* pada arah peningkatan yang diinginkan konsumen sehingga merupakan kepuasan bagi konsumen. Dalam menentukan arah perbaikan, terdapat 5 simbol arah perbaikan yang dapat dilakukan oleh pihak perusahaan, yaitu:

- a. ↑ Kebutuhan teknis saat ini akan lebih baik bila dilakukan pengadaan maupun usaha sehingga target perusahaan dapat dicapai.
- b. ↓ Kebutuhan teknis saat ini akan lebih baik bila diturunkan/dihilangkan sehingga target perusahaan dapat dicapai.
- c. ○ Kebutuhan teknis ini sudah sesuai dengan target perusahaan.
- d. ♂ Kebutuhan teknis ini sudah sesuai dengan target perusahaan tetapi akan lebih baik jika ditingkatkan sesuai dengan keinginan pelanggan.
- e. ♀ Kebutuhan teknis ini sudah sesuai dengan target perusahaan tetapi akan lebih baik jika diturunkan sesuai dengan keinginan pelanggan.

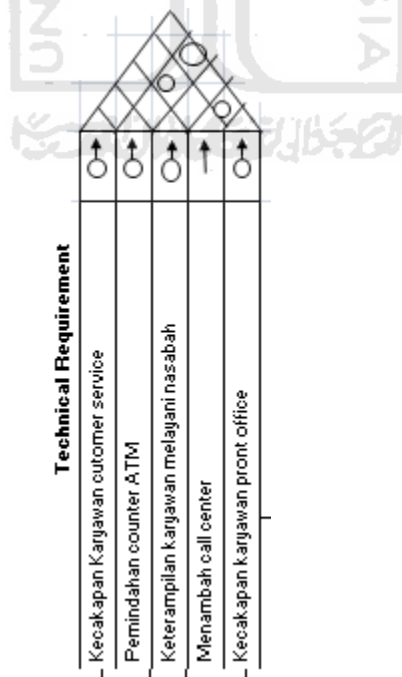
Tabel 5.4 Penentuan Arah Perbaikan/*Direction of imporevement*

No	<i>Technical Requirement</i>	Arah Perbaikan
1	Adanya penambahan customer service	♂
2	Pemindahan counter ATM	♂
3	Keterampilan karyawan melayani nasabah	♂
4	Menambah <i>call center</i>	↑
5	Kecakapan <i>front office</i>	♂

Pola hubungan antar kebutuhan teknis dapat dinyatakan sebagai berikut (Shofa, 2009):

1. Korelasi positif, disimbolkan dengan “O”, hubungan ini terjadi apabila kebutuhan teknis saling mendukung untuk memenuhi keinginan pelanggan.
2. Korelasi negatif, disimbolkan dengan “X”, hubungan ini terjadi apabila kebutuhan teknis saling bertentangan dalam memenuhi keinginan pelanggan.

Dengan mengetahui pola hubungan antar kebutuhan teknis ini, maka pihak perusahaan dapat mengetahui kebutuhan teknis yang dapat saling menghambat sehingga akan segera dicari jalan penyelesaiannya, sedangkan untuk kebutuhan teknis yang saling mendukung dapat dilaksanakan secara bersamaan.



Gambar 5.2 Matrik Korelasi Kebutuhan Teknis dan *Direction of Improvement*

d. Pengukuran Kuantitatif sebagai Identifikasi Prioritas

Fase ini memberikan tambahan dalam informasi yang nantinya akan diperoleh dari konsumen. Antara lain sebagai berikut:

1. *Goal*, merupakan target peningkatan dari penilaian kompetitif konsumen. Target ini ditentukan langsung oleh manajemen perusahaan berdasarkan pada nilai harapan konsumen.

2. *Sales point*, adalah kebutuhan konsumen yang berpengaruh pada kompetisi yang dapat digunakan untuk pemasaran. Dalam HOQ (*House of Quality*) sales point ditandai dengan simbol (⊙), dan mempunyai bobot sebesar 1,2. Adapun kebutuhan konsumen yang tidak dijadikan *sales point* mempunyai bobot sebesar 1. Dalam penelitian ini ada 2 kebutuhan konsumen yang dijadikan *sales point*, sebagaimana pada tabel 5.4.

3. *Improvement Ratio*

Diperoleh dari hasil pembagian goal (tujuan) dengan kondisi dimana produk perusahaan sekarang berada.

4. Bobot Baris

Bobot baris didapat dari hasil perkalian antara rating kebutuhan, *sales point*, dan *improvement ratio*. Nilai dari berat bobot baris akan menunjukkan tingkat pengambilan suatu tindakan guna memperbaiki pelayanan. Untuk hasil bobot baris dapat dilihat pada table 5.4

Tabel 5.5 Perhitungan Bobot Baris

Kebutuhan Konsumen	<i>Importance Rating</i>	Nilai Evaluasi	<i>Goals</i>	<i>Sales Point</i>	<i>Improvement Ratio</i>	Bobot Baris
Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah	4,37	3,885	4,5	⊙	1,158	6,072
Lokasi bank dan ATM yang strategis	4,34	3,8	4	⊙	1,052	5,478
Memberikan solusi terhadap komplain nasabah	3,91	3,328	3,5		1,051	4,109
Ada nya <i>call center</i>	3,97	3,357	4		1,191	4,728
Karyawan tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah	3,81	3,271	3,5		1,070	4,076

Tabel 5.4 menunjukkan tingkat pengambilan suatu tindakan guna memperbaiki kualitas pelayanan. Bobot baris yang besar menjadi kebutuhan konsumen yang perlu direspon terlebih dahulu oleh pihak manajemen, dikarenakan hal tersebut sangat penting bagi kepuasan konsumen dan menjadi prioritas utama dalam pertimbangan mereka (Subhekti, 2009).

e. *Customer Competitive Evaluation*

Customer Competitive Evaluation digunakan untuk mengetahui sejauh mana produk yang dihasilkan atau pelayanan yang telah diberikan oleh pihak perusahaan dapat memuaskan pelanggan jika dibandingkan dengan produk yang dihasilkan atau pelayanan yang diberikan oleh pihak pesaing, apakah pelayanan yang pihak perusahaan dalam kasus ini pelayanan Bank Riau Syariah Bangkinang lebih baik dibandingkan dengan pihak pesaing dalam kasus ini pelayanan bank Muamalat.

Untuk memperoleh nilai dari *Customer Competitive Evaluation*, setiap kebutuhan/keinginan pelanggan diperoleh dengan perhitungan rata-rata yaitu

data pada kepuasan pelanggan dari 70 responden yang diambil pada kuesioner pertama dan kedua dibuat nilai rata-ratanya untuk setiap atribut.

Sebagai contoh perhitungan pada butir pertama tentang Layanan yang diberikan pihak Bank memberikan kepastian hukum, yaitu :

$$\bar{x}_2 = \frac{\sum_{i=1}^{80} x_2}{n}$$

$$\bar{x}_2 = \frac{4 + 5 + 4 + 3 + 4 + \dots + 4 + 5 + 4 + 2 + 4}{70}$$

$$\bar{x}_2 = \frac{272}{70}$$

$$\bar{x}_2 = 3,885$$

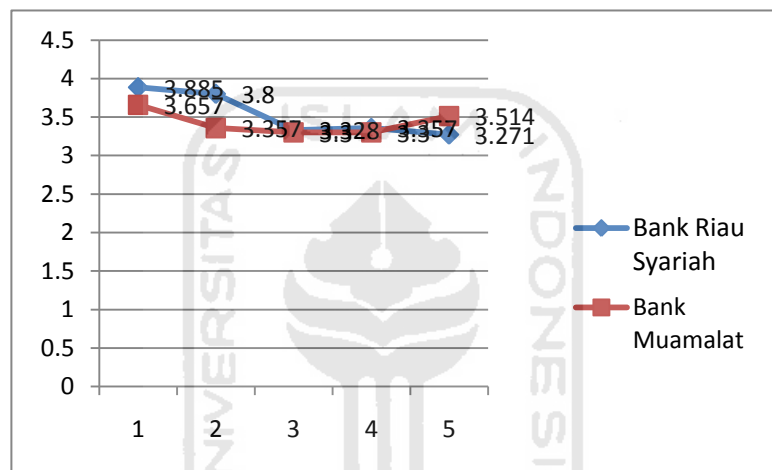
Hasil selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 5.5.

Tabel 5.6 Nilai *Customer Competitive Evaluation*

No	Atribut	<i>Customer Competitive Evaluation</i>	
		Bank Riau Syariah	Bank Muamalat
11	Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah	3,885	3,657
16	Lokasi bank dan ATM yang strategis	3,8	3,357
20	Memberikan solusi terhadap complain nasabah	3,328	3,3
21	Ada nya <i>call center</i>	3,357	3,3
22	Karyawan tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah	3,271	3,514

Dalam tabel 5.5 menunjukkan perbandingan tingkat nilai kepuasan dari atribut kebutuhan pelanggan antara pelayanan Bank Riau Syariah dengan pelayanan bank Muamalat. Secara keseluruhan, nilai kepuasan terhadap atribut

kebutuhan pelanggan dari pelayanan yang diberikan Bank Riau Syariah Bangkinang kepada pelanggan lebih unggul dibanding dengan nilai kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Bank Muamalat. Hanya ada dua atribut pelayanan yang diberikan Bank Riau Syariah sedikit tertinggal oleh Bank Muamalat. Sehingga atribut-atribut kebutuhan pelanggan dari pelayanan tersebut tetap dipertahankan atau ditingkatkan bila memungkinkan dan diperbaiki untuk yang tertinggal.



Gambar 5.3 *Customer Competitive Evaluation*

f. Prioritas Aksi Tertentu

Action berisi tindakan yang harus diambil perusahaan dengan melihat posisi pesaingnya, kategori tindakan ini antara lain (subhekti, 2009) :

- a. Menguji pesaing, diberi kode A, yaitu bila pelayanan yang diberikan pihak Bank Riau Syariah Bangkinang tertinggal jauh dengan pelayanan yang diberikan Bank Muamalat.
- b. Menguji konsep, diberi kode B, yaitu bila pihak Bank Riau Syariah Bangkinang dapat memanfaatkan pelayanan Bank Muamalat sebagai

referensi untuk meningkatkan pelayanan karena dimata pelanggan pelayanan yang diberikan pihak Bank Muamalat lebih baik.

- c. Kesempatan bersaing, diberi kode C, yaitu bila dimata pelanggan pelayanan yang diberikan pihak Bank Riau Syariah Bangkinang lebih baik dibanding dengan pelayanan yang diberikan pihak Bank Muamalat.

g. Target dari Kebutuhan Teknis

Target dari kebutuhan teknis ditentukan oleh manajemen perusahaan. Target ini ditentukan dengan mempertimbangkan kemampuan perusahaan untuk merealisasikannya. Target hubungan antara kebutuhan konsumen dengan kebutuhan teknis dapat memiliki hubungan lebih dari satu keinginan konsumen sehingga perlu diperhatikan hubungan antara kebutuhan konsumen dengan teknis tersebut (Imam Djati, 2003).

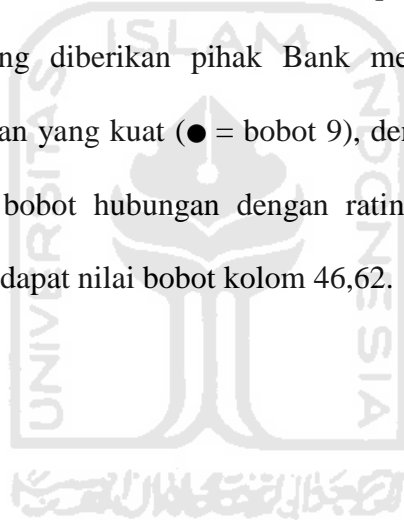
Tabel 5.7 Kebutuhan Teknis dan Target

No	Kebutuhan Teknis	Kondisi Awal	Target
1	Kecakapan karyawan <i>customer service</i>	Kurang cekatan nya karyawan customer service sehingga terkadang membuat nasabah menunggu	Meningkatkan kinerja karyawan customer service jika perlu dilakukan evaluasi terhadap karyawan customer service
2	Pemindahan counter ATM	Sudah ada tetapi penempatan nya kurang strategis yaitu didalam Bank	Memindahkan ATM ketempat yang lebih strategis yaitu diluar bank sehingga memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi
3	Ketrampilan karyawan dalam melayani nasabah	Belum adanya faktor pendorong untuk meningkatkan kualitas karyawan	Memberikan reward kepada karyawan terbaik

4	Menambah <i>call center</i>	Sudah ada tetapi hanya dikantor pusat	Penambahan <i>call center</i> untuk kantor cabang
5	Kecakapan karyawan <i>front office</i>	Evaluasi minimal 1 minggu sekali	Mengadakan pelatihan lanjutan

h. Bobot Kolom

Bobot kolom merupakan nilai yang ditentukan dari hubungan korelasi antara *customer requirement* dan *technical requirement* yang ditentukan dari jenis hubungan yang berlangsung. Sebagai contoh perhitungan seperti yang ditunjukkan pada gambar 5.4. Pada *customer requirement* no.1, dari kebutuhan teknis Layanan yang diberikan pihak Bank memberikan kepastian hukum mempunyai hubungan yang kuat (● = bobot 9), dengan rating kebutuhan 3.885. Selanjutnya antara bobot hubungan dengan rating perbaris dibuat perkalian. Dengan demikian didapat nilai bobot kolom 46,62.

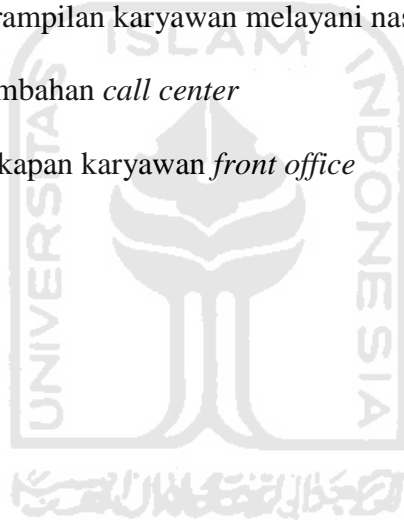


Customer Requirement	No. Atribut	Importance Rating	Technical Requirement				
			Kecakapan karyawan <i>customer service</i>	Pemindahan counter ATM	Keterampilan karyawan melayani nasabah	Menambah callcenter	Kecakapan front office
Prosedur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah	11	3.885	●		○		
Lokasi Bank dan ATM yang strategis	16	3.8		●			
Memberikan solusi terhadap komplain nasabah	20	3.328			●		△
Ada nya <i>call center</i>	21	3.357				●	
Karyawan tidak pernah merasa sibuk untuk menanggapi permintaan nasabah	22	3.271					●
Target			Meningkatkan kinerja karyawan <i>customer service</i>	Pemindahan counter ATM dari dalam ke bagian luar bank	Memberikan <i>reward</i> pada karawan	Penambahan <i>call center</i> pada kantor cabang	Mengadakan pelatihan lanjutan
Bobot Kolom			46.62	34.2	33.28	30.213	29.439
Nomer Kolom			1	2	3	4	5

Gambar 5.4 Hasil Perhitungan Bobot Kolom

Dari gambar 5.4 dapat diambil prioritas kebutuhan teknis yang akan diperbaiki atau ditingkatkan. Prioritas ini didapat dari rangking kebutuhan teknis. Rangking kebutuhan teknis ini diperoleh dari nilai bobot kolom. Bobot kolom digunakan untuk mengidentifikasi prioritas dari kebutuhan teknis dari masing-masing kebutuhan konsumen. Dengan demikian berdasarkan pada bobot kolom, maka prioritas kebutuhan teknis dapat disusun sebagai berikut:

1. Kecakapan karyawan *customer service*
2. Pemindahan counter ATM
3. Keterampilan karyawan melayani nasabah
4. Penambahan *call center*
5. Kecakapan karyawan *front office*



5.3.2 Matrik *Part Deployment*

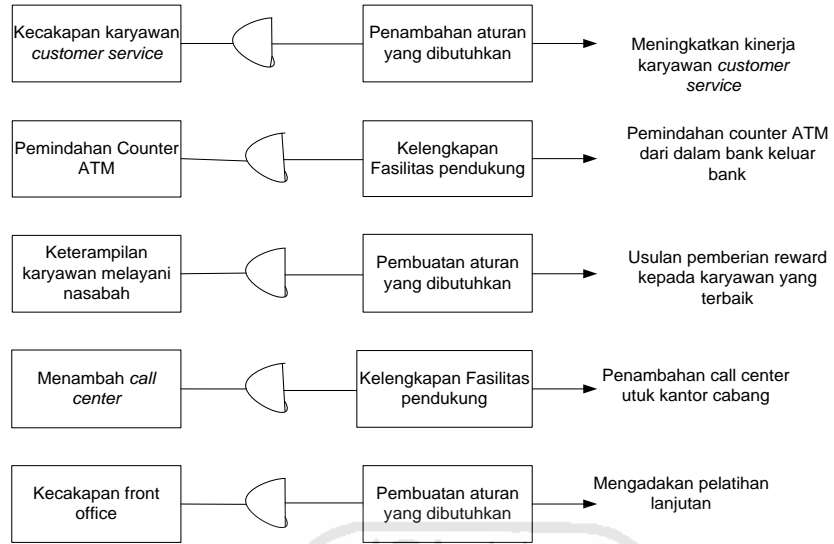
Pada Matrik *Part Deployment* persyaratan teknis yang terpilih dari matrik HOQ akan berubah menjadi kebutuhan utama untuk dicantumkan sebagai garis pada bagian kiri rumah. Sedangkan kolom yang merupakan atap rumah adalah *part* kritis yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan teknis ini.

Analisis *Fault Tree* digunakan untuk mengidentifikasi *part* kritis dengan mencari elemen-elemen yang diperkirakan sebagai penyebab terjadinya ketidaksesuaian target dengan *Technical Requirement*. Analisis *Fault Tree* dapat dilihat pada gambar 5.5, sedangkan Matrik *Part Deployment* dapat dilihat pada gambar 5.6.

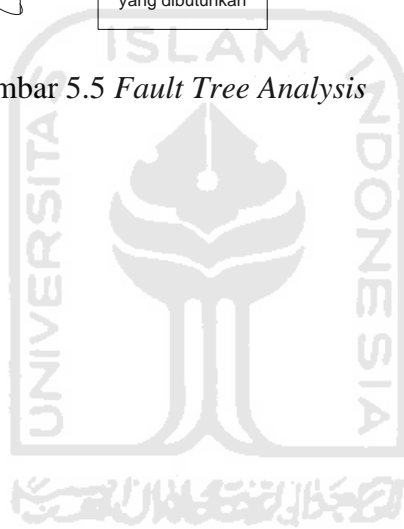
Kebutuhan pelanggan dari QFD, berdasarkan *House Of Quality* pada nilai bobot kolom dan arah perbaikan yang akan diambil perusahaan dan perusahaan dapat lakukan serta usahakan maka ditentukan faktor teknis yang akan diperbaiki dan ditingkatkan, yaitu :

1. Kecakapan karyawan *customer service*
2. Pemandangan counter ATM
3. Keterampilan karyawan melayani nasabah
4. Penambahan *call center*
5. Kecakapan karyawan *front office*

Analisis *Fault Tree* dapat dilihat sebagai berikut:



Gambar 5.5 *Fault Tree Analysis*



Customer Requirement		No. Atribut	Importance Rating	Technical Requirement				
Prasudur pelayanan buka tabungan yang cepat dan mudah	11	3.885	●	○				
Lokasi Bank dan ATM yang strategis	16	3.8	●					
Memberikan solusi terhadap keluhan nasabah	20	3.328		●			▲	
Adanya call center	21	3.357				●		
Karyawan tidak pernah marah/buk untuk menanggapi permintaan nasabah	22	3.271						●
Berkas Kuesioner		46-62	Melakukan evaluasi terhadap karyawan customer service					
Berkas Kuesioner		34-2	Penambahan counter ATM					
Berkas Kuesioner		33-28	Memberikan reward pada karyawan					
Berkas Kuesioner		30-213	Penambahan call center					
Berkas Kuesioner		29-349	Menerapkan reward kepada karyawan terbaik					

Gambar 5.6 Matrik *Part Deployment*

Dari gambar 5.6 matrik *part deployment* maka diambil kebutuhan teknis yang akan dikembangkan dan memerlukan perhatian perusahaan yaitu :

1. Meningkatkan kinerja karyawan *customer service*

Terdapat elemen penting yang diperkirakan dapat menyebabkan ketidaksesuaian target dengan *technical requirement* yaitu belum tercapainya prosedur pembukaan tabungan yang cepat dan mudah. Dikarenakan kurangnya cekatan nya karyawan pada *customer service* sehingga kinerja karyawan kurang membuat nasabah puas. Maka solusi yang dapat di ambil adalah

meningkatkan kinerja karyawan di *customer service* sehingga tidak terjadi nya waktu menunggu untuk para nasabah.

2. Pemindahan counter ATM

Terdapat elemen penting yang diperkirakan dapat menyebabkan ketidaksesuaian target dengan *technical requirement* yaitu pemindahan counter ATM dari dalam bank ke luar bank sehingga memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi kapanpun.

3. Keterampilan karyawan melayani nasabah

Terdapat elemen penting yang diperkirakan dapat menyebabkan ketidaksesuaian target dengan *technical requirement* yaitu karyawan memberikan pelayanan dengan cepat dan efisien. Bila kinerja karyawan kurang membuat nasabah puas maka citra perusahaan terhadap pelayanan nasabah akan buruk, begitu juga sebaliknya. Karyawan seharusnya mendapat apresiasi di perusahaan dalam banyak bentuk. Untuk melaksanakan apresiasi itu hendaknya perusahaan mengadakan *reward* karyawan terbaik seperti usulan yang akan saya buat, agar karyawan merasa dihargai dan kinerja semakin optimal.

4. Menambah *call center*

Terdapat elemen penting yang diperkirakan dapat menyebabkan ketidaksesuaian target dengan *technical requirement* yaitu adanya *call center*. Keterbatasan nya *call center* mengakibatkan para nasabah harus menelpon kepada *front office* atau ke kantor pusat. Tidak adanya *call center* di Bank bisa mengakibatkan tidak efektifnya pelayanan yang diberikan Bank, terutama ketidak jelasan nasabah untuk bertanya apabila tidak dalam hari kerja dan

kinerja karyawan dalam melayani nasabah. Penambahan call center untuk kantor cabang.

5. Kecakapan *front office*

Terdapat elemen penting yang diperkirakan dapat menyebabkan ketidaksesuaian target dengan *technical requirement* yaitu Keterampilan karyawan dalam melayani nasabah merupakan point penting yang harus diperhatikan pihak Bank. Karyawan yang terampil bisa membuat nasabah merasa puas dan merasa dipenuhi semua hak-haknya Karyawan tidak pernah merasa sibuk menanggapi permintaan nasabah. Hal ini diarencanakan diadakannya evaluasi 1 minggu sekali pada karyawan. Maka solusi yang dapat diambil adalah mengadakan pelatihan lanjutan sehingga karyawan di *front office* lebih baik lagi.

5.3.3 Matrik Perencanaan Manufaktur

Matrik ini berfungsi untuk mengetahui tindakan yang perlu diambil dalam rangka upaya peningkatan/perbaikan pelayanan Bank Riau Syariah. Layanan yang memerlukan adanya perbaikan terlihat pada gambar 5.9, yaitu pada *process step* dan *key process requirement*, sedangkan kolom paling kanan menunjukkan tindakan yang sebaiknya dilakukan untuk melakukan perbaikan. *Process step* merupakan tahapan proses yang perlu dilakukan pelanggan dalam menggunakan pelayanan Bank Riau Syariah. *Key process requirement* merupakan faktor yang ada di setiap tahapan proses yang ada apada kolom *process step*. Pada kolom *planning needs* merupakan rencana kebutuhan yang diperlukan dan berpengaruh pada *key*

process requirement. Dari hasil matrik perencanaan manufaktur, akan didapat rancangan usulan yang diambil dari kolom *notes*.

		Planning needs			
Process Step	Key Process Requirement	Analisis Pekerjaan	Fasilitas	Training	Notes
Adanya pelatihan customer service	kecakapan karyawan			●	Kecakapan customer service
Pemindahan counter ATM	Pemindahan counter ATM		●		Pemindahan counter ATM
Keterampilan karyawan melayani nasabah	Pembuatan aturan yang dibutuhkan	●			Pemberian reward pada karyawan yang terbaik
Menambah call center	Fasilitas pendukung		●		Penambahan call center pada kantor cabang
Kecakapan front office	Pembuatan aturan yang dibutuhkan			●	Mengadakan pelatihan lanjutan

Gambar 5.7 Matrik Perencanaan Manufaktur

Usulan ini akan digunakan sebagai rekomendasi usulan perusahaan agar melakukan tindakan yang perlu diambil guna meningkatkan perbaikan kualitas pelayanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan inginkan. Tindakan tersebut yaitu:

1. Meningkatkan kinerja karyawan *customer service*

Lamanya waktu tunggu nasabah ada kaitanya dengan kecepatan dan keterampilan karyawan dalam melayani, nasabah akan merasa senang apabila proses yang ada berjalan dengan cepat dan nasabah pun tidak membuang waktunya hanya untuk menunggu. Kurang cekatan nya karyawan di *customer service* sehingga membuat lamanya proses buka tabungan bagi calon nasabah bank. Secara tidak langsung berdampak juga pada nasabah yang ingin komplain atau konsultasi soal keuangan karena kurang cekatan nya karyawan *customer service*.

Maka solusi yang dapat diambil adalah usulan meningkatkan kinerja karyawan *customer service* dengan target tidak membuat pelayanan kepada nasabah menjadi lama dan juga bisa menunjukkan kepada nasabah kinerja perusahaan yang bagus.

2. Usulan Pemindahan counter ATM

Memperhatikan kenyamanan nasabah untuk bertransaksi melalui ATM sangatlah penting agar nasabah merasa nyaman oleh karena itu pemindahan counter ATM dari dalam bank ke luar bank sangatlah dibutuhkan sehingga memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi kapanpun tanpa harus mengikuti jam kerja Bank Riau Syariah Bangkinang. Sebagai usulan pemindahan ATM dari dalam bank ke luar bank sehingga memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan menggunakan ATM kapanpun.

3. Keterampilan karyawan melayani nasabah

Keterampilan karyawan dalam melayani nasabah merupakan point penting yang harus diperhatikan pihak Bank, karyawan yang terampil bisa membuat nasabah merasa puas dan merasa dipenuhi semua hak-haknya. Karyawan semacam itu haruslah dibina dan terus di terapkan di dalam Bank Riau Syariah Bangkinang. Untuk membangkitkan kinerja karyawan dalam melayani nasabah usulan bagi perusahaan yaitu Bank Riau Syariah Bangkinang memberikan penghargaan / *reward* karyawan terbaik agar semangat karyawan untuk melayani nasabah semakin baik dan bahkan selalu menjadi terdepan

4. Menambah *call center*

Keterbatasan nya *call center* mengakibatkan para nasabah harus menelpon kepada *front office* atau ke kantor pusat. Tidak adanya *call center* di Bank bisa mengakibatkan tidak efektifnya pelayanan yang

diberikan Bank, terutama ketidakjelasan nasabah untuk bertanya apabila tidak dalam hari kerja dan kinerja karyawan melayani nasabah. Usulan bagi Bank Riau Syariah Bangkinang yaitu harus melakukan penambahan *call center* untuk kantor cabang.

5. Kecakapan *front office*

Keterampilan karyawan dalam melayani nasabah merupakan point penting yang harus diperhatikan pihak Bank, karyawan yang terampil bisa membuat nasabah merasa puas dan merasa dipenuhi semua hak-haknya. Karyawan tidak pernah merasa sibuk menanggapi permintaan nasabah. Hal ini dikarenakan diadakan nya evaluasi 1 minggu sekali pada karyawan. Usulan bagi Bank Riau Syariah Bangkinang yaitu mengadakan pelatihan lanjutan sehingga karyawan di *front office* lebih baik lagi.

5.3.4 Rancangan Usulan Perbaikan Pelayanan

Rancangan usulan tindakan yang perlu dilakukan dalam perbaikan pelayanan Bank Riau Syariah diambil berdasar pada hasil dari matrik *House Of Quality* (HOQ), matrik *part deployment*, matrik perencanaan proses dan matrik perencanaan produksi yang semuanya termasuk dalam langkah pengembangan dengan metode *Quality Function Deployment* (QFD). Maka usulan tindakan yang dapat dilakukan perusahaan guna meningkatkan perbaikan kualitas layanannya yaitu :

1. Meningkatkan kinerja Karyawan *customer service*

Lamanya waktu tunggu nasabah ada kaitannya dengan kecepatan dan keterampilan karyawan dalam melayani, nasabah akan merasa senang apabila proses yang ada berjalan dengan cepat dan nasabah pun tidak membuang waktunya hanya untuk menunggu. Kurang cekatan nya karyawan yang ditempatkan di bagian *customer service* sehingga membuat lamanya proses buka tabungan bagi calon nasabah bank. Secara tidak langsung berdampak juga pada nasabah yang ingin komplain atau konsultasi soal keuangan karena kurang nya karyawan *customer service* pada Bank.

Maka solusi yang dapat diambil adalah usulan meningkatkan kinerja karyawan pada bagian *customer service* dengan target tidak membuat pelayanan kepada nasabah menjadi lama dan juga bisa menunjukkan kepada nasabah kinerja perusahaan yang bagus.

2. Pemindahan counter ATM

Memperhatikan kenyamanan nasabah untuk bertransaksi melalui ATM sangatlah penting agar nasabah merasa nyaman oleh karena itu pemindahan counter ATM dari dalam bank ke luar bank sangatlah dibutuhkan sehingga memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi kapanpun tanpa harus mengikuti jam kerja Bank Riau Syariah Bangkinang. Sebagai usulan melakukan pemindahan ATM dari dalam

bank ke luar bank sehingga memudahkan nasabah untuk melakukan transaksi dengan menggunakan ATM kapanpun.

3. Keterampilan karyawan melayani nasabah

Keterampilan karyawan dalam melayani nasabah merupakan point penting yang harus diperhatikan pihak Bank, karyawan yang terampil bisa membuat nasabah merasa puas dan merasa dipenuhi semua hak-haknya. Karyawan semacam itu haruslah dibina dan terus di terapkan di dalam Bank Riau Syariah Bangkinang. Untuk membangkitkan kinerja karyawan dalam melayani nasabah usulan bagi perusahaan yaitu Bank Riau Syariah Bangkinang memberikan penghargaan / *reward* karyawan terbaik agar semangat karyawan untuk melayani nasabah semakin baik dan bahkan selalu menjadi terdepan

4. Menambah *call center*

Keterbatasan nya *call center* mengakibatkan para nasabah harus menelpon kepada *front office* atau ke kantor pusat. Tidak adanya *call center* di Bank bisa mengakibatkan tidak efektifnya pelayanan yang diberikan Bank, terutama ketidak jelasan nasabah untuk bertanya apabila tidak dalam hari kerja dan kinerja karyawan melayani nasabah. Usulan bagi Bank Riau Syariah yaitu harus melakukan penambahan *call center* untuk kantor cabang.

5. Kecakapan *front office*

Keterampilan karyawan dalam melayani nasabah merupakan point penting yang harus diperhatikan pihak Bank, karyawan yang terampil

bisa membuat nasabah merasa puas dan merasa depenuhi semua hak-haknya. Karyawan tidak pernah merasa sibuk menanggapi permintaan nasabah. Hal ini dikarenakan diadakan nya evaluasi 1 minggu sekali pada karyawan. Usulan bagi Bank Riau Syariah Bangkinang yaitu mengadakan pelatihan lanjutan sehingga karyawan di *front office* lebih baik lagi.



BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dari perhitungan dan pembahasan diatas dan menjawab rumusan masalah yang ada adalah :

1. Tingkat kualitas pelayanan Bank Riau Syariah Bangkinang ditinjau dari persepsi nasabah yaitu karena pada setiap gap atribut nilai yang ada yaitu (-) atau minus, maka menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan dengan kepuasan atas pelayanan yang ada di Bank Riau Syariah Bangkinang. Secara keseluruhan pelayanan yang diberikan Bank Riau Syariah Bangkinang kepada nasabah belum memenuhi harapan nasabah, dibuktikan dengan adanya nilai Q pada tabel kualitas pelayanan setiap dimensi menunjukkan $Q < 1$. Hasil di tunjukkan pada table 5.1 Kualitas Pelayanan Tiap dimensi.
2. Tindakan yang harus dilakukan berdasarkan pada hasil *Quality Function Deployment* (QFD) yaitu:
 - a. Kecakapan karyawan *customer service*
 - b. Pemindahan counter ATM
 - c. Keterampilan karyawan melayani nasabah
 - d. Penambahan *call center*
 - e. Kecakapan karyawan *front office*

6.2 Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan hasil pengolahan data dari penelitian ini adalah pihak Bank Riau Syariah Bangkinang antara lain:

1. Meningkatkan kinerja karyawan *customer service* dengan target tidak membuat pelayanan kepada nasabah menjadi lama dan juga bisa menunjukkan kepada nasabah kinerja perusahaan yang bagus.
2. Melakukan pemindahan ATM dari dalam bank ke bagian luar bank sehingga memudahkan nasabah melakukan transaksi.
3. memberikan penghargaan / *reward* karyawan terbaik agar semangat karyawan untuk melayani nasabah semakin baik dan bahkan selalu menjadi terdepan.
4. Melakukan penambahan *call center* untuk kantor cabang.
5. Mengadakan pelatihan lanjutan sehingga karyawan di *front office* lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Cohen, Lou, (1995). *Quality Function Deployment: How to make QFD work for you, Addition Wesley Publising Company. New York.*
- Eka Wulansari, (2007). *analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan perusahaan daerah air minum* (Penelitian Kuantitatif Deskriptif pada Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Cabang Semarang Selatan). Skripsi, Tidak diterbitkan. Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Malang.
- Evans, J.R., and dean, Jr., (2003). *Total Quality: management, organization and strategy*, edisi ke-3. Thomson South-western.
- Fandy Tjiptono (2005). *pemasaran jasa*. Bayumedia. Malang.
- Farida Jasfar, (2005). *Manajemen Jasa: pendekatan terpadu*, Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra, Dadi Adriani, (2008), *Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Febtianto adi, (2005). *Analisis tentang kualitas pelayanan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya dengan metode servqual*. Skripsi, tidak diterbitkan. Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Gasperz, Vincent, (2001). *total quality management*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Gronroos, Christian (1990). *Management and Marketing: managing the Moment of Trust in Service Competition*. Lexington Bokks, Toronto.

- Imam Djati Widodo, (2003). Perencanaan dan Pengembangan Produk: *product, planning and design*, UII press. Jogjakarta.
- Kaebnick, H., L.E. farmer and S. Mozar, (1997). *Concurrent Product and Process Design*. Sydney: UNSW.
- Kotler, Philip, (2000). Marketing Management: *Analysis, Planning, Implimentation and Control*, edisis ke-12. Prentice-Hall, Englewood cliffs.
- Kuwait Finance House. *Internatioanal Journal of Islamic Financial Services*, Vol. 64, No. spring.
- Looy, B., Roland van Dierdonck and Paul (1998). Service Management: *an Integrated Approach*. Financial Times Pitman Publishing. London.
- M. Jihan Shofa, (2009). *desain strategi pemasaran program studi berdasarkan pada classification and regression trees dan qulaity function deployment*. Skripsi, tidak diterbitkan. Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Muliaman D Hadad, (2009). Sudah ketinggalan jauh dengan Singapura. www.Batavia.co.id, 21 Desember 2009.
- Munh. Djunaidi el al., (2006). penilaian kualitas jasa pelayanan lembaga bimbingan belajar primagama berdasarkan preferensi konsumen. *Jurnal Ilmiah teknik Industri*, UMS, Vol. 5, no. 1, hal 25-32, Agustus.
- Nursya'bani Purnama, (2006). Manajemen Kualitas: *perspektif global*, Penerbit EKONESIA. Jogjakarta.
- Outhman, Abdul Qowi and Owen, Lynn, (2001). The muliti dimensionality of carter model to measure customer service quakity (SQ) in Islamic Banking Isdustry: a

study in Kuwait Finance House, *International Journal of Islamic Financial Services*, Vol. 49 No. 4.

Prasesti Widtrisari Angelia, (2008). *Pengukuran kualitas pelayanan pada industri hospitality dengan integrasi metode servqual dan quality function deployment*. Skripsi, tidak diterbitkan. Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Putri Perwita Sari, (2006). *Aplikasi metode quality function Deployment dan competitive bechmarking untuk meningkatkan kualitas pelayanan konsumen pada rumah sakit*. Skripsi, tidak diterbitkan. Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Sri Hadiati dan Sarwi Ruci, (1999). analisis kinerja kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada telkomsel malang area. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol.1, No. 1, September 1999 : 56 – 64.

Zeithmal, V., Leonard L. Berry dan Parasuraman (1993). The nature and determinants of customers expectations of service. *Journal Academy of Marketing Science*, Vol. 21. No.1, 1-12.

LAMPIRAN

Uji validitas dan Relabilitas Data

Kepentingan Bank Riau Syariah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	93.9857	105.290	.302	.405	.875
x2	94.0714	102.328	.522	.615	.868
x3	93.7429	101.672	.560	.950	.867
x4	94.3143	108.103	.285	.426	.875
x5	94.1286	103.650	.446	.538	.870
x6	93.7286	101.650	.585	.713	.866
x7	93.9857	104.159	.426	.504	.871
x8	94.2571	106.426	.253	.467	.876
x9	94.0429	104.534	.393	.516	.872
x10	93.9286	106.154	.271	.504	.875
x11	93.6857	104.132	.475	.532	.869
x12	93.7000	100.938	.671	.721	.864
x13	93.8857	99.871	.611	.624	.865
x14	93.8143	104.008	.480	.594	.869
x15	93.7714	101.222	.579	.951	.866
x16	93.7143	103.801	.463	.622	.870
x17	94.4143	99.319	.608	.728	.865
x18	94.1286	104.983	.457	.626	.870
x19	94.3000	106.271	.251	.454	.876

x20	94.1571	105.873	.319	.475	.874
x21	93.7429	100.918	.632	.691	.865
x22	94.0714	103.719	.431	.550	.870
x23	93.8429	104.366	.451	.529	.870
x24	93.9000	106.352	.319	.602	.873

Kepuasan Bank Riau Syariah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	85.6857	89.088	.573	.604	.846
x2	85.6286	90.875	.424	.489	.851
x3	85.6143	92.066	.403	.478	.851
x4	85.8000	89.872	.516	.543	.848
x5	85.7286	89.041	.540	.631	.847
x6	85.3714	90.643	.408	.507	.851
x7	85.6000	90.359	.403	.459	.851
x8	85.8429	93.149	.299	.473	.854
x9	85.8286	87.188	.565	.658	.845
x10	85.9286	90.328	.416	.634	.851
x11	85.5571	89.642	.499	.729	.848
x12	85.2571	91.991	.293	.569	.855
x13	85.4714	86.195	.612	.697	.843
x14	85.5571	91.613	.401	.715	.851
x15	85.4000	89.664	.491	.637	.848
x16	85.5857	91.695	.306	.497	.855

x17	86.0286	89.159	.606	.591	.845
x18	85.9429	94.576	.289	.399	.857
x19	86.1857	91.951	.285	.426	.856
x20	86.0571	94.055	.364	.603	.857
x21	85.1000	92.004	.319	.542	.854
x22	85.2143	86.693	.602	.662	.844
x23	85.9000	93.888	.280	.347	.857
x24	85.5857	92.536	.332	.463	.853

Kepentingan Bank Muamalat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.952	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	90.1000	269.251	.697	.711	.949
x2	90.1143	269.059	.629	.718	.950
x3	90.0571	279.011	.404	.683	.952
x4	90.1857	275.603	.486	.684	.952
x5	89.8000	272.539	.633	.754	.950
x6	89.6000	271.171	.655	.769	.950
x7	89.6857	270.335	.732	.845	.949
x8	89.9714	267.593	.721	.846	.949
x9	90.0000	265.942	.782	.866	.948
x10	89.8286	275.825	.488	.604	.952
x11	89.8143	266.443	.774	.776	.948

x12	90.1571	265.873	.711	.771	.949
x13	90.1286	275.099	.622	.827	.950
x14	90.0000	274.754	.561	.821	.951
x15	89.9286	272.850	.595	.730	.950
x16	89.7857	274.316	.555	.726	.951
x17	90.3286	267.093	.772	.840	.948
x18	90.2571	267.440	.768	.802	.948
x19	89.9143	269.036	.764	.743	.948
x20	90.0286	266.231	.787	.770	.948
x21	90.0000	265.130	.819	.859	.948
x22	90.1571	269.873	.731	.831	.949
x23	89.9714	276.347	.518	.772	.951
x24	90.2143	269.475	.565	.810	.951

Kepuasan Bank Muamalat

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.894	24

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1	78.7286	123.360	.567	.733	.888
x2	78.6429	128.262	.299	.399	.894
x3	78.6429	123.595	.491	.541	.890
x4	78.7857	125.475	.381	.579	.892
x5	78.4000	119.751	.625	.786	.886
x6	78.1857	121.632	.592	.669	.887
x7	78.5286	121.934	.563	.738	.888
x8	78.6000	120.823	.588	.691	.887
x9	78.5429	118.889	.661	.617	.885

x10	78.4429	124.308	.415	.405	.891
x11	78.6143	122.878	.495	.733	.889
x12	78.7857	121.649	.478	.493	.890
x13	78.3857	123.922	.499	.659	.889
x14	78.3000	123.199	.466	.565	.890
x15	78.4571	123.730	.443	.549	.891
x16	78.6714	127.093	.281	.545	.895
x17	78.9429	123.678	.627	.765	.887
x18	78.9429	125.649	.370	.534	.892
x19	78.6714	122.514	.518	.611	.889
x20	78.7286	122.230	.552	.639	.888
x21	78.7286	122.519	.587	.685	.887
x22	78.5143	125.094	.426	.511	.891
x23	78.5714	127.379	.319	.638	.893
x24	78.8429	125.062	.364	.603	.893

