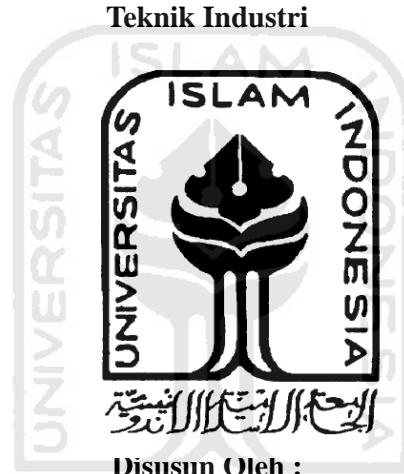


**INTEGRASI *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* DENGAN
ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS DALAM PENENTUAN
STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN**

(Studi Kasus PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bakti Wedi)

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata-1
Teknik Industri**



Disusun Oleh :

Nama : Fitri Ika Puspita

No. Mahasiswa : 07522020

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

2011

PENGAKUAN

Demi Allah, Saya akui karya ini adalah hasil karya saya sendiri kecuali nukilan dan ringkasan 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 saya terima untuk ditarik kembali oleh Universitas Islam Indonesia.



Yogyakarta, Desember 2011



Fitri Ika Puspita
Fitri Ika Puspita



BANK SBW

PT. BPR SHINTA BHAKTI WEDI

JL. RAYA WEDI - BAYAT KM. 1 WEDI, KLATEN 57461 - Telp. (0272) 333014, 333015 FAX. (0272) 323442

SURAT KETERANGAN
No : 058/D/SBW/SKP/10/11

Direktur PT. BPR SHINTA BHAKTI WEDI dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa sebagaimana tersebut di bawah ini :

Nama : Fitri Ika Puspita
NIM : 07522020
Universitas : Universitas Islam Indonesia
Fakultas/Prodi : Teknologi Industri/Teknik Industri

Telah melaksanakan penelitian di PT. BPR SHINTA BHAKTI WEDI dengan judul " Integrasi Quality Function Deployment dengan Analytical Hierarchy Process Dalam Penentuan Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi kasus pada PT. BPR SHINTA BHAKTI WEDI) " Pada bulan Agustus dan September 2011

Demikian Surat Keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya bagi yang berkepentingan.

PT. BPR SHINTA BHAKTI WEDI



LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

INTEGRASI *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* DENGAN *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* DALAM PENENTUAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN

(Studi Kasus PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bakti Wedi)



Yogyakarta, 30 Desember 2011

Dosen Pembimbing

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Ali Parkhan'.

Ali Parkhan, Ir., MT.

LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI

INTEGRASI *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* DENGAN *ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS* DALAM PENENTUAN STRATEGI PENINGKATAN KUALITAS PELAYANAN

(Studi Kasus PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bakti Wedi)

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh :

Nama : Fitri Ika Puspita

No. Mhs : 07522020

Telah dipertahankan di Depan Sidang Penguji Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia
Yogyakarta, 30 Desember 2011

Tim Penguji

Ali Parkhan, Ir., MT.

Ketua

Agus Mansur, ST., M.Eng.Sc.

Anggota I

Sri Indrawati, ST., M.Eng.

Anggota II

Mengetahui,

Ketua Jurusan Teknik Industri

Universitas Islam Indonesia



Des. H. M. Ibnu Mastur, MSIE

6/1/2012

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil'alamín

*Kupersembahkan Tugas Akhir ini untuk Kedua Orang Tuaku
tercinta, adikeku Ana Wahyuningsih, serta Wahyu Adi Wibowo yang
selalu memberikan semangat dan doa, sehingga Tugas Akhir ini
dapat terselesaikan*

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ وَإِذَا أَرَادَ اللَّهُ بِقَوْمٍ
سُوْءًا فَلَا مَرَدَّ لَهُ وَمَا لَهُمْ مِّن دُونِهِ مِن وَالٍ ﴿١١﴾

"Allah tidak akan merubah nasib suatu kaum apabila kaum itu tidak mau merubah nasibnya sendiri". (Qs. Ar Ra' d :11).

فَإِن مَّعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾ فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ ﴿٧﴾
وَإِلَىٰ رَبِّكَ فَارْغَب ﴿٨﴾

"Karena sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan. Sesungguhnya bersama kesulitan itu pasti ada kemudahan. Maka apabila kamu telah selesai (dari satu urusan), kerjakanlah dengan sungguh-sungguh (urusan) yang lain. dan hanya kepada Tuhanmulah hendaknya kamu berharap." (Q.S Al-Insyirah [94]: 5-8)

KATA PENGANTAR

Assalamua'laikum Wr. Wb.

Segala Puji bagi Allah atas segala rahmat dan nikmat serta anugerah yang telah diberikan kepada kita semua sehingga dapat bernafas dan beriman dalam Islam. Dengan segala rahmatNya pula Tugas Akhir dengan judul ***“Integrasi Quality Function Deployment dengan Analytical Hierarchy Process dalam Penentuan Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan”*** ini dapat terselesaikan.

Tugas Akhir ini diselesaikan sebagai syarat mendapatkan gelar Strata-1 Fakultas Teknologi Industri Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.

Kelancaran dalam mempersiapkan serta menyelesaikan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Bapak Gumbolo Hadi Susanto, Ir., M.Sc selaku Dekan Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Drs. Mohammad Ibnu Mastur, MSIE. selaku Ketua Jurusan Teknik Industri Universitas Islam Indonesia.
3. Bapak Ali Parkhan, Ir., MT. selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir.
4. Bapak M. Nugraha, SH. selaku Direktur PT. BPR Shinta Bhakti Wedi yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
5. Kedua orang tuaku Bapak Sunanto dan Ibu Sri Murtini yang selalu memberikan dorongan, doa, kasih sayang, nasehat-nasehat serta dukungan moral maupun materi.

6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir ini.

Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan dan senantiasa melimpahkan rahmat serta hidayahNya kepada semua pihak yang telah membantu dan terlibat dalam penyelesaian Tugas Akhir ini.

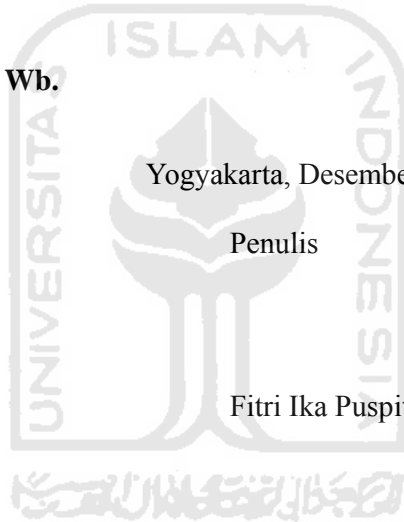
Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk menyempurnakan Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amin

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, Desember 2011

Penulis

Fitri Ika Puspita



ABSTRAK

PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi merupakan salah satu perusahaan jasa perbankan yang melayani masyarakat Kecamatan Wedi dan sekitarnya. Perusahaan ini terus berkembang dan selalu berusaha untuk menarik minat masyarakat dalam menggunakan jasa perbankan.

Dalam penelitian ini alat-alat analisis yang digunakan adalah Quality Function Deployment (QFD) yang dikombinasikan dengan Analytical Hierarchy Process (AHP). Quality Function Deployment bertujuan untuk mengetahui keadaan perusahaan dimata nasabah dan mencari tingkat kepuasan konsumen menggunakan layanan jasa perbankan. Sedangkan Analytical Hierarchy Process digunakan untuk mengetahui strategi apa yang akan diterapkan oleh perusahaan guna meningkatkan kepuasan konsumen.

Dalam penelitian ini, dilakukan penyebaran kuesioner yang didalamnya berisi 26 atribut kebutuhan konsumen PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi. Hasil dari kuesioner menunjukkan bahwa tingkat kepuasan nasabah masih belum terpenuhi, hal ini ditunjukkan dengan nilai gap yang negative. Faktor terpenting bagi nasabah adalah jaminan keamanan dalam bertransaksi dengan nilai importance rating sebesar 4,54. Sedangkan faktor yang memiliki kinerja terbaik juga jaminan keamanan dalam bertransaksi dengan nilai kinerja sebesar 4,24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jaminan keamanan dalam bertransaksi menjadi fokus utama dalam meningkatkan pelayanan konsumen dengan bobot prioritas sebesar 39,1% yang dilakukan dengan penambahan kamera cctv dan penambahan tenaga keamanan.

Kata kunci : kepentingan konsumen, kepuasan konsumen, Quality Function Deployment , Analytical Hierarchy Process

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN.....	ii
SURAT KETERANGAN PENELITIAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	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 LANDASAN TEORI.....	8

2.1 Jasa	8
2.1.1 Karakteristik Jasa	8
2.1.2 Perbankan di Indonesia	9
2.2 Kualitas	11
2.2.1 Kualitas Jasa	12
2.2.2 Dimensi Kualitas Jasa.....	12
2.2.3 Kepuasan Pelanggan.....	13
2.3 <i>Quality Function Deployment</i>	13
2.4 Tahapan Implementasi QFD	15
2.5 <i>Analytical Hierarchy Process</i>	24
2.5.1 Teori <i>Analytical Hierarchy Process</i>	24
2.5.2 Prinsip Pokok <i>Analytical Hierarchy Process</i>	25
2.6 Tipe Skala Pengukuran	30
2.7 Uji Kecukupan Data.....	31
2.8 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	32
2.9 Penentuan Sampel	36
2.10 <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	37
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Objek Penelitian.....	40
3.2 Data yang diperlukan.....	40
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	41

3.4 Metodologi Pengolahan Data.....	41
3.5 Metode Analisis Data	44
3.6 Flow chart Penelitian	45
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA.....	46
4.1 Pengumpulan Data.....	46
4.1.1 Sejarah Perusahaan	46
4.1.2 Visi Misi Perusahaan	48
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	49
4.1.4 Identifikasi Populasi	50
4.1.5 Atribut Penelitian	50
4.1.6 Penentuan Sampel.....	51
4.1.7 Nilai Target	53
4.1.8 Sales Point	54
4.2 Pengolahan Data	55
4.2.1 Uji Kecukupan Data	55
4.2.2 Uji Validasi Data	57
4.2.3 Uji Reabilitas Data.....	62
4.2.4 <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	63
4.2.5 <i>Analytical Hierarchy Process</i>	86
4.2.6 Importance Performance Analysis	91
BAB V PEMBAHASAN	95
5.1 Analisis Hasil Kuisioner	95
5.1.1 Uji Kecukupan Data	95
5.1.2 Pengujian Validitas	95
5.1.3 Pengujian Reliabilitas	95

5.2 Analisa <i>Quality Function Deployment (QFD)</i>	96
5.2.1 <i>Customer Requirement</i>	96
5.2.2 <i>Important Rating</i>	97
5.2.3 Analisis Tingkat Kinerja Perusahaan.....	98
5.2.4 Menterjemahkan Kebutuhan Pelanggan ke Kebutuhan Teknis..	100
5.2.5 Hubungan Antara Kebutuhan Pelanggan dan Kebutuhan Teknis.....	102
5.2.6 Nilai Kepentingan Absolut dan Nilai Kepentingan Relatif.....	104
5.2.7 <i>Gap Analysis</i>	105
5.3 <i>Analytical Hierarchy Process</i>	107
5.4 <i>Importance Performance Analysis</i>	110
5.5 Jendela Pelanggan.....	111
BAB VI PENUTUP.....	114
6.1 Kesimpulan.....	114
6.2 Saran.....	115
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Nilai Skala Banding Secara Berpasangan	27
Tabel 2.2 Tabel Nilai <i>Random Index</i>	29
Tabel 4.1 Tabel Jumlah populasi Masing-masing produk.....	50
Tabel 4.2 Tabel Atribut Pernyataan dalam kuisioner	50
Tabel 4.3 Tabel Jumlah Sampel	52
Tabel 4.4 Tabel Nilai Target.....	53
Tabel 4.5 Tabel Nilai Sales Point	54
Table 4.6 Tabel Nilai Sales Point perusahaan.....	54
Tabel 4.7 Tabel Uji Validasi Skala Kepentingan Nasabah.....	59
Tabel 4.8 Tabel Uji Validasi Skala Kepuasan Nasabah.....	60
Tabel 4.9 Tabel Kebutuhan Pelanggan.....	64
Tabel 4.10 Tabel Importance Rating	66
Tabel 4.11 Tabel Kinerja Perusahaan	68
Tabel 4.12 Tabel Nilai Rasio Perbaikan.....	69
Tabel 4.13 Tabel Hasil Perhitungan Bobot Atribut Jasa	71
Tabel 4.14 Tabel Normalisasi Bobot Atribut Jasa.....	72
Tabel 4.15 Tabel Parameter Teknik.....	74
Tabel 4.16 Tabel Nilai Kepentingan Absolut dan Kepentingan Relatif.....	78
Tabel 4.17 Tabel Target Kebutuhan Teknis.....	81
Tabel 4.18 Tabel Perhitungan <i>Gap</i>	84
Tabel 4.19 Tabel Hasil Perhitungan <i>Geometric Mean</i>	88
Table 4.20 Tabel Matrik Perbandingan Antar Kriteria.....	89
Tabel 4.21 Tabel Matrik Perbandingan yang Dinormalisasi.....	90
Tabel 4.22 Tabel Nilai Perbandingan	91

Tabel 4.23 Tabel Nilai Rata-Rata Kinerja dan Kepentingan.....92



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Empat Fase Model QFD	15
Gambar 2.2 <i>House Of Quality</i>	16
Gambar 2.3 Matrik <i>Part Deployment</i>	23
Gambar 2.4 <i>Quadrant Analysis</i>	38
Gambar 3.1 Flow Chart Penelitian.....	45
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Perusahaan	49
Gambar 4.2 Hierarki Permasalahan	86
Gambar 5.1 Diagram Importance Performance Analysis	110



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan perekonomian dewasa ini menyebabkan persaingan bisnis yang sangat tajam, baik di sektor manufaktur maupun pada sektor jasa. Perbankan merupakan salah satu industri jasa yang mengalami kemajuan yang sangat pesat, ditandai dengan munculnya bank-bank baru di tengah masyarakat. Banyaknya bank yang lahir di tengah masyarakat menyebabkan persaingan yang sangat tajam antar industri bank.

Kualitas merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap perkembangan suatu perusahaan baik industri manufaktur maupun perusahaan jasa. Pada perusahaan jasa seperti bank, kualitas pelayanan terhadap konsumen merupakan faktor utama penentu keberhasilan suatu perusahaan jasa. Persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut sebuah lembaga penyedia jasa/layanan untuk selalu memanjakan konsumen/pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya (Assauri, 2003).

Peningkatan kualitas merupakan salah satu strategi bisnis yang ditekankan pada pemenuhan keinginan konsumen. Di sisi lain, kinerja perusahaan dan kepuasan konsumen merupakan satu kesatuan yang sulit untuk dipisahkan.

Kinerja berpengaruh langsung terhadap kepuasan konsumen. Oleh karena itu, suatu unit bisnis diharapkan dapat meningkatkan kinerjanya, dimulai dengan mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen.

Penelitian mengenai peningkatan kualitas telah dilakukan oleh beberapa peneliti, baik pada industri jasa maupun industri manufaktur. Dalam industri manufaktur, Jono pada tahun 2008 melakukan penelitian mengenai peningkatan kualitas pada industri batik Nambangan Madiun. Jono melakukan penelitian untuk meningkatkan kualitas produk batik, sedangkan penulis melakukan penelitian untuk meningkatkan kualitas pelayanan, maka terdapat perbedaan lokasi penelitian, obyek penelitian serta variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian.

Masih dalam bidang manufaktur, Harwina et all pada tahun 2007 melakukan penelitian untuk meningkatkan kualitas kinerja karyawan PT. ECCO menggunakan metode QFD. Dalam penelitiannya, Harwina melakukan penelitian pada industri manufaktur, sehingga terdapat perbedaan lokasi penelitian serta obyek penelitian. Tujuan penggunaan *Quality Function Deployment* dalam penelitian Harwina dan penelitian ini hampir sama, yaitu untuk meningkatkan kualitas kinerja karyawan, tetapi dengan latar belakang jenis industri yang berbeda, maka variabel-variabel yang digunakan dalam kedua penelitian ini akan berbeda.

Dalam bidang jasa, Djunaidi dkk pada tahun 2006 menggunakan *Quality Function Deployment* untuk mengetahui tingkat kualitas pelayanan pada Lembaga Bimbingan Belajar. Tujuan penggunaan *Quality Function Deployment* yaitu untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan. Bidang industri yang digunakan oleh Djunaidi sama dengan penelitian ini, namun bergerak dalam jenis pelayanan yang berbeda, maka variabel-variabel yang digunakan juga berbeda.

Analytical Hierarchy Process sebagai suatu alat bantu dalam pengambilan keputusan digunakan oleh Rahardjo, dkk pada tahun 2000 untuk menentukan kriteria

yang paling kritis dalam pemilihan strategi perawatan. Terdapat perbedaan lokasi antara penelitian yang dilakukan oleh Rahardjo dengan peneliti ini.

Penelitian lain menggunakan metode AHP juga dilakukan oleh Nurmianto, dkk pada tahun 2004 dengan mengkombinasikan metode tersebut bersama metode SWOT. Hasil yang diperoleh adalah prioritas kriteria yang dibutuhkan dalam menyusun dan merumuskan strategi kemitraan antara PT INKA dan industri kecil binaan serta model yang dipilih dalam pengembangan bisnis PT. INKA. Dalam penelitiannya, Nurmianto mengkombinasikan metode AHP dengan SWOT, sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode QFD dan AHP. Penelitian mengenai *Quality Function Deployment* dan *Analytical Hierarchy Process* pernah dilakukan oleh Felice dkk pada tahun 2010 untuk mengetahui kebutuhan konsumen pada perusahaan keramik di Italy. Felice dkk melakukan penelitian pada industri manufaktur, sedangkan penelitian ini mengambil tempat di bidang industri jasa, sehingga terdapat perbedaan variabel-variabel yang digunakan untuk mengkombinasikan *Quality Function Deployment* dan *Analytical Hierarchy Process*.

PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi merupakan sebuah lembaga jasa keuangan yang terletak di Wedi. PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta

Bhakti Wedi berdiri sejak tanggal 19 Juni 1993 melayani konsumen di daerah Wedi dan sekitarnya. Seiring dengan semakin terbukanya peluang untuk mendirikan lembaga keuangan, maka semakin hari semakin banyak lembaga keuangan sejenis yang beroperasi di daerah Wedi. Guna memaksimalkan kinerja perusahaan dalam rangka memenangkan persaingan dengan lembaga keuangan sejenis yang beroperasi di wilayah Wedi, maka diperlukan suatu upaya untuk mencapai tujuan tersebut. Upaya

tersebut dimulai dengan evaluasi terhadap kualitas pelayanan pelanggan. Bagian pelayanan pelanggan yang dipilih karena pelanggan merupakan pondasi atau titik awal dalam kegiatan operasional perusahaan. Kualitas pelayanan dapat di evaluasi dengan beberapa metode, salah satunya adalah *Quality Function Deployment* yang akan membantu dalam melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan pelanggan PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi serta menganalisis harapan dan keinginan konsumen yang sebaiknya dilakukan oleh Bank tersebut. Berdasarkan latar belakang diatas, maka akan dilakukan penelitian dengan judul ‘Integrasi *Quality Function Deployment* dengan *Analytical Hierarchy Process* Dalam Penentuan Strategi Peningkatan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bakti Wedi)’.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas maka dapat diidentifikasi permasalahan yang dihadapi adalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi sudah dapat memenuhi keinginan konsumen?
2. Faktor apakah yang sangat penting bagi nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi dan faktor apakah yang memiliki kinerja paling tinggi?
3. Strategi apakah yang akan diterapkan perusahaan untuk memenuhi keinginan konsumen berdasarkan metode AHP?

1.3 Batasan Penelitian

Agar penelitian yang dilakukan lebih terfokus, maka diperlukan batasan masalah antara lain :

1. Penelitian dilaksanakan di PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi.
2. Objek yang diteliti adalah nasabah kredit, nasabah tabungan serta nasabah deposit.
3. Konsumen yang dipilih sebagai responden adalah konsumen divisi yang secara kontinyu mengisi kuisisioner yang diberikan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan diadakannya penelitian ini antara lain :

1. Mengetahui kualitas pelayanan PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi berkaitan dengan pemenuhan keinginan kosumen.
2. Mengetahui faktor yang sangat penting bagi nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi dan mengetahui kinerja terbaik dari perusahaan.
3. Menentukan strategi yang akan diterapkan untuk memenuhi keinginan konsumen berdasarkan metode *Analytical Hierarchy Process*.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan.

Melakukan evaluasi terhadap kinerja karyawan terhadap nasabah, serta menetapkan strategi-strategi yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bakti Wedi.

2. Bagi peneliti.

Meningkatkan pengetahuan mengenai kualitas pelayanan pelanggan dalam industri jasa khususnya menggunakan metode QFD dan AHP.

3. Sebagai referensi bagi peneliti-peneliti lain di masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penelitian

Agar penulisan Tugas Akhir ini lebih terstruktur, maka untuk selanjutnya sistematika penulisan ini disusun sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, batasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

Berisi kajian literatur yang digunakan, baik dari buku, jurnal, laporan penelitian lainnya serta artikel-artikel yang mendukung tema penelitian ini.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang tempat penelitian, waktu penelitian, metode-metode yang digunakan, serta diagram alir penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisi data-data yang diambil dalam penelitian, serta pengolahannya sesuai dengan metode yang dijelaskan pada Bab III.

BAB V PEMBAHASAN

Berisi analisa hasil yang diperoleh dalam penelitian yang terangkum pada Bab IV.

BAB VI PENUTUP

Berisi kesimpulan penelitian dan saran penulis terhadap hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Jasa

Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tidak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu dan proses produksinya mungkin tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik (Philip Kotler :1995). Jasa/pelayanan merupakan suatu penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengkonsumsi jasa tersebut. Dalam strategi pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa akan sangat bergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja yang ditawarkan oleh pihak produsen (J. Supranto, 1997: 227).

2.1.1 Karakteristik Jasa

Jasa memiliki empat karakteristik utama yaitu sebagai berikut (Kotler, 1994) :

1. *Intangible* (tidak berwujud)

Suatu jasa mempunyai sifat yang tidak berwujud, tidak dapat dinikmati serta dirasakan sebelum dibeli oleh konsumen.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Pada umumnya jasa yang dihasilkan dan dirasakan pada saat bersamaan dan apabila dikehendaki oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

3. *Variability* (bervariasi)

Jasa senantiasa mengalami perubahan , tergantung dari siapa penyedia dan penerima jasa serta kondisi dimana jasa tersebut diberikan.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Daya tahan suatu jasa tergantung dari situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

2.1.2 Perbankan di Indonesia

Pulihnya ekonomi global yang ditunjukkan oleh mulai membaiknya ekonomi AS dan Jepang serta terus menguatnya ekonomi negara-negara *emerging market* seperti China dan India, akan berdampak pada terus membaiknya perekonomian Indonesia. Kinerja ekspor impor diperkirakan akan terus meningkat sejalan dengan peningkatan permintaan global. Konsumsi rumah tangga akan meningkat seiring dengan membaiknya daya beli masyarakat dan tetap menjadi motor pertumbuhan ekonomi. Kegiatan investasi akan meningkat terutama di sektor infrastruktur (Basar, 2009).

Perkembangan perbankan sepanjang tahun 2009 menunjukkan adanya *recovery* setelah krisis global yang berlangsung pada medio 2008. Hal tersebut tercermin dengan adanya pertumbuhan aset, kredit dan dana pihak ketiga (DPK)

perbankan pada periode Juni hingga Desember 2009 yang relatif lebih tinggi dibanding semester pertama 2009 (Basar, 2009).

Pada 2010 perbankan Indonesia diharapkan dapat kembali meningkatkan perannya sebagai lembaga intermediasi secara optimal dengan momentum *recovery* dari krisis finansial. Banyak kalangan, khususnya kalangan dunia usaha dan pemerintah mengharapkan kontribusi perbankan yang lebih besar dalam menggerakkan perekonomian. Sepanjang tahun 2009, banyak kalangan menilai perbankan kurang optimal dalam menjalankan fungsi intermediasi, hal tersebut berdasarkan penilaian dari berbagai pihak bahwa perbankan menerapkan strategi suku bunga yang tinggi untuk dapat mempertahankan tingkat keuntungan. Sebelum menaruh ekspektasi yang tinggi terhadap sektor perbankan, ada baiknya kita melihat kondisi perbankan di tahun 2009 dan ekspektasi perbaikan perekonomian di tahun 2010 (Basar, 2009).

Pembiayaan di sektor UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) masih menjadi konsentrasi perbankan. Diperkirakan kredit ke sektor ini terus meningkat seiring dengan masih besarnya pasar yang belum digarap. Tingginya Nett Interest Margin (NIM) beberapa bank yang telah lama berkecimpung dalam sektor ini, membuat bank lain mencoba untuk masuk dan bermain di UMKM. Selain itu rendahnya NPL sektor UMKM (2009 1,7%, dibandingkan dengan total NPL perbankan sebesar 3,3%) membuatnya semakin menarik bagi perbankan (Basar, 2009).

Persaingan perbankan khususnya dalam penyaluran kredit semakin ketat, karena tekanan terutama dari pemerintah dan BI terkait dengan belum

bergeraknya sektor riil, mendorong terjadinya penurunan suku bunga kredit yang menyebabkan pendapatan perbankan akan turun. Pendapatan perbankan yang diperkirakan turun memaksa perbankan untuk meningkatkan dana murah dengan cara meningkatkan sistem layanan perbankan berbasis teknologi. Sistem tersebut terbukti memberikan manfaat selain untuk memuaskan nasabah, juga mengkonsolidasikan data secara cepat dan tepat, memperbesar perolehan *fee based oncome* (FBI), dan mengurangi dan mencegah *fraud* yang juga berujung pada peningkatan efisiensi perbankan (Basar, 2009).

2.2 Kualitas

Kualitas dapat diartikan sebagai keseluruhan sifat dan karakteristik sebuah produk atau pelayanan yang berhubungan dengan kemampuannya untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan (*American Society for Quality Control* dalam Kotler dan Armstrong, 1994). Kualitas atau mutu merupakan keadaan dinamik yang diasosiasikan dengan produk, jasa, orang, proses, dan lingkungan yang mencapai atau melebihi harapan (Coulter, K. S., & Coulter, R. A. 2002). Menurut Armistead dan Clark pada tahun 1996 mendefinisikan mutu atau kualitas sebagai kesesuaian kepentingan dengan harapan pelanggan atau keseluruhan bentuk dan karakteristik produk atau jasa yang menunjang kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang dijanjikan. Untuk menjaga citra perusahaan dan memuaskan para pelanggannya, perusahaan sebaiknya menjaga kualitas pelayanan kepada pelanggannya.

2.2.1 Kualitas Jasa

Jenis kualitas yang digunakan untuk menilai kualitas jasa adalah (Kurniawan, 2011) :

1. Kualitas teknik (*outcome*), yaitu kualitas hasil kerja penyampaian jasa itu sendiri.
2. Kualitas pelayanan (*process*), yaitu kualitas cara penyampaian jasa tersebut.

2.2.2 Dimensi Kualitas Jasa

Dimensi kualitas jasa menurut Tjiptono tahun 2003 (dalam Prasesti) adalah sebagai berikut :

1. Bukti langsung (*tangible*) : yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, serta sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*) : yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan yang telah dijanjikan sebelumnya dengan segera dan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*) : yaitu keinginan para staf untuk membantu serta memberikan pelayanan kepada para pelanggan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*) : meliputi kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf , bebas dari bahaya, resiko atau keraguan.
5. Empati (*emphaty*) : meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik serta memahami kebutuhan para pelanggan.

2.2.3 Kepuasan Pelanggan

Definisi dari kepuasan pelanggan antara lain sebagai berikut :

1. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan merupakan suatu variabel gabungan yang terdiri dari sebuah kompilasi yang diperhitungkan atau sebuah perkiraan dari berbagai faktor yang berbeda yang terlibat dalam hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya (James G.Barnes : 2003).
2. Menurut Kotler (1997) kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli, bila kinerja produk lebih rendah daripada harapan pelanggan maka pembeli tidak puas, bila prestasi sesuai atau melebihi harapan maka pembeli akan merasa puas.

2.3 *Quality Function Deployment*

Konsep dasar QFD pertama kali diperkenalkan oleh Yoki Akao, Professor of Management Engineering dari Tagawa University yang dikembangkan pada tahun 1972 oleh perusahaan Mitsubishi, dan berkembang dengan berbagai macam cara oleh Toyota dan perusahaan lainnya. Konsep dasar QFD adalah suatu cara pendekatan untuk mendesain produk agar dapat memenuhi keinginan konsumen. Menurut Cohen (1995), QFD merupakan suatu metode perencanaan produk yang berstruktur dan juga merupakan suatu metoda pengembangan yang memungkinkan tim pengembang suatu perusahaan untuk menjelaskan spesifikasi kebutuhan dan keinginan pelanggan sehingga pelanggan dapat mengevaluasi kelebihan dan kekurangan dari setiap produk atau jasa yang ditawarkan. QFD adalah metodologi terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan

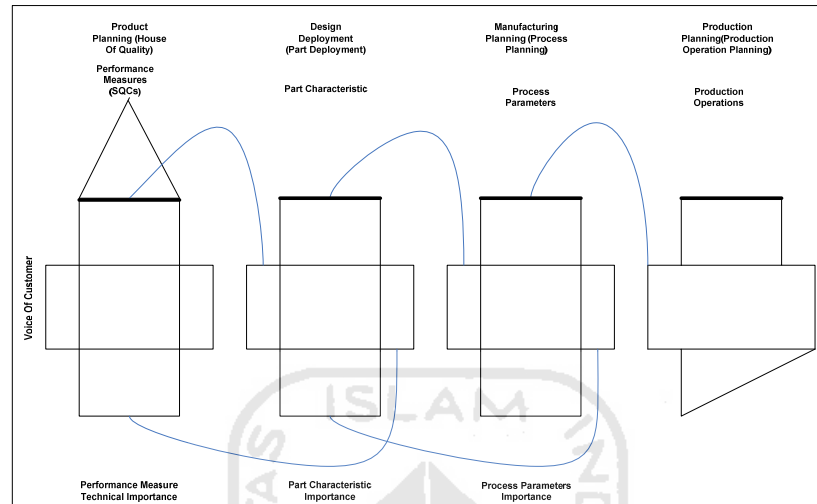
pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengevaluasi secara sistematis kapabilitas suatu produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Cohen, 1995).

Penggunaan QFD dalam proses perancangan produk akan membantu manajemen dalam memperoleh keunggulan kompetitif melalui proses penciptaan karakteristik dan atribut kualitas produk atau jasa yang mampu meningkatkan kepuasan konsumen. Disamping itu, penerapan metodologi QFD juga mampu menjamin bahwa informasi mengenai kebutuhan konsumen yang diperoleh pada tahap awal proses perencanaan diterapkan pada seluruh tahapan siklus produk, mulai tahap konsep desain, perencanaan komponen, perencanaan proses produksi, hingga produk sampai ke tangan konsumen.

Tujuan dasar QFD adalah untuk mendorong para pengembang produk dengan metoda sistematis untuk menyebarkan suara pelanggan (*voice of customer*) ke dalam desain produk, sehingga pengusaha mampu mengevaluasi respon potensial dalam menghadapi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang universal. Hal ini penting karena hampir semua organisasi (bisnis) menghadapi persaingan. Misal dengan adanya perubahan harga, pengenalan produk baru, ataupun melakukan inovasi produk dari produk yang telah ada. Beberapa manfaat yang diperoleh dan penerapan QFD antara lain : meningkatkan keandalan produk, meningkatkan kualitas produk, meningkatkan kepuasan konsumen, memperpendek *time to market*, mereduksi biaya perancangan, meningkatkan komunikasi, meningkatkan produktivitas dan meningkatkan keuntungan perusahaan.

2.4 Tahapan Implementasi QFD

Metode QFD menurut Cohen (1995) memiliki beberapa tahap perencanaan dan pengembangan yang disebut empat fase model QFD .

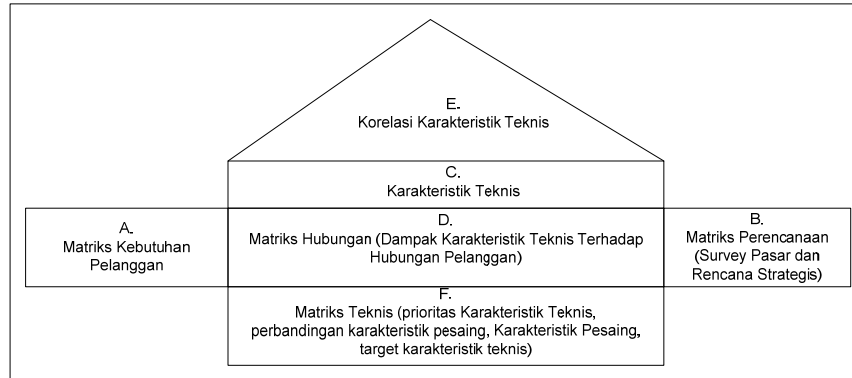


Gambar 2.1 Empat Fase Model QFD

Tahap perencanaan dan pengembangan fase model QFD dapat disebut juga matriks. Adapun matriks perencanaan dan pengembangan QFD adalah sebagai berikut:

a. Matrik Perencanaan Produk (*House of Quality*)

Matrik ini menjelaskan tentang Rumah Kualitas (HOQ), dimana iterasi 1 mengkombinasikan *voice of customer* atau kebutuhan pelanggan dengan karakteristik teknis yang dibuat tim pengembang untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pengolahan QFD menggunakan bagan *house of quality* seperti di bawah ini :



Gambar 2.2 Rumah Kualitas Atau House Of Quality (HOQ)

1. Bagian A : matrik kebutuhan pelanggan/ *customer needs and benefits*.

Matriks ini berisi daftar kebutuhan pelanggan secara terstruktur yang langsung diterjemahkan dari kata-kata pelanggan, sering disebut juga *voice of customers*. Langkah-langkah mendapatkan *voice of customers*:

- a) Mendapatkan suara pelanggan melalui wawancara, kuisioner terbuka, komplain pelanggan.
- b) Sortir *Voice of Customer* ke dalam beberapa kategori (*need/benefit*, dimensi kualitas, dll)
- c) Masukkan ke dalam matriks kebutuhan pelanggan.

2. Bagian B : matrik perencanaan/ *planning matrix*.

Menurut Cohen,1995 menjelaskan bahwa matriks Perencanaan merupakan alat yang dapat membantu tim pengembangan untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan. Matrik ini mencatat seberapa penting masing-masing kebutuhan atau keuntungan dari produk atau jasa yang ditawarkan kepada pelanggan berdasarkan interpretasi tim pengembang dan data hasil penelitian. Kondisi ini mempengaruhi keseimbangan antara prioritas

perusahaan dan prioritas pelanggan. Adapun bagian- bagian dari Matriks Perencanaan adalah sebagai berikut:

- a) Tingkat kepentingan pelanggan (*Important to Customer*). Kolom tingkat kepentingan pelanggan merupakan tempat dimana hasil pengambilan data mengenai seberapa penting yang suatu atribut kebutuhan.
- b) Tingkat kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Performance*), tingkat kepuasan pelanggan merupakan persepsi pelanggan mengenai seberapa baik suatu produk atau layanan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.
- c) Tingkat kepuasan pelanggan pesaing (*Competitive Satisfaction Performance*), tingkat kepuasan pelanggan merupakan persepsi pelanggan mengenai seberapa baik suatu produk atau layanan kompetitor dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.
- d) *Goal, goal* merupakan target kepuasan pelanggan yang ingin dicapai oleh perusahaan berdasarkan kondisi tingkat kepuasan sebenarnya. Penentuan *Goal* kepuasan pelanggan dalam matriks perencanaan memberikan efek yang besar dalam prioritas sepanjang proyek pengembangan.
- e) *Improvement ratio*, kombinasi dari *Customer Satisfaction Performance* dan *Goal* menghasilkan sebuah nilai yang disebut *Improvement ratio*. *Improvement ratio* merupakan perkalian faktor

Goal dan tingkat kepuasan pelanggan (*Customer Satisfaction Performance*).

- f) *Sales point*, *sales point* adalah daya jual yang dimiliki oleh sebuah produk berdasarkan seberapa baik kebutuhan pelanggan terpenuhi. *Sales point* mempunyai nilai dari salah satu diantara tiga nilai berikut: 1.0,

1.2, dan 1.5. Arti dari ketiga nilai tersebut adalah sebagai berikut :

1 = Atribut tidak memiliki daya jual (daya jual rendah)

1.2 = Atribut memiliki daya jual sedang

1.5 = Atribut memiliki daya jual tinggi

- g) *Raw weight*, kolom *Raw weight* berisi nilai dari data dan keputusan yang diambil dari kolom-kolom bagian matriks perencanaan sebelumnya. Nilai *raw weight* adalah sebagai berikut: $\text{Raw weight} = (\text{important to customer}) \times (\text{improvement ratio}) \times (\text{sales point})$.
- h) *Normalized raw weight*, *normalized raw weight* merupakan presentase nilai *raw weigh* dari masing-masing atribut kebutuhan.
- i) *Cumulative normalized raw weight*

3. Bagian C : matrik karakteristik teknis/ *substitute quality characteristics*.

Matriks ini memuat karakteristik teknis yang merupakan bagian dimana perusahaan melakukan penerapan metode yang mungkin untuk direalisasikan dalam usaha memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Dalam *technical response*, perusahaan mentranslasikan kebutuhan konsumen menjadi *substitute quality characteristics*. Perlu ditentukan arah peningkatan atau target terbaik yang dapat dicapai, yaitu:

1. ↑ semakin besar nilainya, semakin baik
2. ↓ semakin kecil nilainya, semakin baik
3. O nilai target yang ditentukan adalah yang terbaik
4. Bagian D : matrik hubungan/ *relationship*. Matriks ini menentukan hubungan antara VOC dengan SQC dan kemudian menerjemahkannya menjadi suatu nilai yang menyatakan kekuatan hubungan tersebut (*impact*). Dari hubungan ini ada 4 kemungkinan yang terjadi, yaitu :

1. Tidak berhubungan (nilai=0)
2. Sedikit hubungan = Δ (nilai=1)
3. Hubungan biasa = O (nilai=3)
4. Sangat berhubungan = (nilai 5,7,9 atau 10 tergantung pemilihan tim perancang).
5. Bagian E : matrik korelasi karakteristik teknis/*technical correlation*. Matriks ini menggambarkan peta saling ketergantungan (*independancy*) dan saling berhubungan (*interrelationship*) antara SQC.

Ada 5 tingkat pengaruh teknis pada bagian ini, yaitu :

1. $\sqrt{\sqrt{\quad}}$ pengaruh positif kuat
2. $\sqrt{\quad}$ pengaruh positif sedang
3. tidak ada hubungan
4. X pengaruh negative sedang
5. XX pengaruh negative kuat
6. Bagian F : matrik ini berisi tiga jenis informasi, yaitu :
 - a) Kontribusi karakteristik teknis kepada performansi produk atau jasa secara keseluruhan. Kontribusi ini didapat dengan mengurutkan peringkat karakteristik teknis, berdasarkan bobot kepentingan dan

kebutuhan pelanggan pada bagian B serta hubungan antara karakteristik teknis dan kebutuhan pelanggan pada bagian D.

- b) *Technical benchmark* yang menguraikan informasi pengetahuan mengenai keunggulan karakteristik pesaing. Dilakukan dengan membandingkan masing-masing SQC.
- c) Target untuk SQC diekspresikan sebagai ukuran performansi fungsi dari SQC, yang selanjutnya akan menjadi target aktivitas pengembangan.

b. Langkah-Langkah Pembuatan House of Quality

Widodo (2003) meringkaskan aturan pembuatan HOQ sebagai berikut :

1. Identifikasi konsumen atau user atau pemakai, permulaan QFD adalah dengan menggariskan apa yang akan diselesaikan pada produk berdasarkan kehendak konsumen.
2. Menentukan *Customer needs*-nya (WHATs), *customer need* sering juga disebut dengan *voice of the customer*. Item ini mengandung hal-hal yang dibutuhkan oleh konsumen dan masih bersifat umum, sehingga sulit untuk langsung diimplementasikan. *Customer need* dapat dilakukan dengan melalui penelitian terhadap keinginan konsumen.
3. Menentukan *importance rating*, merupakan tingkat kepentingan dari *voice of customer* dan hasil perhitungan kuisioner yang disebarkan kepada pelanggan. Perhitungan kuisioner atau pernyataan kuisioner ini

bisa dilakukan dengan berbagai cara baik dengan menggunakan skala likert ataupun menggunakan matrik *pyramid comparison*.

4. Analisa tentang *customer competitive evaluation*, analisa ini dibuat berdasarkan pengumpulan data yang diperoleh dari konsumen tentang penyebaran produk di pasar dibandingkan dengan pesaing produk sejenis dan segmen pasar yang sama.
5. Menentukan *teknikal requirements* (HOWs), *teknikal requirements* merupakan pengembangan dari *customer need* atau merupakan terjemahan kebutuhan konsumen dalam bentuk teknis agar sebuah produk dapat dibentuk secara langsung.
6. Menentukan *relationship*, agar diperoleh nilai secara kumulatif maka antara *what* dan *how* merupakan langkah selanjutnya untuk menemukan nilai bobot.
Menggambarkan hubungan menggunakan simbol-simbol, simbol-simbol yang pada umumnya digunakan dalam penjelasan hubungan tersebut, antara lain :

⊙ : menggambarkan hubungan yang kuat dengan nilai bobot 9 atau 5.

○ : menggambarkan hubungan yang sedang dengan bobot 3.

△ : menggambarkan hubungan yang lemah dengan bobot 1.

7. Membuat matrik korelasi, matrik korelasi terletak di atas matrik *House of Quality* yang merupakan atap dan sebagian penentu dari struktur hubungan di setiap item *How*.
8. Menentukan bobot, bobot ditentukan dari hubungan korelasi antara *customer requiremen* dan *technical requirement* yang ditentukan dari jenis hubungan yang berlangsung. Hubungan ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$BK_j = IR_i (B_{ti} \times Hij) \dots\dots\dots(1)$$

dimana:

B_{kj} = Bobot kolom untuk kolom j.

IR_i = Importance rating untuk keinginan konsumen.

Hij = Nilai hubungan untuk keinginan konsumen (i) dengan keinginan teknik (j), nilai hubungan tersebut dapat berupa simbol hubungan kuat, sedang dan lemah.

9. Menentukan aksi terhadap pengembangan produk baru, aksi terhadap pengembangan produk baru ditentukan melalui strategi analisa dalam *House of Quality*.

c. Matriks Perencanaan Part (*Part Of Deployment*)

Matrik *part deployment* biasa juga disebut sebagai rumah kedua. Tahapan ini adalah kelanjutan dari tahapan *house of quality* dimana pada tahap ini kebutuhan teknis yang dipilih untuk dikembangkan ditransformasikan pada rancangan konsep yang dibuat dengan part kritis(*critical part*). Dalam penentuan part kritis, perlu dibuat analisa

konsep terlebih dahulu. Adapun kriteria-kriteria dalam analisis konsep yang merupakan rumusan rincian kebutuhan pokok dari produk yaitu :

1. Kebutuhan konsumen dari QFD, berdasarkan HOQ maka ditentukan faktor teknik yang memungkinkan untuk diperbaiki.
2. Kebutuhan dari *system manufacturing*.
3. Kebutuhan akan karakteristik umum produk yang dibutuhkan oleh konsumen.

Gambar 2.3 Matrik Part Deployment

Matrik *part deployment* dalam gambar 3 berisi tentang kebutuhan teknik dan target dari part kritis yang didapat dari *fault tree analysis* yang dikembangkan. Untuk *part specification* berisi spesifikasi dari part yang akan dikembangkan yang berasal dari *Technical Requirement* yang dipilih di rumah pertama. Sedangkan *column weights* (berat kolom) merupakan perkalian antara *importance rating* dengan hubungan antara *technical requirement* dan *critical part requirement* yang jika hubungannya kuat bernilai 9, jika sedang 3, dan jika lemah adalah 1. *Fault tree analysis* merupakan salah satu cara dalam

menentukan *critical part* yaitu dengan menganalisa elemen-elemen yang diperkirakan sebagai penyebab terjadinya ketidaksesuaian target dengan *technical requirement*.

d. Matriks Perencanaan Proses (*Process Planning*)

Tahapan berikutnya setelah tahapan pembuatan matrik *part deployment* adalah membuat matrik proses atau disebut dengan rumah ketiga. Tahap ini merupakan tahap terakhir untuk mengetahui tindakan yang perlu diambil untuk perbaikan performansi perancangan produk. Sebelum menentukan matrik proses, harus diperhatikan tahap-tahap proses yang dilalui bahan baku sampai menjadi produk jadi dan siap dipasarkan. Dalam *process planning* digunakan simbol-simbol dasar seperti :

1. Operation (operasi) : ○
2. Inspection (pemeriksaan) : □
3. Storage (penyimpanan) : △
4. Transportasi : ↓

e. Matriks Perencanaan Produksi (*Production Planning*)

Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dari metode *Quality Function Deployment*. Pada tahapan ini dapat diketahui tindakan yang perlu diambil dalam perbaikan kualitas produk.

2.5 Analytical Hierarchy Process (AHP)

2.5.1 Teori Analytical Hierarchy Process (AHP)

Metode *Analytical Hierarchy Process* (AHP) ini mulai dikembangkan oleh Thomas Lorie Saaty, seorang matematikawan di Universitas Pittsburg, Amerika

Serikat pada awal tahun 1970-an. AHP merupakan pendekatan yang tepat dalam pengambilan keputusan yang kompleks dimana terdapat beberapa alternatif dan membandingkan antar alternatif tersebut (Saaty,1986 dalam Mahmoodzadeh et al, 2007). AHP merupakan suatu metode pengambilan keputusan dengan mengkombinasikan pertimbangan dan nilai-nilai pribadi secara logis dan tersusun dalam bentuk hirarki (Perdana, 2008).

AHP sangat berguna dalam membantu pengambilan keputusan dalam situasi yang kompleks atau tidak berkerangka adalah keadaan dimana data atau informasi (statistik) dari masalah yang akan dihadapi adalah sangat minim atau tidak ada sama sekali. Data yang diperlukan tersebut, walaupun ada hanyalah bersifat kualitatif yang mungkin didasari oleh persepsi, pengalaman dan preferensi pengambil keputusan. Secara tidak langsung metode AHP akan memasukkan aspek kuantitatif dan aspek kualitatif dari pikiran manusia. Aspek kuantitatif untuk mengekspresikan penilaian dari preferensi secara singkat padat, aspek ini juga menjadi dasar pengambilan keputusan yang sehat dalam situasi kompleks. Sedangkan aspek kualitatif untuk mendefinisikan persoalan dan hirarkinya (Saaty, 1993).

2.5.2 Prinsip Pokok Analytical Hierarchy Process (AHP)

Menurut Sinaga (2009), dalam menyelesaikan persoalan dengan metode *Analytic Hierarchy Process* (AHP) ada beberapa prinsip dasar yaitu:

1. *Decomposition* (Penyusunan Struktur Hirarki)

Pengertian *decomposition* adalah memecahkan persoalan yang utuh menjadi unsur-unsurnya ke bentuk hirarki proses pengambilan keputusan,

dimana setiap unsur atau elemen saling berhubungan. Untuk mendapatkan hasil yang akurat, pemecahan dilakukan terhadap unsur-unsur sampai tidak mungkin dilakukan pemecahan lebih lanjut, sehingga didapatkan beberapa tingkatan dari persoalan yang hendak dipecahkan. Bentuk struktur *decomposition* yakni : (a) Tingkat pertama : Tujuan keputusan (*Goal*); (b) Tingkat kedua : Kriteria; (c) Tingkat ketiga : Sub kriteria; (d) Tingkat keempat : Sub subkriteria; (e) Tingkat kelima : Alternatif .

Hirarki merupakan alat mendasar dari pikiran manusia. Yang merupakan proses pengidentifikasian elemen-elemen suatu persoalan, mengelompokkan elemen-elemen tersebut kedalam beberapa kumpulan yang homogen, dan menata kumpulan-kumpulan ini pada tingkatan yang berbeda.

Hirarki masalah disusun untuk membantu proses pengambilan keputusan dengan memperhatikan seluruh elemen keputusan yang terlibat dalam sistem. Sebagian besar masalah menjadi sulit untuk diselesaikan karena proses pemecahannya dilakukan tanpa memandang masalah sebagai suatu sistem dengan suatu struktur tertentu.

2. *Comparative Judgement* (Penetapan Prioritas)

Comparative Judgement dilakukan dengan penilaian tentang kepentingan relatif dua elemen pada suatu tingkat tertentu dalam kaitannya dengan tingkatan di atasnya. Penilaian ini merupakan inti dari AHP karena akan berpengaruh terhadap urutan prioritas dari elemen-elemennya. Hasil dari penilaian ini lebih mudah disajikan dalam bentuk matriks

perbandingan berpasangan, yang memuat tingkat preferensi beberapa alternatif untuk tiap kriteria.

Langkah pertama dalam menentukan susunan prioritas elemen adalah dengan membuat perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*) terhadap suatu kriteria atau elemen yang ditentukan. Untuk perbandingan berpasangan ini digunakan bilangan yang diberikan Saaty untuk mengisi matriks, yaitu:

Tabel 2.1 Nilai Skala Banding Secara Berpasangan

Tingkat Kepentingan	Definisi	Keterangan
1	Sama penting	Kedua elemen mempunyai pengaruh yang sama
3	Moderat lebih penting	Pengalaman dan penilaian sedikit memihak satu elemen dibandingkan dengan pasangannya
5	Lebih penting	Pengalaman dan penilaian sangat memihak satu elemen dibandingkan dengan pasangannya
7	Sangat penting	Satu elemen lebih disukai dan secara praktis dominasinya sangat nyata dibandingkan dengan elemen pasangannya
9	Mutlak lebih penting	Satu elemen terbukti mutlak lebih disukai dibandingkan dengan pasangannya pada tingkat keyakinan tertinggi
2, 4, 6, 8		Diberikan bila terdapat penilaian antara dua penilaian yang berdekatan
Kebalikan	$a_{ij} = 1/a_{ji}$	

Untuk menyusun suatu matriks yang akan diolah datanya, langkah pertama yang dilakukan adalah menyatukan pendapat responden dengan menggunakan rata-rata geometrik yang secara sistematis ditulis sebagai berikut: $A_{ij} = \{Z_1, Z_2, Z_3, \dots, Z_n\} 1/n$. Dimana a_{ij} menyatakan nilai rata-rata geometrik, Z_i menyatakan nilai perbandingan antar kriteria untuk responden ke 1, dan n menyatakan jumlah partisipan (Silalahi, 2009).

3. *Synthesis of Priority* (Pendekatan Perhitungan Prioritas)

Synthesis of Priority dilakukan dengan menggunakan *eigen vektor method* untuk mendapatkan bobot relatif bagi unsur-unsur pengambilan keputusan. Seringkali usaha untuk mendapatkan nilai vektor bobot dengan rumus dirasa cukup rumit. Untuk itu dapat digunakan langkah pendekatan sebagai berikut:

1. Membuat matriks perbandingan tingkat kepentingan antar kriteria.
2. Membuat matriks perbandingan yang telah dinormalisasi.
3. *Logical Consistency* (Pengujian Konsistensi Matrik Perbandingan)

Logical Consistency merupakan karakteristik penting AHP. Hal ini dicapai dengan mengagresikan seluruh *eigen vektor* yang diperoleh dari berbagai tingkatan hirarki dan selanjutnya diperoleh suatu *vektor composite* tertimbang yang menghasilkan urutan pengambilan keputusan.

AHP mengukur konsistensi, nilai konsistensi harus 10 persen atau kurang, jika lebih dari 10 persen, pertimbangan itu mungkin agak acak dan perlu diperbaiki. Perhitungan konsistensi didasarkan pada nilai consistency ratio yang terdapat dari perbandingan antara *consistency index* (CI) dengan *random index* (RI). Nilai RI berdasarkan Tabel 2 berikut:

Tabel 2.2 Nilai *Random Index* untuk beberapa Orde Matrik

N	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
RI	0.00	0.00	0.58	0.9	1.12	1.24	1.32	1.41	1.49	1.51	1.48	1.56

Langkah-langkah perhitungan konsistensi:

- a. Membuat matriks perbandingan.
- b. Membuat matriks perbandingan yang telah dinormalisasi.
- c. Membuat matriks perkalian bobot prioritas dengan matriks awal.
- d. Membuat kolom jumlah matriks “c” dibagi dengan bobot (vektor bobot).

$$D = \left(\frac{\text{hasilvektor}}{\text{bobotprioritas}} \right) \quad (2)$$

- e. Mencari maksimum *Eigen Value*.

$$\text{Max.EigenValue} = \frac{\text{JumlahNilaiD}}{n} \quad (3)$$

- f. Mencari nilai *Consistency Index*.

$$\text{ConsistencyIndex}(CI) = \frac{\text{Max.EigenValue} - n}{n - 1} \quad (4)$$

- g. Mencari nilai *Random Index*(RI).
- h. Mencari nilai *Consistency Ratio*.

$$\text{ConsistencyRatio}(CR) = \frac{\text{ConsistencyIndex}(CI)}{RI} \quad (5)$$

Jika $CR \leq 0.1$, maka data dinyatakan konsisten.

2.6 Tipe Skala Pengukuran

Untuk memperoleh data dari responden, maka diperlukan skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap yang menjadi dasar kepribadian suatu populasi. Para ahli sosiologi membedakan dua tipe skala menurut fenomena sosial yang diukur, yaitu:

1. Skala pengukuran untuk mengukur perilaku susila dan kepribadian;
2. Skala pengukuran untuk mengukur berbagai aspek budaya lain dan lingkungan sosial.

Salah satu tipe skala yang sering digunakan dalam penelitian adalah Skala Likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, variabel yang akan diukur, dijabarkan terlebih dahulu menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrument yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif yang dapat berupa kata-kata.

Dalam penelitian ini penggunaan skala likert untuk penilaian ekspektasi pelanggan, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut :

- | | | |
|-------------------|------|-----|
| a. Sangat Penting | (SP) | : 5 |
| b. Penting | (P) | : 4 |
| c. Cukup Penting | (CP) | : 3 |
| d. Kurang Penting | (KP) | : 2 |

e. Sangat Tidak Penting (STP) : 1

Sedangkan untuk penggunaan skala likert dalam penilaian persepsi pelanggan, maka jawaban dapat diberi skor sebagai berikut :

a. Sangat Puas (SP) : 5

b. Puas (P) : 4

c. Cukup Puas (CP) : 3

d. Kurang Puas (KP) : 2

e. Sangat Tidak Puas (STP) : 1

2.7 Uji Kecukupan Data

Pada penelitian ini disebarakan kuesioner sebanyak 101 buah dan terjawab seluruhnya. Jumlah sampel untuk responden ditentukan dengan menggunakan rumus (Isgiyanto, 2009) :

$$n = \frac{N(Z_{1-\alpha})^2 pq}{Nd^2 + (Z_{1-\alpha})^2 pq}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = populasi yang diketahui

d = tingkat ketelitian

p = proporsi yang sebenarnya

q = 1-p

$Z_{1-\alpha}$ = nilai pada tabel normal sesuai dengan tingkat keyakinannya

Karena proporsi sampel (p) belum diketahui, akan tetapi nilai p selalu diantara 0 sampai 1, dengan nilai p maksimal maka :

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

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

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

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$p = 0.5$$

2.8 Uji Validitas dan Reliabilitas

Menurut Hartono (2008), setelah peneliti memilih ukuran untuk variabel, maka akan muncul minimal dua pertanyaan, yaitu :

- a. Bagaimana reabilitas dari alat pengukur, dan
- b. Bagaimana validitasnya

Setelah kuesioner terisi dan terkumpul dari responden, lalu data hasil kuesioner tersebut akan diuji dengan uji validitas dan reabilitas. Validitas dan reliabilitas merupakan *point* penting dalam menganalisis sebuah data. Hal itu dilakukan untuk menguji apakah suatu alat ukur atau *instrument* penelitian (dalam hal ini data dan kuesioner) sudah *valid* dan *reliable*. Jika validitas dan reabilitas tidak diketahui, maka akibatnya akan menjadi fatal dalam memberikan kesimpulan ataupun dalam memberikan alasan terhadap hubungan antar variabel. Bahkan secara luas, reliabilitas dan validitas mencakup mutu seluruh proses pengumpulan data sejak konsep disiapkan sampai pada data siap untuk dianalisis.

a. Uji Validitas

Kesalahan atau validitas adalah tingkat kemampuan suatu instrument untuk mengungkapkan suatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan instrument tersebut. Kesalahan suatu kuesioner dinyatakan dengan tingkat

kemampuan butir-butir pernyataan kuesioner tersebut untuk mengukur faktor yang ingin diukur dari butir-butir pertanyaannya. Sebuah butir pertanyaan dikatakan valid jika korelasi butir dengan faktor bertambah dan peluang ralat (p) dari korelasi tersebut maksimal 5%. Langkah-langkah yang dilakukan untuk uji validitas adalah sebagai berikut :

1. Menghitung *score factor* dengan jumlah skor butir dalam faktor
2. Menghitung korelasi momen tangkar dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = korelasi momen tangkar

N = jumlah responden

$\sum x$ = jumlah skor butir (x) yang didapat dari rekap data kepuasan responden

$\sum y$ = jumlah skor butir (y) yang didapat dari rekap data kepuasan responden

3. Menghitung korelasi bagian total

Korelasi ini diperlukan untuk mengoreksi momen tangkar (r_{xy}) menjadi momen total (rpq). Hal ini disebabkan karena dalam variansi skor faktor sebagai skor bagian bukan skor total. Rumus yang dipakai untuk menghitung korelasi bagian total adalah sebagai berikut :

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

Keterangan :

rpq = Koefisiensi korelasi bagian total

rx = Korelasi momen tangkar

SB_y = Simpang baku skor butir

SB_x = Simpang baku skor faktor

Rumus untuk menghitung simpangan baku :

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

Keterangan :

SB = Simpangan Baku

JK = Jumlah Kuadrat

N = Jumlah Data

Sedangkan untuk menghitung jumlah kuadrat adalah :

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

Derajat bebas (db) yang digunakan adalah $N-2$, dan untuk memperoleh keakuratan hasil dalam perhitungan dan untuk menghemat waktu, maka uji validasi dapat dilakukan dengan software SPSS 16.0.

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menyangkut dengan ketepatan alat ukur. Pengertian reliabilitas dapat lebih mudah dipahami jika pertanyaan berikut dijawab :

1. Jika objek yang sama diukur berkali-kali dengan alat ukur yang sama apakah kita akan memperoleh hasil yang sama?
2. Apakah ukuran yang diperoleh dengan menggunakan alat ukuran tertentu adalah ukuran yang sebenarnya dari objek tersebut?

3. Berapa besar error yang diperoleh dengan menggunakan ukuran tersebut menggunakan objek?

Jawaban pertanyaan tersebut adalah tidak lain dari tiga aspek pengertian tentang reliabilitas. Suatu alat ukur mempunyai tingkat reliabilitas tinggi atau dapat dipercaya, jika alat ukur itu stabil (dapat diandalkan dan dapat diramalkan). Suatu alat ukur yang stabil tidak berubah-ubah pengukurannya dan dapat diandalkan karena penggunaan alat ukur tersebut berkali-kali akan menghasilkan yang sama.

Pertanyaan kedua memberi aspek ketepatan atau akurasi. Suatu pertanyaan atau ukuran yang akurat adalah ukuran yang cocok dengan yang ingin diukur. Jika kedua aspek diatas, yaitu aspek reliabilitas dan aspek akurasi digabungkan, maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur tersebut mantap dan dapat mengukur secara tepat dan cermat. Dari aspek-aspek diatas dapat disimpulkan bahwa reliabilitas adalah ketepatan dari suatu alat ukur.

Rumus untuk perhitungan reliabilitas, dengan persamaan korelasi *alpha* yaitu

:

$$r_{tt} = \frac{M}{M-1} \left(\frac{V_t - V_x}{V_t} \right) = \frac{M}{-1} \left(1 - \frac{V_x}{V_t} \right)$$

Keterangan :

R_{tt} = Korelasi *alpha*

M = Jumlah butir pertanyaan

V_t = Variansi total (faktor)

V_x = Variansi butir-butir

2.9 Penentuan Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik sampling kuota. Quota Sampling yang merupakan jumlah subjek yang akan diteliti

ditetapkan lebih dahulu. Jika quontum telah ditentukan mulailah penelitian dan tentang siapa yang akan dijadikan responden, terserah kepada pengumpul data. Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dapat digunakan rumus Slovin (1960) yang dikutip Sevilla (1994) sebagai berikut (Umar, 1997: 49):

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

di mana: n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

2.10 Importance – Performance Analysis (IPA)

Responden diminta untuk meranking berbagai atribut dari penawaran berdasarkan tingkat kepentingan/harapan mereka terhadap setiap atribut tersebut. Selain itu responden juga diminta untuk meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing atribut tersebut. Untuk melihat posisi pemetaan, atribut-atribut yang dianalisa dibagi menjadi 4 bagian dalam Analisis Kuadran, yaitu (Kotler, 2000 dalam Wicaksono, 2010):

a. Kuadran A

Menunjukkan bahwa atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen perlu mendapatkan prioritas yang lebih, karena keberadaan atribut inilah yang dinilai sangat penting menurut konsumen, sedangkan tingkat pelaksanaan kinerjanya masih belum memuaskan.

b. Kuadran B

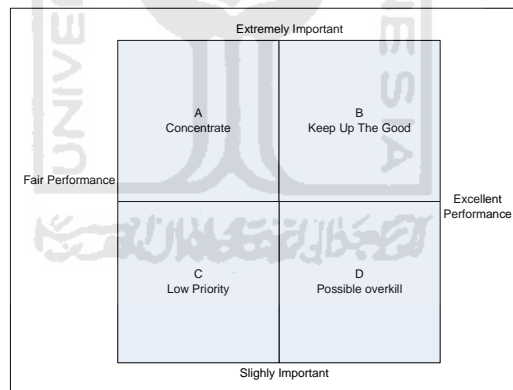
Menunjukkan bahwa atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen perlu dipertahankan karena pada umumnya pelaksanaannya telah sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.

c. Kuadran C

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dinilai kurang penting bagi konsumen sedangkan kualitas kerjanya dinilai cukup.

d. Kuadran D

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dinilai terlalu berlebihan dalam pelaksanaannya terutama disebabkan karena konsumen menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya atribut tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali sehingga sangat memuaskan.



Gambar 2.4 Quadrant Analysis

Importance Performance Analysis terdiri dari dua komponen yaitu analisis kuadran dan analisis kesenjangan (gap). Dengan analisis kuadran dapat diketahui respon konsumen terhadap atribut yang diplotkan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari atribut tersebut. Sedangkan analisis kesenjangan (gap) digunakan

untuk melihat kesenjangan antara kinerja suatu atribut dengan harapan konsumen terhadap atribut tersebut.

Langkah pertama untuk analisis kuadran adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja untuk setiap atribut dengan rumus:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n}$$

Dimana: \bar{X}_i = bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut ke-i

\bar{Y}_i = bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan atribut ke-i

n = Jumlah responden

Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk keseluruhan atribut dengan rumus:

$$\bar{\bar{X}}_i = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_i}{n}$$

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

Dimana: $\bar{\bar{X}}_i$ = nilai rata-rata kinerja atribut

$\bar{\bar{Y}}_i$ = nilai rata-rata kepentingan atribut

n = jumlah atribut

Nilai \bar{X}_i ini memotong tegak lurus pada sumbu horizontal, yakni sumbu yang mencerminkan kinerja atribut (X). sedangkan nilai \bar{Y}_i memotong tegak lurus pada sumbu vertikal, yakni sumbu yang mencerminkan kepentingan atribut (Y). Setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan atribut, kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan kedalam diagram kartesius.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi yang langsung bertransaksi atau berkomunikasi dengan *teller* maupun *customer service*. Hal ini dimaksudkan untuk mengetahui kualitas pelayanan *teller* dan *customer service* terhadap konsumen PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi.

3.2 Data Yang Diperlukan

Data-data yang diperlukan dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut:

1. Tingkat Kepentingan Konsumen berdasarkan dimensi *Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy*;
2. Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap pelayanan pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi;
3. Nilai Target, Nilai *Sales Point*, kebutuhan proses, dan prosedur kualitas perusahaan pada PT. BPR Shinta Bhakti Wedi;
4. Nilai Perbandingan kriteria, sub kriteria dan alternatif untuk pemilihan strategi menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process*.

3.3 Metode Pengumpulan Data

1. Study Pustaka.

Study Pustaka merupakan metode pengumpulan data yang berasal dari buku-buku, laporan-laporan penelitian serta jurnal-jurnal baik jurnal nasional maupun jurnal internasional.

2. Penelitian Pendahuluan.

Penelitian pendahuluan dilakukan untuk mengetahui bagaimana profil dan kondisi perusahaan.

3. Pengisian kuisioner.

Pengisian kuisioner oleh pelanggan yang dipilih secara acak untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap pelanggan serta keluhan dan harapan pelanggan untuk pelayanan yang lebih baik.

3.4 Metodologi Pengolahan Data

1. Penentuan Atribut Kebutuhan Konsumen.

Atribut kebutuhan konsumen yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kebutuhan konsumen yang memiliki tingkat kepentingan tinggi namun dengan tingkat kepuasan konsumen yang masih rendah.

2. Metode *Quality Function Deployment*.

Pada metode ini dilakukan beberapa langkah sebagai berikut:

- a. Menghitung jumlah kuisioner yang masuk berdasarkan hasil analisis kwadran.
- b. Menentukan tingkat kepentingan masing-masing keinginan.

- c. Menentukan kepuasan dari setiap atribut pelayanan.
- d. Menentukan nilai target, rasio perbaikan, bobot dari setiap atribut pelayanan dan normalisasi bobot.
- e. Identifikasi parameter teknik sebagai terjemahan dari atribut pelayanan ke dalam tindakan teknik operasional.
- f. Menentukan hubungan yang terjadi antara atribut pelayanan dengan parameter teknik.
- g. Menentukan hubungan yang terjadi diantara parameter teknik.
- h. Menentukan prioritas dari setiap parameter teknik.
- i. Penggambaran dalam *House of Quality*.

3. Metode AHP

Pengolahan data menggunakan *Analytical Hierarchy Process* melalui langkah-langkah sebagai berikut:

- a. *Decomposition* (Penyusunan Struktur Hirarki)
- b. *Comparative Judgement* (Penetapan Prioritas), dengan tahapan sebagai berikut:
 - 1) Membuat perbandingan berpasangan (*pairwise comparison*) terhadap suatu kriteria atau elemen yang ditentukan.
 - 2) Menyatukan pendapat responden dengan menggunakan rata-rata geometrik yang secara sistematis ditulis sebagai berikut: $A_{ij} = \{Z_1, Z_2, Z_3, \dots, Z_n\}^{1/n}$. Dimana a_{ij} menyatakan nilai rata-rata geometrik, Z_i menyatakan nilai perbandingan antar kriteria untuk responden ke 1, dan n menyatakan jumlah partisipan (Silalahi, 2009).

c. *Synthesis of Priority* (Pendekatan Perhitungan Prioritas)

Synthesis of Priority dilakukan dengan menggunakan *eigen vektor method* untuk mendapatkan bobot relatif bagi unsur-unsur pengambilan keputusan, dapat digunakan langkah pendekatan sebagai berikut:

- 1) Membuat matriks perbandingan tingkat kepentingan antar kriteria.
- 2) Membuat matriks perbandingan yang telah dinormalisasi.

d. *Logical Consistency* (Pengujian Konsistensi Matrik Perbandingan)

Langkah-langkah perhitungan konsistensi:

- 1) Membuat matriks perbandingan.
- 2) Membuat matriks perbandingan yang telah dinormalisasi.
- 3) Membuat perkalian bobot prioritas dengan matriks awal.
- 4) Membuat kolom jumlah matriks “c” dibagi dengan bobot (vektor bobot).

$$D = \left(\frac{\text{hasilvektor}}{\text{bobotprioritas}} \right) \quad (1)$$

- 5) Mencari maksimum *Eigen Value*.

$$\text{Max.EigenValue} = \frac{\text{JumlahNilaiD}}{n} \quad (2)$$

- 6) Mencari nilai *Consistency Index*.

$$\text{ConsistencyIndex}(C1) = \frac{\text{Max.EigenValue} - n}{n - 1} \quad (3)$$

- 7) Mencari nilai *Random Index*(RI).

- 8) Mencari nilai *Consistency Ratio*.

$$\text{ConsistencyRatio}(CR) = \frac{\text{ConsistencyIndex}(C1)}{RI} \quad (4)$$

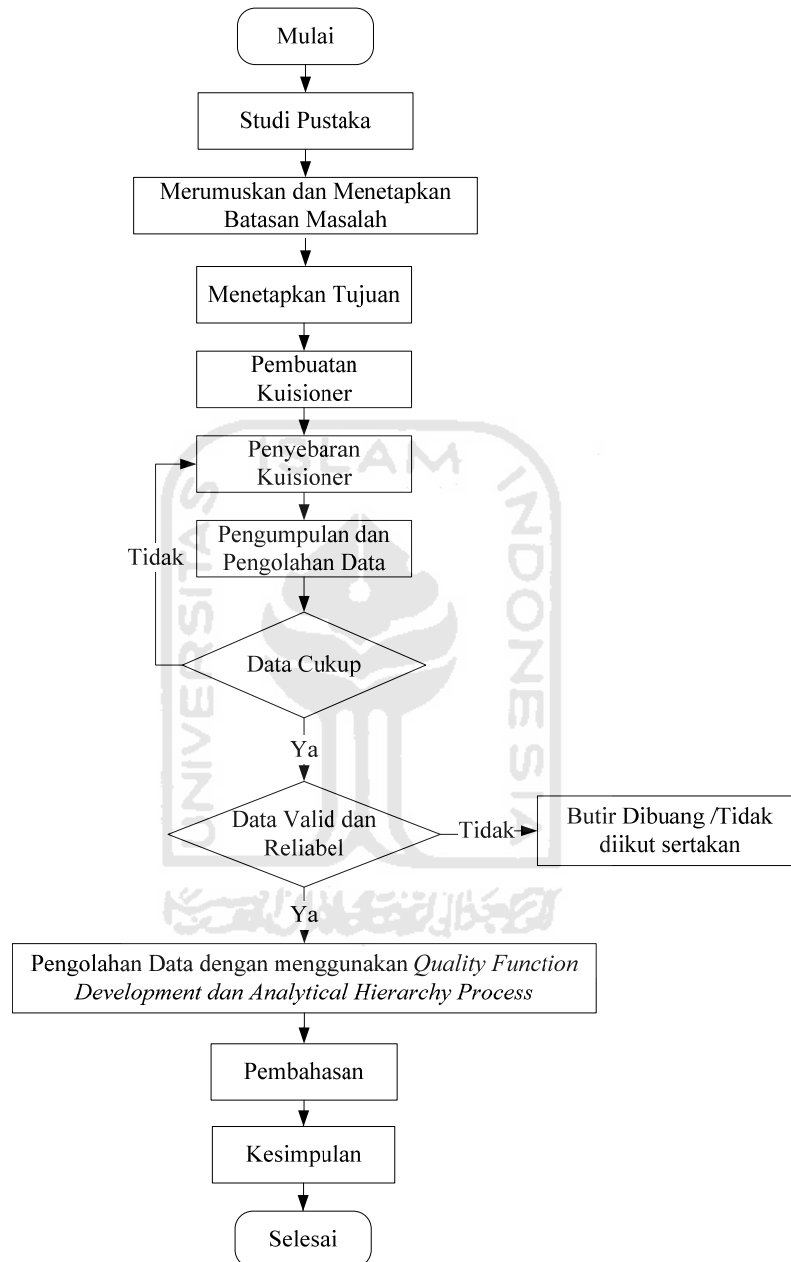
9) Jika $CR \leq 0.1$, maka data dinyatakan konsisten.

3.5 Metode Analisis Data

1. Analisa hasil penelitian berdasarkan pengolahan data menggunakan QFD, akan diketahui kualitas pelayanan nasabah serta harapan dan keinginan nasabah sehingga perusahaan dapat menciptakan strategi-strategi baru agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan nasabah.
2. Strategi yang dihasilkan berdasarkan analisa QFD selanjutnya dipilih menggunakan metode *Analytical Hierarchy Process* untuk mendapatkan strategi yang paling tepat.



3.6 Flow Chart Penelitian



Gambar 3.1 Flow Chart Penelitian

BAB IV

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

4.1 Pengumpulan Data

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Bank Shinta Bhakti Wedi (SBW) adalah merupakan nama yang tidak asing lagi bagi masyarakat Wedi dan sekitarnya. Nama tersebut mengandung pengertian bahwa misi pokok adalah membantu pemerintah dan masyarakat dalam meningkatkan taraf hidup sosial ekonomi melalui jasa perbankan, agar ruang gerak rentenir dapat dibatasi.

Seiring dengan program pemerintah waktu itu, yakni dalam rangka menggalakkan kewiraswastaan maka daerah Kecamatan Wedi yang merupakan sentra industri konveksi dan disamping itu juga usaha pertanian semakin berkembang karena kesuburan lahan, penyuluhan dan teknologi pertanian maka daerah Wedi sangat potensial untuk usaha perbankan dengan misi membantu permodalan sehingga usaha yang dikelola masyarakat dapat tumbuh dan berkembang. Apalagi karena para wiraswastawan tersebut kebanyakan terdiri dari pengusaha golongan ekonomi lemah. Melihat adanya peluang tersebut, maka atas prakarsa Bapak Drs. E. Santoso, serta didukung oleh Bapak A. Arwadi, BA, Bapak Y. Suwondo, Bapak Surandi dan Bapak Ag. Suhardjono tercetuslah gagasan untuk mendirikan Bank Perkreditan Rakyat. Melalui notaries Soejatno, SH dengan akte notaries No. 10 maka lahirlah Bank Shinta Bhakti Wedi bersamaan dengan tumbuhnya era kewiraswastaan pada tanggal 19 Juni 1993 di Wedi Klaten.

Para pendiri Bank Shinta Bhakti Wedi memilih bentuk perseroan terbatas karena dipandang memiliki ciri-ciri positif antara lain :

1. Memiliki jangka waktu hidup tak terbatas.
2. Kemungkinan terhimpunnya modal lebih besar dalam bentuk saham.
3. Pemisahan antara pimpinan perusahaan dengan pemilik modal.
4. Saham bersifat cair sehingga dapat diperjualbelikan atau dipindahtangankan.

Ciri-ciri positif dalam bentuk Perseroan Terbatas tersebut menjadi lebih bermakna setelah dilengkapi dengan nama diri yang dipilih yaitu “Shinta”. Berdasarkan falsafah pewayangan Dewi Shinta adalah figure tokoh yang Setia, Jujur dan Percaya diri. Paling tidak dari ketiga karakter tersebut diharapkan dapat menjadi semangat dalam pengabdian (Bhakti) bagi prinsip usaha Bank Shinta Bhakti Wedi dalam menjalin kerjasama dengan seluruh lapisan masyarakat.

Bank Shinta Bhakti Wedi yang beralamat di Jl. Raya Wedi-Bayat KM. 1 Wedi Klaten melakukan operasional perbankan melalui perijinan sebagai berikut :

1. Tanggal 23 November 1993, ijin prinsip dari menteri keuangan No.S-1853 /MK.17/ 1993
2. Tanggal 19 Juni 1993, akte Notaris Pendirian PT No.10.
3. Tanggal 9 September 1993, akte perubahan Anggaran Dasar PT, No.37, yang dibuat oleh notaries Soejatno, SH berkedudukan di Jl. Pemuda Selatan Klaten.
4. Tanggal 7 Februari 1994, pengesahaan akte pendirian oleh Departemen Kehakiman Republik Indonesia No. C2-1992. HT. 01-10 Tahun 1994.
5. Tanggal 24 Agustus 1994, ijin Usaha dari Menteri Keuangan RI No. KEP-223 / KM / 1994.

6. Tanggal 17 September 1994, PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi Klaten mulai beroperasi. Dan selanjutnya tanggal 17 September diperingati sebagai hari Ulang Tahun Bank Shinta Bhakti Wedi.

Dalam operasionalnya Bank Shinta Bhakti Wedi melayani beberapa jenis produk, antara lain sebagai berikut :

1. Deposito
 - a. Deposito 3 bulan
 - b. Deposito 6 bulan
 - c. Deposito 12 bulan
2. Tabungan
 - a. Tabungan Umum
 - b. Tabungan Sinta
 - c. Tabunganku (merupakan Program Tabungan Nasional)
 - d. ARTA MAPAN (Arisan Tabungan Masa Depan)
3. Kredit
 - a. Kredit Pegawai
 - b. Kredit Umum
 - c. Kredit KSM (Kelompok Swadaya Masyarakat)

4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

1. Visi Perusahaan

Visi dari PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi adalah sebagai berikut :

- a. Mewujudkan BPR yang produktif dan sehat serta memiliki akuntabilitas.

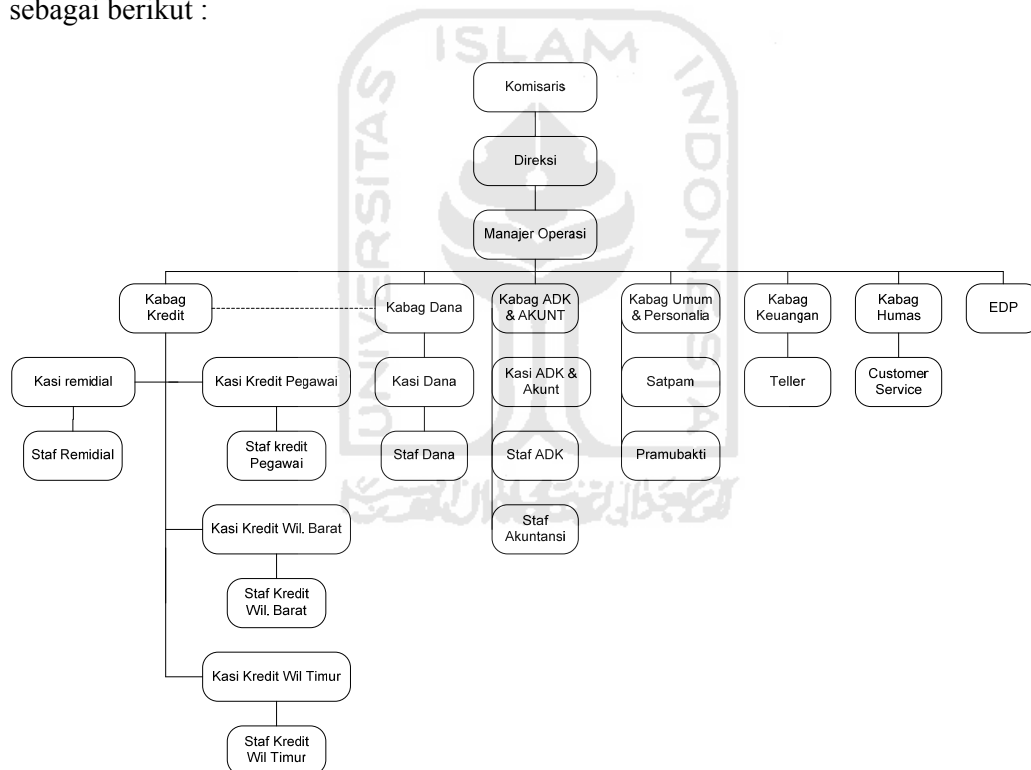
- b. Memberikan pelayanan jasa perbankan secara optimal dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat.

2. Misi Perusahaan

Misi PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi yaitu menjadikan Bank Shinta Bhakti Wedi sebagai lembaga perbankan yang handal dalam mengembangkan perekonomian masyarakat.

4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi adalah sebagai berikut :



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. BPR Shinta Bhakti Wedi

4.1.4 Identifikasi Populasi

Responden penelitian ini adalah konsumen atau pengguna jasa pelayanan Bank Shinta Bhakti Wedi. Penyebaran kuesioner ini dilakukan dengan meminta bantuan dari *customer service* untuk memberikan kepada pelanggan, selain itu dengan melakukan tatap muka kepada pelanggan.

Berikut ini adalah data-data yang diperoleh dari hasil observasi lapangan terhadap objek penelitian. Adapun jumlah populasi untuk masing-masing produk adalah sebagai berikut :

Tabel 4.1 Jumlah populasi masing-masing produk

No.	Keterangan	Jumlah Populasi
1	Nasabah Deposito	974
2	Nasabah Tabungan	12.942
3	Nasabah Kredit	3.845
4	Total jumlah nasabah	17.761

Sumber : Bank Shinta Bhakti Wedi (2011)

4.1.5 Atribut Penelitian

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan daftar pernyataan atau kuesioner. Kuesioner dibagikan kepada para nasabah Bank Shinta Bhakti Wedi yang pada saat itu berada di Bank Shinta Bhakti Wedi. Adapun atribut pernyataan dalam kuesioner tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2 Atribut Pernyataan dalam Kuesioner

Dimensi	Atribut
Dimensi <i>Tangible</i> (Bukti Langsung)	1. Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman
	2. Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap

Dimensi	Atribut
	3. Bank menyediakan air minum untuk nasabah
	4. Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas
	5. Bank menggunakan peralatan modern (misal: komputer)
	6. Bank berlokasi di tempat strategis
	7. Formulir transaksi tidak membingungkan
	8. Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan
Dimensi <i>Reliability</i> (Keandalan)	9. Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat
	10. Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank)
	11. Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat
	12. Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan
	13. Bank memiliki reputasi yang baik
Dimensi <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	14. Karyawan siap merespon permintaan nasabah
	15. Karyawan bersedia membantu nasabah
	16. Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap
	17. Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank
Dimensi <i>Assurance</i> (Jaminan)	18. Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah
	19. Karyawan bersikap sopan secara konsisten
	20. Jaminan keamanan dalam bertransaksi
	21. Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi
	22. Ketelitian karyawan dalam bertransaksi
	23. Keamanan tempat parkir
Dimensi <i>Empathy</i> (Empati)	24. Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik
	25. Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen
	26. Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan

4.1.6 Penentuan Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Arikunto, 2001:117). Adapun ketentuan untuk sampel dalam penelitian ini dapat dikemukakan sebagai berikut:

Penentuan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan teknik sampling kuota. Quota Sampling yang merupakan jumlah subjek yang akan diteliti ditetapkan

lebih dahulu. Jika quontum telah ditentukan mulailah penelitian dan tentang siapa yang akan dijadikan responden, terserah kepada pengumpul data. Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi dapat digunakan rumus Slovin (1960) yang dikutip Sevilla (1994) sebagai berikut (Umar, 1997: 49):

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

di mana: n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan.

Adapun jumlah nasabah Bank Shinta Bhakti Wedi adalah 17.761 maka dengan persentase kelonggaran 10% adalah :

$$n = \frac{17.761}{1+17.761 (0,1)^2}$$

$$n = 99,44 \approx 100$$

Berikut adalah penjelasan sampel untuk masing-masing produk :

Tabel 4.3 Jumlah Sampel

No	Keterangan	Jumlah Populasi	Prosentase	Ukuran Sampel	
				Rumus Slovin	Pembulatan
1	Nasabah Deposito	974	5,48%	5,48% X 100 = 5,48	6
2	Nasabah Tabungan	12.942	72,86%	72,86% X 100 = 72,86	73
3	Nasabah Kredit	3.845	21,64%	21,64% X 100 = 21,64	22
Jumlah		17.761	99,98%		101

Berdasarkan perhitungan di atas sampel yang ditentukan pada penelitian ini adalah 101 sampel dalam populasi nasabah Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi.

4.1.7 Nilai Target

Nilai target perlu ditentukan oleh manajemen untuk setiap atribut jasa. Kinerja perusahaan yang dinilai oleh konsumen dapat dijadikan acuan untuk menetapkan nilai target atribut dari perusahaan. Penetapan nilai target harus sesuai dengan kelebihan dan kelemahan perusahaan dengan mempertimbangkan kondisi internal dan eksternal perusahaan. Nilai target dari tiap atribut jasa adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4 Nilai Target

No	Atribut	Nilai Target
1	Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman	5
2	Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap	4
3	Bank menyediakan air minum untuk nasabah	5
4	Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas	3
5	Bank menggunakan peralatan modern (misal : komputer)	5
6	Bank berlokasi di tempat strategis	5
7	Formulir transaksi tidak membingungkan	4
8	Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan	5
9	Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat	4
10	Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank)	4
11	Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat	4
12	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan	4
13	Bank memiliki reputasi yang baik	5
14	Karyawan siap merespon permintaan nasabah	4
15	Karyawan bersedia membantu nasabah	5
16	Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap	4
17	Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank	4
18	Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah	5

No	Atribut	Nilai Target
19	Karyawan bersikap sopan secara konsisten	5
20	Jaminan keamanan dalam bertransaksi	5
21	Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi	5
22	Ketelitian karyawan dalam bertransaksi	4
23	Keamanan tempat parkir	4
24	Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik	4
25	Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen	5
26	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan	5

4.1.8 Sales Point

Sales point ditentukan oleh pihak perusahaan yaitu berdasarkan pada setiap atribut yang dapat mempengaruhi pada nilai penjualan/jasa Perusahaan. *Sales point* menginformasikan mengenai kemampuan dalam menjual produk/jasa yang didasarkan pada seberapa jauh kebutuhan konsumen dapat dipenuhi. Adapun nilai yang digunakan dalam sales point antara lain:

Tabel 4.5 Nilai Sales Point

Nilai	Keterangan
1	Tidak terdapat penjualan
1.2	Titik penjualan tengah/moderat
1.5	Titik penjualan tinggi

Adapun hasil penelitian *sales point* perusahaan yang didapat adalah sebagai berikut :

Tabel 4.6 Nilai Sales Point Perusahaan

No	Atribut	Sales Point
1	Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman	1.5
2	Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap	1.2

No	Atribut	Sales Point
3	Bank menyediakan air minum untuk nasabah	1.5
4	Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas	1.2
5	Bank menggunakan peralatan modern (misal : komputer)	1.2
6	Bank berlokasi di tempat strategis	1.5
7	Formulir transaksi tidak membingungkan	1.2
8	Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan	1.5
9	Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat	1.2
10	Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank)	1.5
11	Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat	1.2
12	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan	1.2
13	Bank memiliki reputasi yang baik	1.5
14	Karyawan siap merespon permintaan nasabah	1.2
15	Karyawan bersedia membantu nasabah	1.5
16	Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap	1.5
17	Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank	1.2
18	Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah	1.2
19	Karyawan bersikap sopan secara konsisten	1.5
20	Jaminan keamanan dalam bertransaksi	1.5
21	Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi	1.5
22	Ketelitian karyawan dalam bertransaksi	1.5
23	Keamanan tempat parkir	1.5
24	Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik	1.2
25	Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen	1.5
26	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan	1.5

4.2 Pengolahan Data

4.2.1 Uji Kecukupan Data

Pada penelitian ini disebarkan kuesioner sebanyak 101 buah dan terjawab seluruhnya, seperti tercantum pada lampiran 4 dan 5. Jumlah sampel untuk responden

ditentukan dengan menggunakan rumus (Isgiyanto, 2009) :

$$n = \frac{N(Z_{1-\alpha})^2 pq}{Nd^2 + (Z_{1-\alpha})^2 pq}$$

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = populasi yang diketahui

d = tingkat ketelitian

p = proporsi yang sebenarnya

q = $1-p$

$Z_{1-\alpha}$ = nilai pada tabel normal sesuai dengan tingkat keyakinannya

Karena proporsi sampel (p) belum diketahui, akan tetapi nilai p selalu diantara

0 sampai 1, dengan nilai p maksimal maka :

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

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

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

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$p = 0.5$$

Tingkat kepercayaan = 95 % ; $N = 17.761$; $q = 0.5$

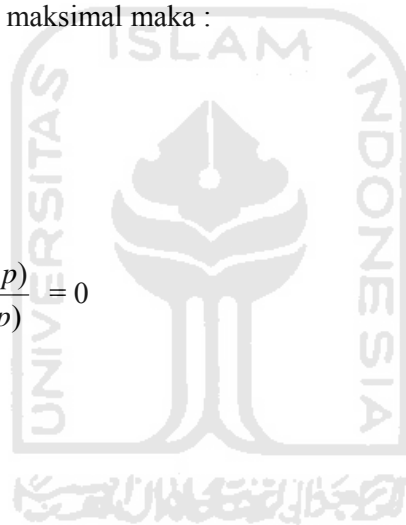
Tingkat ketelitian (α) = 10 % = 0.1

$$(1 - \alpha) = 0.95 ; (Z_{1-\alpha}) = 1.645$$

Maka, jumlah sampel yang dibutuhkan adalah :

$$n = \frac{17761 \times 1.645^2 \times 0.5 \times 0.5}{17761 \times 0.1^2 + 1.645^2 \times 0.5 \times 0.5}$$

$$n = 67.39 \approx 68 \text{ responden}$$



Pada penelitian ini, sampel yang diambil adalah sebanyak 101 (seratus satu) responden. Oleh karena itu, data masukan dapat dikatakan cukup.

4.2.2 Uji Validasi Data

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel-variabel penelitian dapat mewakili apa yang ingin diukurnya. Uji validitas dilakukan dengan menghitung korelasi masing-masing pernyataan dengan skor total dengan menggunakan rumus korelasi produk moment.

Dalam Penelitian ini uji validitas dilakukan dua kali, karena kuesioner terdiri dua bagian yang memuat tingkat kepuasan konsumen dan tingkat harapan/kepentingan dari konsumen. Suatu butir kuesioner dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan bernilai positif.

1 Menentukan Hipotesis

H_0 = Butir kuesioner valid

H_1 = Butir kuesioner tidak valid

2 Menentukan r_{tabel}

Tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$

Derajat kebebasan (db) = $n-2 = 101-2 = 99$

Untuk mencari r_{tabel} , dilakukan perhitungan dengan cara interpolasi, yaitu :

$df = 60, r_{tabel} = 0.165$

$df = 120, r_{tabel} = 0.117$

Maka untuk r_{tabel} dengan $df = 99$ adalah :

$$\begin{aligned} \frac{-0.165}{0.117 - 0.165} &= \frac{99 - 60}{120 - 60} \\ \frac{x - 0.165}{-0.048} &= \frac{39}{60} \\ x - 0.165 &= \frac{39}{60}(-0.048) \\ x - 0.165 &= -0.0312 \\ x &= 0.1338 \end{aligned}$$

Maka, $r_{\text{tabel}} = 0.1338$

3 Mencari nilai r_{hitung}

Nilai r_{hitung} dapat diperoleh setelah melakukan pengolahan data dengan menggunakan *software SPSS 16.0*. Nilai r_{hitung} dapat dilihat pada hasil *output SPSS 16.0* pada nilai *Correlaeted Item-Total Correlation*, sedangkan untuk perhitungan secara manual dapat dihitung melalui rumus (Prasesti, 2008) :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N\sum x^2 - (\sum x)^2][N\sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{xy} = korelasi momen tangkar

N = jumlah responden

$\sum x$ = jumlah skor butir (x) yang didapat dari rekap data kepuasan responden

$\sum y$ = jumlah skor butir (x) yang didapat dari rekap data kepuasan responden

4 Pengambilan keputusan

Dalam pengambilan keputusan memiliki dasar, yaitu :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka H_0 diterima, artinya butir kuesioner dinyatakan valid

Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka H_0 ditolak, artinya butir kuesioner dinyatakan tidak valid

Selengkapnya mengenai Uji Validasi dapat dilihat pada Lampiran 7

Tabel 4.7 Uji Validasi Skala Kepentingan Nasabah

Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
A. Dimensi Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)			
1. Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman	0.723	0.1338	valid
2. Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap	0.657	0.1338	valid
3. Bank menyediakan air minum untuk nasabah	0.408	0.1338	valid
4. Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas	0.762	0.1338	valid
5. Bank menggunakan peralatan modern (misal: komputer)	0.809	0.1338	valid
6. Bank berlokasi di tempat strategis	0.778	0.1338	valid
7. Formulir transaksi tidak membingungkan	0.802	0.1338	valid
8. Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan	0.825	0.1338	valid
B. Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>)			
9. Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat	0.847	0.1338	valid
10. Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank)	0.764	0.1338	valid
11. Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat	0.834	0.1338	valid
12. Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan	0.808	0.1338	valid
13. Bank memiliki reputasi yang baik	0.803	0.1338	valid
C. Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)			
14. Karyawan siap merespon permintaan nasabah	0.844	0.1338	valid

Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
15. Karyawan bersedia membantu nasabah	0.835	0.1338	valid
16. Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap	0.816	0.1338	valid
17. Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank	0.777	0.1338	valid
D. Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>)			
18. Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah	0.800	0.1338	valid
19. Karyawan bersikap sopan secara konsisten	0.803	0.1338	valid
20. Jaminan keamanan dalam bertransaksi	0.852	0.1338	valid
21. Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi	0.835	0.1338	valid
22. Ketelitian karyawan dalam bertransaksi	0.849	0.1338	valid
23. Keamanan tempat parkir	0.777	0.1338	valid
E. Dimensi Empati (<i>Emphaty</i>)			
24. Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik	0.819	0.1338	valid
25. Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen	0.784	0.1338	valid
26. Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan	0.790	0.1338	valid

Tabel 4.8 Uji Validasi Skala Kepuasan Nasabah

Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
A. Dimensi Bukti Fisik (<i>Tangible</i>)			
1. Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman	0.649	0.1338	valid
2. Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap	0.574	0.1338	valid
3. Bank menyediakan air minum untuk nasabah	0.567	0.1338	valid
4. Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas	0.552	0.1338	valid

Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
5. Bank menggunakan peralatan modern (misal: komputer)	0.746	0.1338	valid
6. Bank berlokasi di tempat strategis	0.757	0.1338	valid
7. Formulir transaksi tidak membingungkan	0.743	0.1338	valid
8. Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan	0.814	0.1338	valid
B. Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>)			
9. Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat	0.732	0.1338	valid
10. Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank)	0.773	0.1338	valid
11. Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat	0.682	0.1338	valid
12. Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan	0.711	0.1338	valid
13. Bank memiliki reputasi yang baik	0.741	0.1338	valid
C. Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)			
14. Karyawan siap merespon permintaan nasabah	0.779	0.1338	valid
15. Karyawan bersedia membantu nasabah	0.740	0.1338	valid
16. Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap	0.703	0.1338	valid
17. Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank	0.743	0.1338	valid
D. Dimensi Jaminan (<i>Assurance</i>)			
18. Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah	0.803	0.1338	valid
19. Karyawan bersikap sopan secara konsisten	0.797	0.1338	valid
20. Jaminan keamanan dalam bertransaksi	0.727	0.1338	valid
21. Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi	0.719	0.1338	valid
22. Ketelitian karyawan dalam bertransaksi	0.730	0.1338	valid
23. Keamanan tempat parkir	0.684	0.1338	valid

Atribut	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
E. Dimensi Empati (<i>Emphaty</i>)			
24. Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik	0.714	0.1338	valid
25. Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen	0.793	0.1338	valid
26. Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan	0.778	0.1338	valid

4.2.3 Uji Reliabilitas Data

Jika alat ukur telah dinyatakan valid, maka berikutnya alat ukur tersebut diuji reliabilitasnya. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Setiap alat ukur seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

Metode yang digunakan dalam menentukan tingkat reliabilitas adalah koefisien *alpha cronbach*. Alat ukur dikatakan reliabel jika memiliki koefisien *alpha* lebih besar dari 0,6 (Prasesti, 2008). Perhitungan dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak *SPSS*.

a. Menentukan Hipotesis

H_0 = Skor item kuesioner reliabel

H_1 = Skor item kuesioner tidak reliabel

b. Menentukan nilai r_{tabel}

Tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$

Derajat kebebasan (db) = $n-2 = 101-2 = 99$

$r_{tabel} = 0.1338$

c. Menentukan nilai r_{alpha}

Hasil perhitungan r_{alpha} pada *software SPSS 16.0* dapat dilihat pada nilai *alpha Croncbach*. Perhitungan secara manual diperoleh dengan menggunakan rumus

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

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

Keterangan :

M = Korelasi *alpha*

Vt = Variansi butir-butir data kepentingan konsumen

y = Butir-butir pertanyaan data kepentingan konsumen

Vx = Variansi butir-butir data kepuasan konsumen

x = Butir-butir pertanyaan data kepuasan konsumen

d. Pengambilan Keputusan

Dasar pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas adalah :

Jika $r_{alpha} > r_{tabel}$, maka H_0 diterima, maka butir kuesioner dinyatakan reliabel

Jika $r_{alpha} < r_{tabel}$, maka H_0 ditolak, maka butir kuesioner dinyatakan tidak

reliabel. Dari hasil *output SPSS 16.0* didapat nilai reliabilitas sebesar 0.978

untuk reliabilitas tingkat kepentingan dan 0.968 untuk reabilitas tingkat

kepuasan. Artinya H_0 ditrima, maka butir kuesiner dinyatakan reliabel.

Selengkapnya mengenai Uji Reliabilitas dapat dilihat pada Lampiran 7.

4.2.4 *Quality Function Deployment (QFD)*

Fase desain dalam perancangan *QFD* adalah pembuatan rumah kualitas atau yang biasa disebut dengan *HOQ (House of Quality)* terdiri dari dua bagian utama.

Bagian pertama adalah bagian yang memuat informasi yang berhubungan dengan konsumen. Bagian yang kedua adalah bagian yang memuat informasi keteknikan yang merespon masukan dari pelanggan/konsumen. *HOQ (House of Quality)* merupakan matrik yang menggambarkan keseluruhan informasi yang diperlukan untuk mengembangkan PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bakti Wedi dalam menghadapi persaingan yang begitu ketat. Tahap pembuatan *HOQ* dapat diuraikan sebagai berikut:

4. Kebutuhan Pelanggan

Dari hasil observasi dan wawancara di lapangan terhadap nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bakti Wedi, diperoleh 26 atribut yang menjadi kebutuhan konsumen. Kebutuhan-kebutuhan tersebut adalah sebagai berikut :

Tabel 4.9 Kebutuhan Pelanggan (*Voice of Customer*)

No	<i>Voice of Customer</i>
1	Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman
2	Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap
3	Bank menyediakan air minum untuk nasabah
4	Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas
5	Bank menggunakan peralatan modern (misal: komputer)
6	Bank berlokasi di tempat strategis
7	Formulir transaksi tidak membingungkan
8	Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan
9	Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat
10	Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank)
11	Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat
12	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan
13	Bank memiliki reputasi yang baik
14	Karyawan siap merespon permintaan nasabah
15	Karyawan bersedia membantu nasabah
16	Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap
17	Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank
18	Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah
19	Karyawan bersikap sopan secara konsisten
20	Jaminan keamanan dalam bertransaksi
21	Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi

No	<i>Voice of Customer</i>
22	Ketelitian karyawan dalam bertransaksi
23	Keamanan tempat parkir
24	Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik
25	Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen
26	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan

5. Derajat Kepentingan (*Importance rating*)

Dalam bagian ini, terdapat data kuantitatif dengan skala likert yang memiliki skala pembobotan 1 sampai dengan 5 dengan definisi sebagai berikut :

- a. Skala 1 = Sangat Tidak Penting
- b. Skala 2 = Tidak penting
- c. Skala 3 = Cukup Penting
- d. Skala 4 = Penting
- e. Skala 5 = Sangat Penting

Nilai *importance rating* tiap atribut keinginan pelanggan diperoleh dengan perhitungan rata-rata, yaitu data tingkat kepentingan pelanggan sebanyak 101 responden. Menurut rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

\bar{x} = Nilai rata-rata

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

n = jumlah responden

Sebagai contoh perhitungan pada butir pertama "Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman", yaitu:

$$\bar{x} = \frac{4 + 4 + 4 + 4 + 4 + 4 + \dots + 4 + 5}{101}$$

$$\bar{x} = 4.35$$

Data derajat kepentingan secara lengkap dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.10 *Importance Rating*

No	<i>Voice of Customer</i>	<i>Importance Rating</i>	Rangking
1	Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman	4.35	21
2	Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap	4.32	24
3	Bank menyediakan air minum untuk nasabah	4.15	26
4	Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas	4.32	23
5	Bank menggunakan peralatan modern (misal: komputer)	4.44	10
6	Bank berlokasi di tempat strategis	4.33	22
7	Formulir transaksi tidak membingungkan	4.44	11
8	Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan	4,45	8
9	Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat	4.47	6
10	Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank)	4.47	7
11	Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat	4.50	4
12	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan	4.47	5
13	Bank memiliki reputasi yang baik	4.50	3
14	Karyawan siap merespon permintaan nasabah	4.35	20
15	Karyawan bersedia membantu nasabah	4.42	14
16	Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap	4.42	15
17	Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank	4.39	19
18	Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah	4.39	18
19	Karyawan bersikap sopan secara konsisten	4.43	13
20	Jaminan keamanan dalam bertransaksi	4.54	1
21	Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi	4.40	17

No	Voice of Customer	Importance Rating	Rangking
22	Ketelitian karyawan dalam bertransaksi	4.43	12
23	Keamanan tempat parkir	4.44	9
24	Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik	4.28	25
25	Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen	4.41	16
26	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan	4.51	2

c. Kinerja Perusahaan

Dalam bagian ini, terdapat data kuantitatif dengan skala likert yang memiliki skala pembobotan 1 sampai dengan 5 dengan definisi sebagai berikut :

1. Skala 1 = Sangat Tidak Puas
2. Skala 2 = Tidak Puas
3. Skala 3 = Cukup Puas
4. Skala 4 = Puas
5. Skala 5 = Sangat Puas

Nilai kinerja tiap atribut kepuasan pelanggan diperoleh dengan perhitungan rata-rata, yaitu data tingkat kepentingan pelanggan sebanyak 101 responden. Menurut rumus sebagai berikut :

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

Keterangan :

\bar{x} = Nilai rata-rata

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

n = jumlah responden

Sebagai contoh perhitungan pada butir pertama "Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman", yaitu:

$$\bar{x} = \frac{4 + 5 + 4 + 4 + 4 + 4 + \dots + 4 + 4}{101}$$

$$\bar{x} = 4.08$$

Untuk hasil selanjutnya bisa dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.11 Kinerja Perusahaan

No	<i>Voice of Customer</i>	Kinerja	Rangking
1	Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman	4.08	20
2	Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap	4.11	16
3	Bank menyediakan air minum untuk nasabah	3.94	26
4	Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas	4.07	21
5	Bank menggunakan peralatan modern (misal: komputer)	4.09	18
6	Bank berlokasi di tempat strategis	3.98	24
7	Formulir transaksi tidak membingungkan	4.08	19
8	Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan	4.16	10
9	Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat	4.06	22
10	Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank)	4.18	9
11	Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat	4.13	14
12	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan	4.19	7
13	Bank memiliki reputasi yang baik	4.22	4
14	Karyawan siap merespon permintaan nasabah	3.99	23
15	Karyawan bersedia membantu nasabah	4.14	13
16	Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap	4.18	8
17	Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank	4.21	5
18	Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah	4.13	15
19	Karyawan bersikap sopan secara konsisten	4.23	2
20	Jaminan keamanan dalam bertransaksi	4.24	1
21	Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi	4.21	6
22	Ketelitian karyawan dalam bertransaksi	4.22	3

No	<i>Voice of Customer</i>	Kinerja	Rangking
23	Keamanan tempat parkir	4.15	11
24	Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik	3.97	25
25	Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen	4.15	12
26	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan	4.10	17

d. Rasio Perbaikan

Rasio perbaikan bertujuan untuk mengetahui nilai yang harus dicapai oleh manajemen perusahaan yaitu pimpinan perusahaan untuk mencapai nilai target yang ditetapkan. Bila nilai kinerja lebih besar atau sama dengan nilai target maka tidak perlu perbaikan dan jika rasio perbaikan pada atribut yang pertama pada perusahaan adalah:

$$\begin{aligned} \text{Rasio Perbaikan} &= \frac{\text{Target}}{\text{Kinerja Jasa}} \\ &= \frac{5}{4,08} = 1,23 \end{aligned}$$

Hasil perhitungan rasio perbaikan secara keseluruhan dapat dilihat pada tabel 4.12.

Tabel 4.12 Rasio Perbaikan

No	Atribut	Rasio Perbaikan
1	Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman	1.23
2	Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap	0.97
3	Bank menyediakan air minum untuk nasabah	1.27
4	Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas	0.74
5	Bank menggunakan peralatan modern (misal : komputer)	1.22
6	Bank berlokasi di tempat strategis	1.26
7	Formulir transaksi tidak membingungkan	0.98
8	Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan	1.20

No	Atribut	Rasio Perbaikan
9	Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat	0.99
10	Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank)	0.96
11	Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat	0.97
12	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan	0.95
13	Bank memiliki reputasi yang baik	1.18
14	Karyawan siap merespon permintaan nasabah	1
15	Karyawan bersedia membantu nasabah	1.21
16	Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap	0.96
17	Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank	0.95
18	Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah	1.21
19	Karyawan bersikap sopan secara konsisten	1.18
20	Jaminan keamanan dalam bertransaksi	1.18
21	Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi	1.19
22	Ketelitian karyawan dalam bertransaksi	0.95
23	Keamanan tempat parkir	0.96
24	Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik	1.01
25	Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen	1.20
26	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan	1.22

e. Bobot Atribut Jasa

Atribut jasa yang akan ditingkatkan dan dikembangkan perlu ditentukan bobot prioritas atribut jasa tersebut. Dengan mengetahui prioritas pengembangan atribut jasa, maka dapat ditentukan urutan atribut mana yang akan ditingkatkan dan dikembangkan. Bobot setiap atribut dapat dihitung dengan rumus:

$$\text{Bobot} = \text{Derajat Kepentingan} \times \text{Rasio Perbaikan} \times \text{Sales Point}$$

Contoh perhitungan bobot pada atribut jasa yang pertama adalah sebagai berikut:

$$\text{Bobot} = 4.35 \times 1.23 \times 1.5$$

= 7.996

Hasil keseluruhan perhitungan bobot tiap atribut jasa seperti tercantum pada tabel 4.13

Tabel 4.13 Hasil Perhitungan Bobot Atribut Jasa

No	Atribut	Bobot
1	Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman	7.996
2	Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap	5.045
3	Bank menyediakan air minum untuk nasabah	7.900
4	Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas	3.821
5	Bank menggunakan peralatan modern (misal : komputer)	6.513
6	Bank berlokasi di tempat strategis	8.160
7	Formulir transaksi tidak membingungkan	5.224
8	Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan	8.023
9	Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat	5.285
10	Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank)	6.416
11	Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat	5.230
12	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan	5.121
13	Bank memiliki reputasi yang baik	7.998
14	Karyawan siap merespon permintaan nasabah	5.233
15	Karyawan bersedia membantu nasabah	8.007
16	Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap	6.344
17	Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank	5.005
18	Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah	6.378
19	Karyawan bersikap sopan secara konsisten	7.855
20	Jaminan keamanan dalam bertransaksi	8.031
21	Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi	7.838
22	Ketelitian karyawan dalam bertransaksi	6.299
23	Keamanan tempat parkir	6.419
24	Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik	5.175
25	Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen	7.970
26	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan	8.250

f. Normalisasi Bobot Atribut Jasa

Dari perhitungan bobot yang sudah diperoleh perlu dinormalisasikan. Menormalisasikan bobot bertujuan untuk memudahkan dalam menentukan prioritas pengembangan atribut mana yang perlu segera mendapat pengembangan. Normalisasi bobot dihitung dengan membagi bobot dengan total bobot.

$$\begin{aligned} \sum \text{ bobot} &= 7.996 + 5.045 + 7.900 + 3.821 + 6.513 + 8.160 + 5.224 + \\ &8.023 + 5.285 + 6.416 + 5.230 + 5.121 + 7.998 + 5.233 + \\ &8.007 + 6.344 + 5.005 + 6.378 + 7.855 + 8.031 + 7.838 + \\ &6.299 + 6.419 + 5.175 + 7.970 + 8.250 \\ &= 171.526 \end{aligned}$$

Contoh perhitungan normalisasi bobot untuk atribut jasa yang pertama adalah sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Normalisasi} &= \frac{\text{Bobot}}{\sum \text{Bobot}} \times 100\% \\ \text{Normalisasi} &= \frac{7996}{171526} \times 100\% \\ &= 4.662 \end{aligned}$$

Tabel 4.14 Normalisasi Bobot Atribut Jasa

No	Atribut	Bobot	Normalisasi
1	Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman	7.996	4.662
2	Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap	5.045	2.941
3	Bank menyediakan air minum untuk nasabah	7.900	4.605
4	Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas	3.821	2.228
5	Bank menggunakan peralatan modern (misal : komputer)	6.513	3.797
6	Bank berlokasi di tempat strategis	8.160	4.757
7	Formulir transaksi tidak membingungkan	5.224	3.045
8	Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan	8.023	4.677

No	Atribut	Bobot	Normalisasi
9	Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat	5.285	3.081
10	Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank)	6.416	3.740
11	Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat	5.230	3.049
12	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan	5.121	2.985
13	Bank memiliki reputasi yang baik	7.998	4.662
14	Karyawan siap merespon permintaan nasabah	5.233	3.051
15	Karyawan bersedia membantu nasabah	8.007	4.668
16	Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap	6.344	3.699
17	Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank	5.005	2.918
18	Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah	6.378	3.718
19	Karyawan bersikap sopan secara konsisten	7.855	4.579
20	Jaminan keamanan dalam bertransaksi	8.031	4.682
21	Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi	7.838	4.570
22	Ketelitian karyawan dalam bertransaksi	6.299	3.672
23	Keamanan tempat parkir	6.419	3.742
24	Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik	5.175	3.017
25	Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen	7.970	4.646
26	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan	8.250	4.810

g. Parameter Teknik

Parameter teknik merupakan hasil penterjemahan dari keinginan konsumen, dari keinginan konsumen diterjemahkan ke dalam bahasa teknik yang dapat diukur untuk menentukan target yang akan dicapai dan untuk menentukan atribut mana yang nantinya akan dikembangkan. Untuk menentukan parameter mana yang harus dinaikkan atau diturunkan, tentunya kita harus wawancara dan konsultasi dengan pihak manajemen perusahaan, untuk mengetahui parameter teknik yang sesuai dengan keinginan konsumen. Adapun hasil dari penterjemahan dari keinginan dan kebutuhan konsumen dapat diperoleh parameter teknik sebagai berikut:

Tabel 4.15 Parameter Teknik

No	Kebutuhan Pelanggan	Kebutuhan Teknis
1	Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman	Ruang pelayanan bebas dari asap rokok
		Tidak ada sampah di dalam ruang pelayanan
		Tersedia tempat sampah di dalam ruang pelayanan
		Penataan ruang yang menarik (tempat duduk, dll)
2	Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap	Brosur-brosur mengenai produk Bank tersedia secara lengkap sehingga dapat menjadi referensi bagi nasabah jika menginginkan produk lainnya.
3	Bank menyediakan air minum untuk nasabah	Tersedia air minum baik kemasan atau manual menggunakan gelas.
4	Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas	Tersedia tempat parkir yang bersih, nyaman dan luas.
		Tempat parkir beratap sehingga terhindar dari hujan dan panas
5	Bank menggunakan peralatan modern (misal : komputer)	Segala pencatatan transaksi menggunakan komputer.
6	Bank berlokasi di tempat strategis	Lokasi Bank mudah terjangkau.
7	Formulir transaksi tidak membingungkan	Formulir transaksi sederhana tetapi jelas berisi informasi penting yang dibutuhkan dalam bertransaksi
8	Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan	Karyawan berpakaian rapi dan sopan
		Semua karyawan memakai seragam
9	Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat	Karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat sesuai kebutuhan
10	Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank)	Bunga yang diberikan dalam setiap transaksi sesuai dengan yang dijanjikan di awal
11	Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat	Sistem pencatatan transaksi dilakukan secara teliti dan terjamin kebenarannya
12	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan	Dokumen nasabah tersimpan dengan baik.

No	Kebutuhan Pelanggan	Kebutuhan Teknis
13	Bank memiliki reputasi yang baik	Bank terkenal karena faktor yang baik
14	Karyawan siap merespon permintaan nasabah	Karyawan selalu siap memberikan tanggapan ketika nasabah menginginkan sesuatu
		Kedisiplinan karyawan dalam melakukan transaksi
15	Karyawan bersedia membantu nasabah	Karyawan selalu bersedia membantu nasabah bila nasabah memerlukan bantuan
16	Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap	Informasi yang diberikan oleh karyawan detail dan lengkap sehingga nasabah puas mendengar penjelasan karyawan
17	Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank	Tersedia karyawan yang bertugas menangani kritik dari nasabah
		Tersedia kotak saran dan kritik
18	Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah	Karyawan memiliki pengetahuan yang luas tentang perusahaan serta produknya
19	Karyawan bersikap sopan secara konsisten	Karyawan bersikap sopan terhadap nasabah secara konsisten atau tidak membedakan nasabah
		Perilaku karyawan sesuai dengan tata tertib, norma dan hukum yang berlaku
20	Jaminan keamanan dalam bertransaksi	Tersedia penjaga keamanan yang mengawasi setiap kegiatan transaksi perbankan
		Tersedia cctv
		Karyawan bersikap jujur
21	Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi	Ruang pelayanan kondusif sehingga baik karyawan maupun nasabah dapat melakukan transaksi dengan nyaman
22	Ketelitian karyawan dalam bertransaksi	Karyawan teliti dalam menghitung ataupun melakukan pencatatan
23	Keamanan tempat parkir	Tempat parkir dijaga oleh <i>security</i>
24	Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik	Karyawan bersedia menerima kritik dari nasabah

No	Kebutuhan Pelanggan	Kebutuhan Teknis
25	Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen	Karyawan tidak emosi ketika merespon kritik nasabah
26	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan	Salam, senyum dan sapa yang diterapkan oleh karyawan

- h. Hubungan Antara Kebutuhan Pelanggan (*Customer Requirement*) dengan Kebutuhan Teknis (*Technical Requirement*)

Menurut Imam Djati (2005), hubungan antara kebutuhan pelanggan (*customer requirement*) dengan kebutuhan teknis (*technical requirement*) dapat dinyatakan dalam tiga tingkatan, yaitu :

1. Hubungan Kuat

Maksudnya yaitu kebutuhan teknis memiliki korelasi yang kuat dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Korelasi ini disimbolkan dengan ● yang memiliki nilai 9

2. Hubungan Menengah

Maksudnya adalah kebutuhan teknis yang memiliki korelasi yang sedang dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Korelasi ini disimbolkan dengan ○ yang memiliki nilai 3

3. Hubungan Lemah

Maksudnya adalah kebutuhan teknis memiliki korelasi yang lemah dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Korelasi ini disimbolkan dengan △ yang memiliki nilai 1.

Selengkapnya mengenai hubungan antara kebutuhan pelanggan dengan kebutuhan teknis dapat dilihat pada Lampiran 8.

i. Penentuan Nilai Kepentingan Absolut dan Nilai Kepentingan Relatif Kebutuhan Teknis

Nilai kepentingan teknis atau bobot teknis dipakai untuk menganalisis karakteristik teknis yang memiliki point tertinggi sampai terendah. Penentuan bobot teknis bertujuan agar tim pengembang dapat lebih fokus pada karakteristik teknis yang memiliki respon tinggi dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Ada dua jenis bobot teknis yaitu kepentingan *absolute (absolute importance)* dan kepentingan relatif (*relative importance*). Tingkat kepentingan ini digunakan untuk menentukan atribut mana yang akan dijadikan prioritas terlebih dahulu untuk dilakukan.

Menurut Cohen (1995), secara matematika hubungan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Kt = \sum_{l=i}^n Bti \times Hi$$

Dimana :

Kt = nilai kepentingan absolute untuk masing-masing atribut

Bti = bobot kepentingan relatif keinginan pelanggan yang memiliki hubungan dengan atribut kebutuhan teknis yang ada

Hi = nilai hubungan untuk keinginan pelanggan yang memiliki hubungan dengan atribut kebutuhan teknis yang ada.

Contoh perhitungan untuk perhitungan tingkat kepentingan absolute untuk atribut Bunga yang diberikan dalam setiap transaksi sesuai dengan yang dijanjikan di awal adalah sebagai berikut :

$$K_t = (3.045 \times 1) + (3.081 \times 1) + (3.672 \times 9) \\ = 39,174$$

Sedangkan untuk tingkat kepentingan relative diperoleh dari hasil bagi antara masing-masing kepentingan absolute dikalikan dengan 100%.

$$\text{Kepentingan Relatif}(t) = \frac{K_{ti}}{\sum K_t} \times 100\%$$

Keterangan :

$\sum K_t$ = Jumlah total nilai kepentingan absolute kebutuhan teknis

K_{ti} = Nilai Kepentingan absolute kebutuhan teknis

Contoh perhitungan tingkat kepentingan relative untuk atribut bunga yang diberikan dalam setiap transaksi sesuai dengan yang dijanjikan diawal adalah :

$$\text{Kepentingan Relatif}(t) = \frac{39.174}{1298.885} \times 100\% = 3.016\%$$

Untuk hasil perhitungan selengkapnya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.16 Nilai Kepentingan Absolut dan Kepentingan Relatif

No	Parameter Teknik	Nilai	Nilai Matriks dalam %	Rangking
1	Ruang pelayanan bebas dari asap rokok	41,130	3,167	16
2	Tidak ada sampah di dalam ruang pelayanan	41,958	3,230	11
3	Tersedia tempat sampah di dalam ruang pelayanan	41,130	3,167	17
4	Penataan ruang yang menarik (tempat duduk, dll)	41,130	3,167	18
5	Brosur-brosur mengenai produk Bank tersedia secara lengkap sehingga dapat menjadi referensi bagi nasabah jika menginginkan produk lainnya.	44,511	3,427	7
6	Tersedia air minum baik kemasan atau manual menggunakan gelas.	41,130	3,167	15

No	Parameter Teknik	Nilai	Nilai Matriks dalam %	Rangking
7	Tersedia tempat parkir yang bersih, nyaman dan luas.	3,742	0,288	36
8	Tempat parkir beratap sehingga terhindar dari hujan dan panas.	34,173	2,631	23
9	Segala pencatatan transaksi menggunakan komputer.	4,677	0,360	33
10	Lokasi Bank mudah terjangkau.	4,662	0,359	34
11	Formulir transaksi sederhana tetapi jelas berisi informasi penting yang dibutuhkan dalam bertransaksi	3,797	0,292	35
12	Karyawan berpakaian rapi dan sopan	43,290	3,333	8
13	Semua karyawan memakai seragam	42,093	3,241	13
14	Karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat sesuai kebutuhan	14,004	1,078	26
15	Bunga yang diberikan dalam setiap transaksi sesuai dengan yang dijanjikan di awal	39,174	3,016	19
16	Sistem pencatatan transaksi dilakukan secara teliti dan terjamin kebenarannya	14,269	1,099	25
17	Dokumen nasabah tersimpan dengan baik.	61,389	4,726	6
18	Bank terkenal karena faktor yang baik	41,958	3,230	9
19	Karyawan selalu siap memberikan tanggapan ketika nasabah menginginkan sesuatu	41,715	3,212	14
20	Kedisiplinan karyawan dalam melakukan transaksi	83,970	6,465	2
21	Karyawan selalu bersedia membantu nasabah bila nasabah memerlukan bantuan	83,403	6,421	3
22	Informasi yang diberikan oleh karyawan detail dan lengkap sehingga nasabah puas mendengar penjelasan karyawan	9,051	0,697	30
23	Tersedia karyawan yang bertugas menangani kritik dari nasabah	26,262	2,022	24
24	Tersedia kotak saran dan kritik	33,291	2,563	22
25	Karyawan memiliki pengetahuan yang luas tentang perusahaan serta produknya	41,958	3,230	10
26	Karyawan bersikap sopan terhadap nasabah secara konsisten atau tidak membedakan nasabah	33,462	2,576	21

No	Parameter Teknik	Nilai	Nilai Matriks dalam %	Rangking
27	Perilaku karyawan sesuai dengan tata tertib, norma dan hukum yang berlaku	92,124	7,093	1
28	Tersedia penjaga keamanan yang mengawasi setiap kegiatan transaksi perbankan	14,046	1,081	29
29	Tersedia cctv	75,816	5,837	4
30	Karyawan bersikap jujur	8,955	0,689	31
31	Ruang pelayanan kondusif sehingga baik karyawan maupun nasabah dapat melakukan transaksi dengan nyaman	14,024	1,080	30
32	Karyawan teliti dalam menghitung ataupun melakukan pencatatan	26,865	2,068	28
33	Tempat parkir dijaga oleh <i>security</i>	2,228	0,172	32
34	Karyawan bersedia menerima kritik dari nasabah	41,814	3,219	12
35	Karyawan tidak emosi ketika merespon kritik nasabah	70,443	5,423	5
36	Salam, senyum dan sapa yang diterapkan oleh karyawan	41,211	3,173	20
	Jumlah	1289,855	100,000	

k. Penentuan Target Kebutuhan Teknis Arah Perbaikan

Nilai target direpresentasikan untuk memenuhi keinginan konsumen, dimana dari kebutuhan teknis ini akan ditentukan target dan arah perbaikannya. Dalam menentukan arah perbaikannya, terdapat 5 simbol arah perbaikan yang dapat dilakukan oleh perusahaan, yaitu :

1. ↑ Kebutuhan teknis saat ini akan lebih baik apabila dilakukan pengadaan maupun usaha sehingga target perusahaan dapat tercapai.

2. ↓ Kebutuhan teknis saat ini akan lebih baik apabila diturunkan atau dihilangkan sehingga target perusahaan dapat tercapai.
3. ○ Kebutuhan teknis saat ini sudah sesuai dengan target perusahaan
4. ⬆ Kebutuhan teknis saat ini sudah sesuai dengan target perusahaan, tetapi akan lebih baik jika ditingkatkan sesuai dengan keinginan konsumen
5. ⬇ Kebutuhan teknis saat ini sudah sesuai dengan target perusahaan, tetapi akan lebih baik jika diturunkan sesuai dengan keinginan konsumen.

Tabel 4.17 Target Kebutuhan Teknis (*Technical Requirement*)

No	<i>Technical Requirement</i>	Arah Perbaikan	Target
1	Ruang pelayanan bebas dari asap rokok	↑	Memasang papan larangan merokok
2	Tidak ada sampah di dalam ruang pelayanan	○	Cleaning Service siap membersihkan ketika kondisi ruangan tampak kotor
3	Tersedia tempat sampah di dalam ruang pelayanan	○	2 unit tempat sampah di dalam ruang pelayanan
4	Penataan ruang yang menarik (tempat duduk, dll)	⬆	Menata ulang ruang pelayanan agar lebih menarik
5	Brosur-brosur mengenai produk Bank tersedia secara lengkap sehingga dapat menjadi referensi bagi nasabah jika menginginkan produk lainnya.	⬆	Brosur tersedia di meja teller ataupun meja customer service
6	Tersedia air minum baik kemasan atau manual menggunakan gelas.	○	Tersedia air minum kemasan ataupun manual di sudut ruangan
7	Tersedia tempat parkir yang bersih, nyaman dan luas.	⬆	Cleaning Service siap membersihkan ketika kondisi tempat parkir tampak kotor
8	Tempat parkir beratap sehingga terhindar dari hujan dan panas.	⬆	Membuat tempat parkir yang beratap
9	Segala pencatatan transaksi menggunakan komputer.	⬆	Terdapat komputer di meja teller dan customer service
10	Lokasi Bank mudah terjangkau.	○	Bank berlokasi di dekat jalan raya

No	<i>Technical Requirement</i>	Arah Perbaikan	Target
11	Formulir transaksi sederhana tetapi jelas berisi informasi penting yang dibutuhkan dalam bertransaksi	○	Formulir hanya berisi data utama yang digunakan untuk bertransaksi
12	Karyawan berpakaian rapi dan sopan	○	Seluruh karyawan harus berpakaian resmi
13	Semua karyawan memakai seragam	○	Setiap hari seluruh karyawan memakai seragam
14	Karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat sesuai kebutuhan	↑ ○	Meningkatkan kemampuan karyawan
15	Bunga yang diberikan dalam setiap transaksi sesuai dengan yang dijanjikan di awal	↑ ○	Ada papan informasi mengenai bunga yang berlaku pada saat itu.
16	Sistem pencatatan transaksi dilakukan secara teliti dan terjamin kebenarannya	↑ ○	Tidak terjadi kesalahan dalam pencatatan
17	Dokumen nasabah tersimpan dengan baik.	↑ ○	Bank memiliki tempat penyimpanan yang aman
18	Bank terkenal karena faktor yang baik	↑ ○	Bank memberikan pelayanan terbaik kepada konsumen agar reputasinya tetap terjaga
19	Karyawan selalu siap memberikan tanggapan ketika nasabah menginginkan sesuatu	↑ ○	Semua karyawan dilatih untuk memberikan respon positif kepada nasabah
20	Kedisiplinan karyawan dalam melakukan transaksi	↑ ○	Meningkatkan kemampuan karyawan dalam bertransaksi
21	Karyawan selalu bersedia membantu nasabah bila nasabah memerlukan bantuan	↑ ○	Semua karyawan dilatih untuk siap membantu nasabah
22	Informasi yang diberikan oleh karyawan detail dan lengkap sehingga nasabah puas mendengar penjelasan karyawan	↑ ○	Setiap karyawan harus memiliki <i>product knowledge</i> yang baik
23	Tersedia karyawan yang bertugas menangani kritik dari nasabah	↑	Terdapat 1 petugas untuk menangani kritik dan saran.
24	Tersedia kotak saran dan kritik	↑	Terdapat 1 kotak saran dan

No	Technical Requirement	Arah Perbaikan	Target
			kritik di ruang pelayanan
25	Karyawan memiliki pengetahuan yang luas tentang perusahaan serta produknya	↑ ○	Setiap Karyawan wajib mengetahui informasi dasar mengenai perusahaan.
26	Karyawan bersikap sopan terhadap nasabah secara konsisten atau tidak membedakan nasabah	↑ ○	Setiap karyawan wajib menyapa ketika nasabah melakukan transaksi
27	Perilaku karyawan sesuai dengan tata tertib, norma dan hukum yang berlaku	↑ ○	Memberikan pengetahuan tentang tata tertib, norma dan hukum yang berlaku kepada seluruh karyawan
28	Tersedia penjaga keamanan yang mengawasi setiap kegiatan transaksi perbankan	○	Terdapat 2 satpam dan 1 polisi
29	Tersedia cctv	↑	Terdapat 1 cctv diruang pelayanan
30	Karyawan bersikap jujur	↑ ○	Memberikan pelatihan kepada karyawan untuk bersikap jujur
31	Ruang pelayanan kondusif sehingga baik karyawan maupun nasabah dapat melakukan transaksi dengan nyaman	↑ ○	Menjaga keadaan ruang pelayanan agar nyaman (tidak bising,dll)
32	Karyawan teliti dalam menghitung ataupun melakukan pencatatan	↑ ○	Meningkatkan kemampuan karyawan agar lebih teliti dalam bertransaksi
33	Tempat parkir dijaga oleh <i>security</i>	○	Terdapat 1 orang <i>security</i>
34	Karyawan bersedia menerima kritik dari nasabah	↑ ○	Karyawan bersikap terbuka terhadap kritik dan saran yang disampaikan oleh nasabah
35	Karyawan tidak emosi ketika merespon kritik nasabah	↑ ○	Karyawan bersikap terbuka terhadap kritik dan saran yang disampaikan oleh nasabah
36	Salam, senyum dan sapa yang diterapkan oleh karyawan	↑ ○	Semua karyawan menerapkan senyum, salam, sapa kepada semua nasabah

1. Penentuan Hubungan Antar Kebutuhan Teknis

Hubungan antar kebutuhan teknis menggambarkan hubungan antara kebutuhan konsumen dengan karakteristik teknis yang menunjukkan sejauh mana pengaruh karakteristik teknis yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Pola hubungan antar kebutuhan teknis dapat dinyatakan sebagai berikut :

1. Korelasi positif, disimbolkan dengan \bigcirc , hubungan ini terjadi bila kedua kebutuhan teknis saling mendukung untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
2. Korelasi negatif, disimbolkan dengan X, hubungan ini terjadi bila kedua kebutuhan teknis tidak saling mendukung atau bertentangan dengan kebutuhan konsumen

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

m. *Gap* Antara Kepentingan atau Ekspektasi dengan Harapan atau Persepsi

Gap dapat dilihat dari perbedaan kualitas pelayanan yang diberikan antara tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan/harapan. Hasil dari perhitungan *gap* antara yang diharapkan konsumen dengan realisasi yang diberikan perusahaan kepada konsumen dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 4.18 Perhitungan Gap Antara Tingkat Kepentingan Dan Kepuasan

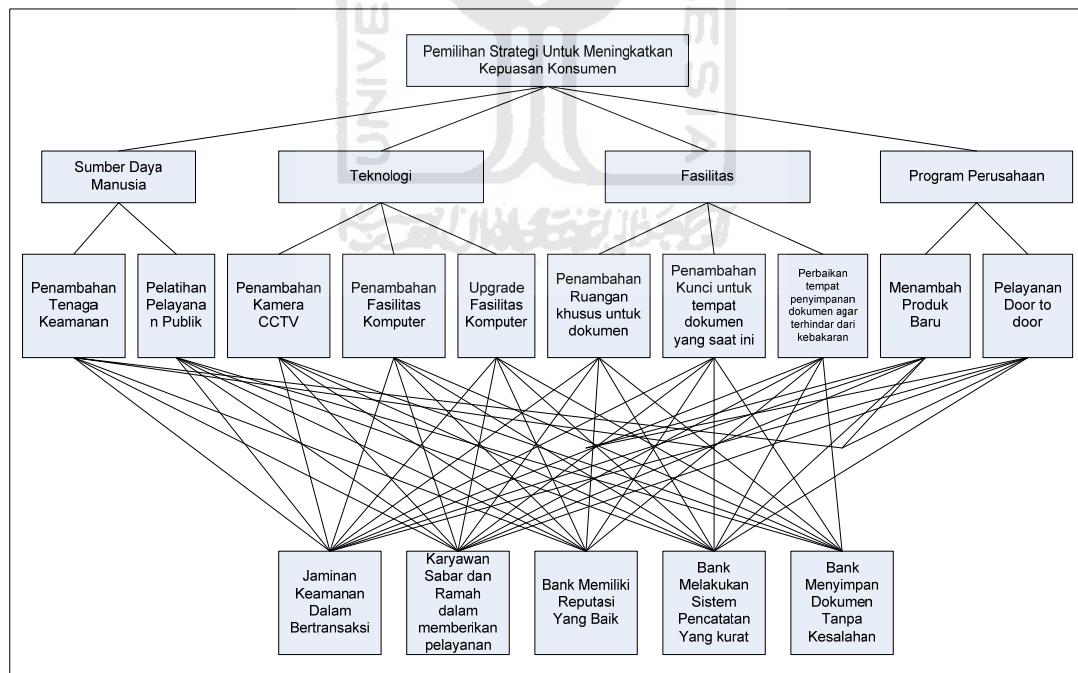
No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan	Gap	Rangking
1	Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman	4,35	4,08	-0,27	16
2	Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap	4,32	4,11	-0,21	23

No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan	Gap	Rangking
3	Bank menyediakan air minum untuk nasabah	4,15	3,94	-0,21	22
4	Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas	4,32	4,07	-0,25	19
5	Bank menggunakan peralatan modern (misal: komputer)	4,44	4,09	-0,35	7
6	Bank berlokasi di tempat strategis	4,33	3,98	-0,35	6
7	Formulir transaksi tidak membingungkan	4,44	4,08	-0,36	5
8	Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan	4,45	4,16	-0,29	12
9	Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat	4,47	4,06	-0,41	2
10	Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank)	4,47	4,18	-0,29	11
11	Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat	4,5	4,13	-0,37	3
12	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan	4,47	4,19	-0,28	15
13	Bank memiliki reputasi yang baik	4,5	4,22	-0,28	14
14	Karyawan siap merespon permintaan nasabah	4,35	3,99	-0,36	4
15	Karyawan bersedia membantu nasabah	4,42	4,14	-0,28	13
16	Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap	4,42	4,18	-0,24	20
17	Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank	4,39	4,21	-0,18	26
18	Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah	4,39	4,13	-0,26	18
19	Karyawan bersikap sopan secara konsisten	4,43	4,23	-0,2	24
20	Jaminan keamanan dalam bertransaksi	4,54	4,24	-0,3	9
21	Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi	4,4	4,21	-0,19	25
22	Ketelitian karyawan dalam bertransaksi	4,43	4,22	-0,21	21
23	Keamanan tempat parkir	4,44	4,15	-0,29	10
24	Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik	4,28	3,97	-0,31	8

No	Atribut	Kepentingan	Kepuasan	Gap	Rangking
25	Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen	4,41	4,15	-0,26	17
26	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan	4,51	4,1	-0,41	1

4.2.5 Analytical Hierarchy Process (AHP)

Analytical Hierarchy Process digunakan untuk menyusun skala prioritas dalam pengambilan keputusan guna meningkatkan kepuasan pelanggan pada PT. BPR Shinta Bhakti Wedi. Kuesioner yang disebar sebanyak 3 lembar kepada pihak perusahaan selaku pengambil keputusan. Selengkapnya mengenai kuisisioner yang digunakan dalam pengambilan data serta hasil rekap kuisisioner dapat dilihat pada Lampiran 3 dan 6. Berdasarkan pola permasalahan dalam penelitian ini, dapat dibentuk hierarki sebagai berikut:



Gambar 4.2 Hierarki Permasalahan

Alternative yang digunakan dalam pemilihan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan konsumen PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bhakti Wedi adalah sebagai berikut:

1. Jaminan keamanan dalam bertransaksi, yaitu bank melakukan langkah-langkah yang dapat meningkatkan rasa aman bagi konsumen dalam melakukan transaksi.
2. Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan, yaitu sikap karyawan dalam menghadapi konsumen semakin sabar dan ramah. Karena karakteristik konsumen berbeda dan bermacam-macam, maka diperlukan kesabaran dan keramahan dalam menghadapi konsumen.
3. Bank memiliki reputasi yang baik, yaitu bank dikenal oleh masyarakat karena program-program yang diberikan sesuai dengan yang di janjikan, belum pernah memiliki masalah hukum yang berkaitan dengan pelayanan konsumen.
4. Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat, yaitu bank menyediakan sistem pencatatan transaksi yang akurat tanpa kesalahan. Upaya-upaya yang dapat dilakukan antara lain dengan menyediakan perlengkapan komputer yang update serta kesiapan karyawan agar selalu teliti dalam transaksi dan proses pencatatan.
5. Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan, yaitu dokumen yang tersimpan oleh bank benar-benar terjaga. Upaya yang dapat dilakukan antara lain : membuat tempat penyimpanan khusus atau menambah keamanan pada tempat yang sudah ada.

4.2.5.1 Langkah Perhitungan Menggunakan *Analytical Hierarchy Process*

1. Menghitung *Geometric Mean*

Berdasarkan hierarki permasalahan yang telah dibuat, dapat disusun kuisioner yang disebarakan kepada para pejabat atau pihak-pihak yang berperan dalam

pengambilan keputusan pada PT. BPR Shinta Bhakti Wedi. *Geometric Mean* digunakan untuk mendapatkan nilai rata-rata dari beberapa pengambil keputusan. *Geometric Mean* dapat diperoleh dengan langkah:

$$Geometric\ Mean = \sqrt[n]{n_1 * n_2 * \dots * n_x}$$

Maka nilai *geometric mean* untuk kriteria 1 adalah:

$$\begin{aligned} Geometric\ Mean &= \sqrt[3]{0.5 * 0,25 * 11} \\ &= 0.5 \end{aligned}$$

Selengkapnya mengenai rekap kuisioner hingga perhitungan *geometric mean* dapat dilihat pada lampiran 6. Table 4.18 dibawah ini menunjukkan hasil perhitungan *geometric mean* perbandingan antar kriteria.

Tabel 4.18 Hasil Perhitungan *Geometric Mean* Perbandingan Antar Kriteria

Responden	Kriteria					
	1	2	3	4	5	6
A	0.5	1	1	1	0.25	0.5
B	0.25	1	1	1	1	0.5
C	1	1	1	1	0.5	0.5
Geometric Mean	0.5	1.0	1.0	1.0	0.5	0.5

Keterangan: Kriteria 1 = Perbandingan Kriteria Sumber Daya X Kriteria Teknologi

Kriteria 2 = Perbandingan Kriteria Sumber Daya X Kriteria Fasilitas

Kriteria 3 = Perbandingan Kriteria Sumber Daya X Kriteria Program Perusahaan.

Kriteria 4 = Perbandingan Kriteria Teknologi X Kriteria Fasilitas

Kriteria 5 = Perbandingan Kriteria Teknologi X Kriteria Program

Perusahaan.

Kriteria 6 = Perbandingan Kriteria Fasilitas X Kriteria

Program Perusahaan.

2. Langkah kedua dalam pengolahan data ini adalah membuat matriks perbandingan seperti pada table 4.19

Tabel 4.19 Matrik Perbandingan antar Kriteria

	S	T	F	PP
S	1	0.5	1	1
T	2	1	1	0.5
F	1	1	1	0.5
PP	1	2	2	1
Jumlah	5	4.5	5	3

Keterangan: S : Sumber Daya
 T : Teknologi
 F : Fasilitas
 PP : Program Perusahaan

3. Membuat matriks perbandingan yang telah dinormalisasi

Matriks perbandingan yang telah dinormalisasi dapat diperoleh dengan cara membagi nilai matriks dengan total dari masing-masing kolom.

Contoh: Jumlah Kolom Pertama = 5

Maka normalisasi matriks perbandingan untuk kolom 1 Baris 1 = $\frac{1}{5} = 0.2$

Hasil selengkapnya mengenai normalisasi matriks perbandingan dapat dilihat pada table dibawah ini:

Tabel 4.20 Matrik Perbandingan yang Dinormalisasi

	S	T	F	PP	Jumlah	Rata-Rata
S	0.200	0.111	0.200	0.333	0.844	0.211
T	0.400	0.222	0.200	0.167	0.989	0.247
F	0.200	0.222	0.200	0.167	0.789	0.197
PP	0.200	0.444	0.400	0.333	1.378	0.344
Jumlah	1.00	1.00	1.00	1.00	4.00	1.00

Nilai Rata-rata pada normalisasi matriks perbandingan merupakan nilai prioritas dalam pengolahan data menggunakan *Analytical Hierarchy Process*.

4. *Consistency Ratio*

Penelitian ini menggunakan bantuan software expert choice 2000. Berdasarkan pengolahan data menggunakan Expert Choice 2000 diketahui bahwa nilai Consistency Ratio untuk perbandingan antar kriteria sebesar 0.07. Hal ini berarti bahwa responden konsisten dalam memberikan jawaban terhadap pertanyaan kuisioner yang telah diajukan. *Consistency Ratio* dapat diterima apabila bernilai ≤ 0.1 .

5. Selengkapnya mengenai prioritas dalam pemilihan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan berdasarkan pengolahan data menggunakan bantuan software *expert choice 2000* dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 4.22 Nilai Perbandingan

No	Keputusan	Nilai Prioritas	Rangking
1	Jaminan keamanan dalam bertransaksi	0.391	1
2	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan	0.110	5
3	Bank memiliki reputasi yang baik	0.154	4
4	Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat	0.156	3
5	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan	0.188	2

4.2.6 Importance Performance Analysis

Dalam importance performance analysis, langkah pertama yang dilakukan adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan dan kinerja untuk setiap atribut dengan rumus:

$$\bar{X}_i = \frac{\sum_{i=1}^k X_i}{n}$$

$$\bar{Y}_i = \frac{\sum_{i=1}^k Y_i}{n}$$

Dimana: \bar{X}_i = Bobot rata-rata tingkat penilaian kinerja atribut ke-i

\bar{Y}_i = Bobot rata-rata tingkat penilaian kepentingan atribut ke-i

n = Jumlah responden

Contoh Perhitungan:

Rata-rata kinerja atribut 1:

$$\bar{X}_i = \frac{4 + 5 + 4 + \dots + 4 + 4}{101}$$

$$= 4.08$$

Rata-rata kepentingan atribut 1:

$$\bar{Y}_1 = \frac{4 + 4 + 4 + \dots + 4 + 5}{101}$$

$$= 4.35$$

Selengkapnya mengenai nilai rata-rata kepentingan dan atribut dapat dilihat pada table di bawah ini:

Tabel 4.23 Nilai Rata-Rata kinerja dan kepentingan dari masing-masing atribut

Atribut	\bar{x}	\bar{y}	Atribut	\bar{x}	\bar{y}
1	4.08	4.35	16	4.18	4.42
2	4.11	4.32	17	4.21	4.39
3	3.94	4.15	18	4.13	4.39
4	4.07	4.32	19	4.23	4.43
5	4.09	4.44	20	4.24	4.54
6	3.98	4.33	21	4.21	4.40
7	4.08	4.44	22	4.22	4.43
8	4.16	4.45	23	4.15	4.44
9	4.06	4.47	24	3.97	4.28
10	4.18	4.47	25	4.15	4.41
11	4.13	4.50	26	4.10	4.51
12	4.19	4.47			
13	4.22	4.50			
14	3.99	4.35			
15	4.14	4.42			

Langkah selanjutnya yaitu menghitung rata-rata tingkat kepentingan dan kinerja untuk keseluruhan atribut dengan rumus:

$$\bar{\bar{X}}_l = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{X}_l}{n}$$

$$\bar{\bar{Y}}_l = \frac{\sum_{i=1}^k \bar{Y}_l}{n}$$

Dimana: $\bar{\bar{X}}_l$ = nilai rata-rata kinerja atribut

$\bar{\bar{Y}}_l$ = nilai rata-rata kepentingan atribut

n = jumlah atribut

Perhitungan:

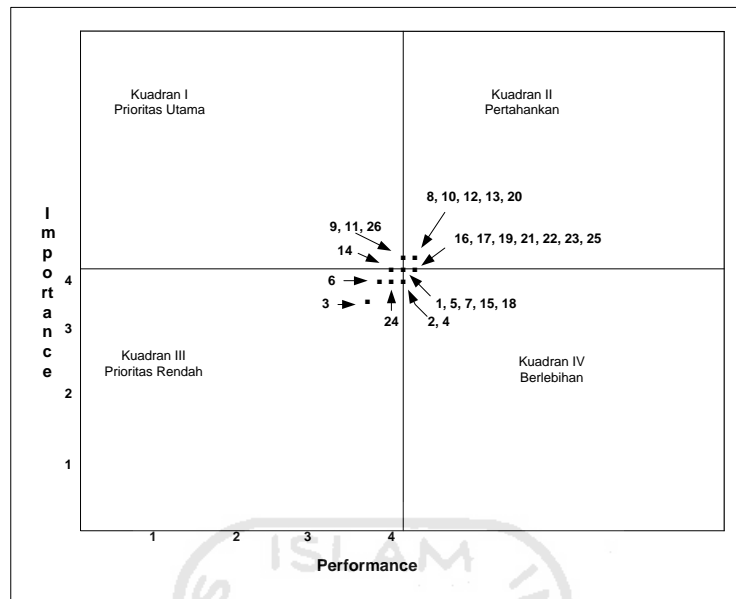
a. Nilai rata-rata kinerja atribut:

$$\begin{aligned} \bar{\bar{X}}_l &= \frac{4.08 + 4.11 + 3.94 + \dots + 4.15 + 4.10}{26} \\ &= 4.12 \end{aligned}$$

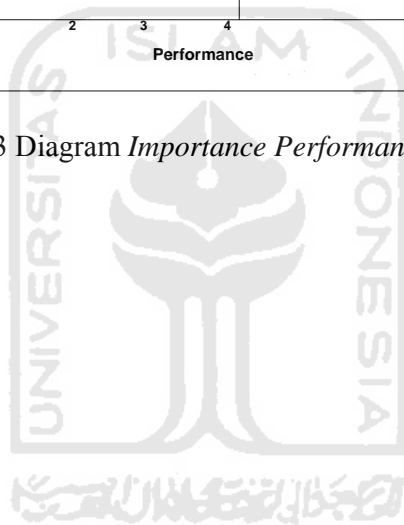
b. Nilai rata-rata kepentingan atribut:

$$\begin{aligned} \bar{\bar{Y}}_l &= \frac{4.35 + 4.32 + 4.15 + \dots + 4.41 + 4.51}{26} \\ &= 4.40 \end{aligned}$$

Nilai $\bar{\bar{X}}_l$ ini memotong tegak lurus pada sumbu horizontal, yakni sumbu yang mencerminkan kinerja atribut (X). sedangkan nilai $\bar{\bar{Y}}_l$ memotong tegak lurus pada sumbu vertical, yakni sumbu yang mencerminkan kepentingan atribut (Y). Nilai-nilai tersebut diplotkan kedalam diagram kartesius seperti ditunjukkan oleh gambar 4.3.



Gambar 4.3 Diagram *Importance Performance Analysis*



BAB V

PEMBAHASAN

5.1 Analisis Hasil Kuisisioner

5.1.1 Uji Kecukupan Data

Berdasarkan perhitungan Uji Kecukupan Data yang terdapat pada pengolahan data, dengan tingkat kepercayaan 95% dan *error* 5%, didapat jumlah data (sampel) minimal yaitu 68 data. Dengan pengambilan data sebanyak 101 kuesioner, dianggap sudah cukup mewakili sebagai sampel dari suatu populasi karena data minimal yang dibutuhkan hanya 68 kuesioner.

5.1.2 Pengujian Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *Software* SPSS 16 *for Windows* yang hasilnya dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Corelation*. Uji validitas data pada penelitian ini dilakukan hanya 1 (satu) iterasi saja karena pada iterasi tersebut, atribut pertanyaan sudah *valid* seluruhnya. Ini berarti atribut-atribut kuesioner telah mampu mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan dengan atribut tersebut.

5.1.3 Pengujian Reliabilitas

Pengolahan data dengan bantuan *Software* SPSS 16 *for Windows* menghasilkan sebesar 0.968 (dapat dilihat dari nilai *Cronbach's Alpha*). Apabila koefisien reliabilitas mendekati 1, maka kuesioner dikatakan mempunyai reliabilitas yang baik. Selain itu, nilai $(0.968) \geq r_{tabel}$ (0.1338). Dengan ini dapat disimpulkan bahwa atribut-atribut kuesioner

reliable. Ini berarti atribut-atribut kuesioner dapat memperlihatkan kemantapan atau stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan atribut-atribut tersebut. Berapa kali pun atribut-atribut kuesioner ditanyakan kepada responden yang berlainan, hasilnya tidak akan menyimpang terlalu jauh dari rata-rata jawaban responden untuk atribut tersebut.

5.2 Analisis Quality Function Deployment

Quality Function Deployment adalah sebuah sistem pengembangan produk dan jasa yang dimulai dari merancang produk atau jasa, proses manufaktur sampai produk atau jasa tersebut ke tangan konsumen, dimana pengembangan berdasarkan kepada keinginan konsumen. Menurut Cohen (1995), terdapat 4 fase dalam proses pengembangan *Quality Function Deployment (QFD)*, salah satu diantaranya adalah matrik perencanaan produk (*House Of Quality*). *HOQ (House of Quality)* merupakan matrik yang menggambarkan keseluruhan informasi yang diperlukan untuk mengembangkan PT. BPR Shinta Bhakti Wedi di dalam menghadapi persaingan yang begitu ketat. Tahap pembuatan *HOQ* dapat diuraikan sebagai berikut:

4.1.1 Customer Requirement

Customer Requirement berisi atribut kebutuhan pelanggan sebagai masukan dasar membangun *Quality Function Deployment*. Dari hasil observasi dan wawancara di lapangan terhadap nasabah PT. BPR Shinta Bhakti Wedi, diperoleh 26 atribut yang menjadi kebutuhan konsumen. Kebutuhan konsumen tersebut dapat dilihat pada tabel 4.9.

4.1.2 *Important Rating*

Important rating atau tingkat kepentingan relatif diperoleh dari penilaian responden terhadap atribut kualitas pelayanan yang diharapkan dari penyedia jasa keuangan PT. BPR Shinta Bhakti Wedi.

Dari hasil observasi dan pengolahan data yang telah dijelaskan di bab sebelumnya, untuk atribut dengan tingkat kepentingan paling besar ke nilai yang paling kecil pada atribut (no.20) jaminan keamanan dalam bertransaksi dengan skor sebesar 4.54, atribut (no.26) karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan sebesar 4.51, atribut (no.13) Bank memiliki reputasi yang baik dan atribut (no.11) bank melakukan pencatatan yang akurat mempunyai nilai *importance rating* yang sama yaitu sebesar 4.50. Selanjutnya, atribut yang berada pada rangking 5 yaitu atribut (no.12) bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan memiliki tingkat kepentingan yang sama dengan atribut (no.9) karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat; dan atribut (no. 10) Bank memberikan jasa sesuai yang dijanjikan sebesar 4,47. Atribut (no. 8) karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan berada pada rangking selanjutnya dengan nilai tingkat kepentingan sebesar 4,45. Atribut (no23) keamanan tempat parkir memiliki nilai kepentingan sebesar 4,44 sama dengan atribut (no 5) bank menggunakan peralatan modern dan atribut (no 7) formulir transaksi tidak membingungkan. Pada rangking 12 terdapat atribut (no 22) ketelitian karyawan dalam bertransaksi mempunyai nilai sebesar 4,43 dimana nilai tersebut sama dengan atribut (no 19) karyawan bersikap sopan secara konsisten. Atribut selanjutnya (no. 15) karyawan bersedia membantu nasabah dan atribut (no 16) karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap memiliki nilai yang sama sebesar 4,42. Atribut selanjutnya (no 25) karyawan memberikan respon yang baik

dalam menerima kritik dari konsumen memiliki nilai sebesar 4,41 diteruskan dengan atribut (no 21) jaminan kenyamanan dalam bertransaksi dengan nilai sebesar 4,40. Atribut selanjutnya (no 18) karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah, (no 17) nasabah dapat dengan mudah menyampaikan keluhan kepada pihak bank memiliki nilai yang sama sebesar 4,39. Atribut selanjutnya (no 14) karyawan siap menerima respon nasabah dan atribut (no 1) bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman memiliki nilai yang sama sebesar 4,35. Atribut selanjutnya (no 6) bank berlokasi di tempat strategis memiliki nilai sebesar 4,33. Atribut selanjutnya (no 4) bank menyediakan tempat parkir yang luas dan nyaman memiliki nilai sebesar 4,32 sama dengan atribut (no 2) bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap. Atribut selanjutnya (no 24) karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik memiliki nilai sebesar 4,28. Atribut yang memiliki nilai paling rendah yaitu atribut (no 3) bank menyediakan air minum untuk nasabah memiliki nilai sebesar 4,15.

e.i. Analisis Tingkat Kinerja Perusahaan

Hasil pengolahan data seperti tertera pada Tabel 4. Kinerja Perusahaan, diketahui bahwa kinerja yang memiliki ranking tertinggi terdapat pada atribut (no 20) jaminan keamanan dalam bertransaksi dengan nilai 4,24. Hal tersebut sesuai dengan kebutuhan pelanggan yang juga menginginkan atribut tersebut ada di ranking pertama.

Atribut selanjutnya (no 19) karyawan bersikap sopan secara konsisten dengan nilai 4,23. Kinerja tersebut menduduki peringkat kedua yang berarti bahwa karyawan telah menerapkan budaya agar selalu sopan kepada pelanggan. Atribut selanjutnya, yaitu (no 22) ketelitian karyawan dalam bertransaksi dan atribut (no 13) bank memiliki reputasi yang baik, memiliki nilai yang sama sebesar 4,22. Hal tersebut menunjukkan bahwa

karyawan PT. BPR Shinta Bhakti Wedi telah cukup teliti dalam melakukan transaksi dengan nasabah dan PT. BPR Shinta Bhakti Wedi sebagai penyedia jasa keuangan telah dikenal dengan reputasi yang baik. Pada ranking kelima terdapat atribut (no 17) nasabah dapat dengan mudah menyampaikan keluhan kepada karyawan memiliki nilai yang sama dengan atribut (no 21) jaminan kenyamanan dalam bertransaksi memiliki nilai sebesar 4,21. Hal tersebut berarti bahwa pihak PT. BPR Shinta Bhakti Wedi sangat siap dalam menerima saran dan kritik dari nasabahnya. Atribut pada ranking selanjutnya (no 12) bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan memiliki nilai 4,19. Atribut selanjutnya (no 16) karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap dan atribut (no 10) bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank) memiliki nilai 4,18; atribut karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan memiliki nilai 4,16; atribut keamanan tempat parkir dan atribut karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen memiliki nilai yang sama sebesar 4,15; atribut karyawan bersedia membantu nasabah memiliki nilai 4,14; atribut bank melakukan sistem pencatatan yang akurat dan atribut karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah memiliki nilai yang sama yakni sebesar 4,13; atribut Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap memiliki nilai sebesar 4,11; atribut karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan memiliki nilai sebesar 4,10; atribut bank menggunakan peralatan modern (misal: komputer) memiliki nilai sebesar 4,09; atribut formulir transaksi tidak membingungkan dan atribut bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman memiliki nilai yang sama sebesar 4,08; atribut bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas memiliki nilai sebesar 4,07; atribut karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat memiliki nilai sebesar 4,06; atribut karyawan siap merespon permintaan

nasabah memiliki nilai sebesar 3,99; atribut bank berlokasi di tempat strategis memiliki nilai sebesar 3,98; atribut karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik memiliki nilai sebesar 3,97; atribut bank menyediakan air minum untuk nasabah memiliki nilai sebesar 3,94.

5.2.4 Menterjemahkan Kebutuhan Pelanggan ke dalam Kebutuhan Teknis

Setelah dilakukan observasi kepada para nasabah PT. BPR Bank Shinta Bhakti Wedi, diperoleh kebutuhan teknis sebagai berikut:

1. Ruang pelayanan bebas dari asap rokok
2. Tidak ada sampah di dalam ruang pelayanan
3. Tersedia tempat sampah di dalam ruang pelayanan
4. Penataan ruang yang menarik (tempat duduk, dll)
5. Brosur-brosur mengenai produk Bank tersedia secara lengkap sehingga dapat menjadi referensi bagi nasabah jika menginginkan produk lainnya
6. Tersedia air minum baik kemasan atau manual menggunakan gelas
7. Tersedia tempat parkir yang bersih, nyaman dan luas
8. Tempat parkir beratap sehingga terhindar dari hujan dan panas
9. Segala pencatatan transaksi menggunakan komputer
10. Lokasi Bank mudah terjangkau
11. Formulir transaksi sederhana tetapi jelas berisi informasi penting yang dibutuhkan dalam bertransaksi
12. Karyawan berpakaian rapi dan sopan
13. Semua karyawan memakai seragam
14. Karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat sesuai kebutuhan

15. Bunga yang diberikan dalam setiap transaksi sesuai dengan yang dijanjikan di awal
16. Sistem pencatatan transaksi dilakukan secara teliti dan terjamin kebenarannya
17. Dokumen nasabah tersimpan dengan baik
18. Bank terkenal karena faktor yang baik
19. Karyawan selalu siap memberikan tanggapan ketika nasabah menginginkan sesuatu
20. Kedisiplinan karyawan dalam melakukan transaksi
21. Karyawan selalu bersedia membantu nasabah bila nasabah memerlukan bantuan
22. Informasi yang diberikan oleh karyawan detail dan lengkap sehingga nasabah puas mendengar penjelasan karyawan
23. Tersedia karyawan yang bertugas menangani kritik dari nasabah
24. Tersedia kotak saran dan kritik
25. Karyawan memiliki pengetahuan yang luas tentang perusahaan serta produknya
26. Karyawan bersikap sopan terhadap nasabah secara konsisten atau tidak membeda-bedakan nasabah
27. Perilaku karyawan sesuai dengan tata tertib, norma dan hukum yang berlaku
28. Tersedia penjaga keamanan yang mengawasi setiap kegiatan transaksi perbankan
29. Tersedia cctv
30. Karyawan bersikap jujur

31. Ruang pelayanan kondusif sehingga baik karyawan maupun nasabah dapat melakukan transaksi dengan nyaman
32. Karyawan teliti dalam menghitung ataupun melakukan pencatatan
33. Tempat parkir dijaga oleh *security*
34. Karyawan bersedia menerima kritik dari nasabah
35. Karyawan tidak emosi ketika merespon kritik nasabah
36. Salam, senyum dan sapa yang diterapkan oleh karyawan

e.ii. Hubungan Antara Kebutuhan Pelanggan dengan Kebutuhan Teknis

Berdasarkan hasil observasi dan juga pengolahan data kepuasan pelanggan, menunjukkan bahwa untuk keadaan saat ini, nasabah PT. BPR Shinta Bhakti Wedi telah merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan. Dengan demikian, perusahaan diupayakan untuk melakukan peningkatan-peningkatan di beberapa faktor guna memenuhi keinginan pelanggan dan semakin meningkatkan kepuasan konsumen.


Dalam melakukan perbaikan, perusahaan juga harus melihat arah perbaikan yang seharusnya dilakukan. Untuk arah perbaikan ↑, yaitu kebutuhan teknis saat ini akan lebih baik apabila dilakukan pengadaan maupun usaha sehingga target perusahaan dapat tercapai. Perbaikan yang dapat dilakukan oleh PT. BPR Shinta Bhakti Wedi antara lain: memasang papan larangan merokok, mengatur karyawan sehingga ada karyawan yang bertugas untuk menangani kritik dan saran dari nasabah. Walaupun perusahaan belum mampu melakukan pengaturan tersebut, perusahaan dapat menggantinya dengan membuat kotak kritik dan saran minimal 1 buah yang diletakkan di ruang pelayanan. Selain itu, perusahaan perlu menggunakan CCTV yang ditempatkan di ruang pelayanan



guna semakin menjamin rasa aman bagi nasabah ataupun juga bagi pihak bank ketika melakukan transaksi.

Untuk arah perbaikan ○, yaitu kebutuhan teknis saat ini sudah sesuai dengan target perusahaan. Beberapa hal yang perlu ditingkatkan antara lain: bagian *Cleaning service* siap membersihkan ruangan ketika ruangan tampak kotor serta tersedia 2 unit tempat sampah di dalam ruangan. Selain dua hal tersebut, perusahaan perlu menyediakan air minum yang terletak di sudut ruangan. Mengenai lokasi perusahaan, untuk lebih memudahkan akses nasabah, perlu penyesuaian lokasi agar lokasi PT. BPR Shinta Bhakti Wedi ditempatkan di tepi jalan raya yang mudah diakses. Formulir yang digunakan pun perlu ditingkatkan efisiensinya sehingga hanya berisi data utama yang digunakan dalam transaksi. Untuk meningkatkan kedisiplinan dan estetika, karyawan diwajibkan berpakaian resmi atau berseragam setiap hari. Dan untuk semakin meningkatkan keamanan, perlu dilakukan pengaturan agar terdapat 2 orang satpam dan 1 orang polisi yang mengawasi kegiatan transaksi serta 1 orang satpam yang bertugas menjaga keamanan tempat parkir.

Untuk arah perbaikan ○, yaitu kebutuhan teknis saat ini sudah sesuai dengan target perusahaan, tetapi akan lebih baik jika ditingkatkan sesuai dengan keinginan konsumen. Dalam perbaikan ini meliputi penataan kembali ruang pelayanan, dimana brosur mengenai produk bank tersedia di meja *customer service* ataupun meja *teller*. Untuk menjaga kebersihan di segala aspek, bagian *cleaning service* perlu memperhatikan kebersihan tempat parkir dan siap membersihkan ketika tempat parkir dalam kondisi kotor. Untuk menambah kenyamanan para nasabah yang membawa motor, perlu dibuat tempat parkir yang beratap sehingga motor yang sedang diparkir terhindar dari panas dan hujan. Pada bagian ruang pelayanan, diperlukan komputerisasi khususnya pada bagian

teller dan *customer service* sehingga pelayanan menjadi semakin cepat. Dan untuk merealisasikan tujuan kecepatan dalam bertransaksi, maka kemampuan karyawan perlu ditingkatkan melalui pelatihan-pelatihan yang mendukung kemampuan tersebut.

Arah perbaikan  selanjutnya yaitu tersedianya papan yang menunjukkan besar bunga yang diberikan oleh bank sehingga informasi dari bank ke nasabah sangat terbuka. Selanjutnya, semaksimal mungkin bank harus mengupayakan agar tidak terjadi kesalahan dalam pencatatan. Tempat penyimpanan dokumen nasabah di bank perlu terjamin keamanannya. Semua karyawan perlu dibudayakan untuk memberikan respon yang positif terhadap nasabah sebagai salah satu cara mempertahankan nasabah. Kemampuan karyawan perlu ditingkatkan agar terampil dalam bertransaksi, siap membantu nasabah setiap saat, memiliki *product knowledge* yang lengkap serta informasi mengenai perusahaan, untuk menyapa nasabah, besikap jujur, lebih teliti dalam bertransaksi, menerima setiap kritik nasabah dengan sikap positif; menjaga kedisiplinan; menjaga kenyamanan ruang pelayanan, serta menerapkan salam, senyum dan sapa terhadap nasabah.

Tidak ada kebutuhan teknis yang dilakukan perubahan ke arah  (kebutuhan teknis saat ini akan lebih baik apabila diturunkan atau dihilangkan sehingga target perusahaan dapat tercapai) dan ke arah  (kebutuhan teknis saat ini sudah sesuai dengan target perusahaan, tetapi akan lebih baik jika diturunkan sesuai dengan keinginan konsumen).

5.2.6 Nilai Kepentingan Absolut dan Nilai Kepentingan Relative

Berdasarkan hasil pengolahan data nilai kepentingan absolut dan kepentingan relatif dapat diketahui kebutuhan teknis yang memiliki prioritas paling tinggi harus

mendapat perhatian khusus untuk dilaksanakan. Kepentingan teknis tersebut adalah perilaku karyawan sesuai dengan tata tertib dan norma hukum yang berlaku dengan nilai absolut sebesar 92,124. Hal ini menunjukkan bahwa sikap karyawan belum sesuai dengan keinginan konsumen. Sehingga karyawan perlu dilatih untuk meningkatkan pengetahuan sehingga perilaku yang ditunjukkan sesuai dengan keinginan konsumen.

5.2.7 Gap Analysis

Analisis *gap* (kesenjangan) dilakukan untuk mengetahui kesenjangan antara kepuasan pelanggan dan tingkat harapan/kepentingan yang diinginkan dari pelayanan PT. BPR Shinta Bhakti Wedi. *Gap* bernilai negatif (-) ini berarti bahwa jasa yang dipersepsikan tidak sesuai dengan jasa yang diharapkan. Jika *gap* mendekati nol maka makin sedikit kesenjangan yang terjadi dan jika kinerja yang dilakukan perusahaan sesuai dengan kriteria yang diharapkan konsumen maka instansi mendapatkan citra dan dampak positif. Berdasarkan perhitungan data yang sudah dilakukan dapat dijabarkan dengan urutan dari *gap* terbesar sampai terkecil tiap dimensi adalah sebagai berikut :

a. Dimensi *Tangibles* (Wujud)

Atribut Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman mempunyai nilai *gap* sebesar -0.27; atribut bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap mempunyai nilai sebesar -0,21; atribut bank menyediakan air minum untuk nasabah memiliki nilai sebesar -0,21; atribut bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas memiliki nilai sebesar -0,25; bank menggunakan peralatan modern (misal: komputer) memiliki nilai sebesar -0,35; atribut bank berlokasi di tempat strategis memiliki nilai -0,35; atribut formulir transaksi tidak membingungkan memiliki nilai

sebesar -0,36 dan atribut wujud karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan memiliki nilai sebesar -0,29.

b. Dimensi *Reliability* (Kehandalan)

Untuk atribut karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat mempunyai *gap* sebesar -0.41, atribut bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank) sebesar -0.29; atribut bank melakukan sistem pencatatan yang akurat memiliki *gap* sebesar -0,37; atribut bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan memiliki *gap* sebesar -0,28; atribut bank memiliki reputasi yang baik memiliki *gap* sebesar -0,28.

c. Dimensi *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Untuk atribut karyawan siap merespon permintaan nasabah sebesar -0,36, atribut karyawan bersedia membantu nasabah sebesar -0.28; atribut karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap sebesar -0,24; dan atribut nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak bank sebesar -0.18.

d. Dimensi *Assurance* (Jaminan)

Untuk atribut karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah mempunyai *gap* sebesar -0,26, atribut karyawan bersikap sopan secara konsisten -0.2; atribut jaminan keamanan dalam bertransaksi memiliki *gap* sebesar -0,3; atribut jaminan kenyamanan dalam bertransaksi memiliki *gap* sebesar 0,19; atribut ketelitian karyawan dalam bertransaksi memiliki *gap* sebesar -0,21; atribut keamanan tempat parkir memiliki *gap* sebesar -0,29 .

e. Dimensi *Emphaty* (Perhatian)

Untuk atribut karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik sebesar -0,31; atribut karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen

sebesar -0.26; dan atribut karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan sebesar -0.41.

Dalam penelitian ini pihak PT. BPR Shinta Bhakti Wedi belum bisa memenuhi kepentingan nasabah secara optimal, ini ditunjukkan dengan skor kepuasan lebih rendah daripada tingkat kepentingan/harapan.

4.2 Analytical Hierarchy Process

Analisis prioritas pemilihan strategi untuk memenuhi keinginan konsumen berdasarkan metode *Analytical Hierarchy Process* adalah sebagai berikut:

a. Jaminan keamanan dalam bertransaksi

Jaminan keamanan nasabah dalam bertransaksi menjadi faktor yang penting bagi nasabah maupun bagi perusahaan. Perusahaan merasa perlu untuk memberikan jaminan keamanan lebih dari yang ada saat ini, walaupun kinerja perusahaan dalam hal ini juga sudah cukup bagus. Keputusan untuk memenuhi keinginan konsumen dengan menyediakan jaminan keamanan menjadi prioritas pertama bagi perusahaan dengan nilai prioritas sebesar 39,1%.

Realisasi perusahaan dalam mengaplikasikan kepentingan nasabah dalam menjamin keamanan dalam bertransaksi, antara lain dengan menambah personel keamanan dan menambah kamera CCTV. Penambahan kamera CCTV akan lebih mudah dilakukan karena hanya mempertimbangkan biaya pengadaan yang akan dikeluarkan. Sedangkan penambahan personel keamanan perlu pertimbangan yang mendalam dari pihak internal perusahaan, karena penambahan sumber daya manusia tidak hanya mempertimbangkan faktor keuangan, tetapi juga kejelasan masa depan sumber daya yang akan ditugaskan.

b. Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan

Penyimpanan dokumen nasabah secara aman sangat penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kepercayaan konsumen kepada perusahaan. Kesalahan sedikit dari perusahaan mengenai penyimpanan dokumen akan menjadi masalah besar bagi perusahaan. Oleh sebab itu, keputusan untuk memberikan jaminan bahwa bank bersedia menyimpan dokumen tanpa kesalahan memiliki nilai yang cukup tinggi sebesar 18,8% yang menjadi prioritas kedua dalam pengambilan keputusan mengenai strategi yang akan diterapkan guna memenuhi keinginan konsumen.

Guna menjamin keamanan dokumen nasabah yang disimpan oleh pihak bank, dapat dilakukan dengan menyediakan ruangan khusus untuk penyimpanan dokumen. Ruangan tersebut dilengkapi dengan system keamanan yang memadai. Jika belum memungkinkan untuk membuat ruangan khusus, maka sistem keamanan untuk tempat penyimpanan yang saat ini digunakan dapat ditambah.

c. Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat

Kemajuan teknologi informasi menuntut pelaku jasa perbankan untuk selalu *update* terhadap perkembangan. Teknologi informasi yang dimiliki oleh suatu Bank akan mempengaruhi minat masyarakat terhadap bank tersebut. Kebutuhan masyarakat akan kecepatan dan ketepatan dalam transaksi menuntut suatu perusahaan jasa perbankan untuk memiliki teknologi informasi yang *update*. Salah satu pendukung teknologi informasi adalah sistem komputerisasi. Sistem komputerisasi yang dimiliki oleh bank saat ini dirasa sudah cukup untuk memenuhi keinginan konsumen dalam hal pencatatan yang akurat. Perusahaan belum merasa fasilitas komputer tersebut perlu ditambah sehingga keputusan tersebut berada pada prioritas ke tiga dengan nilai 15,6%.

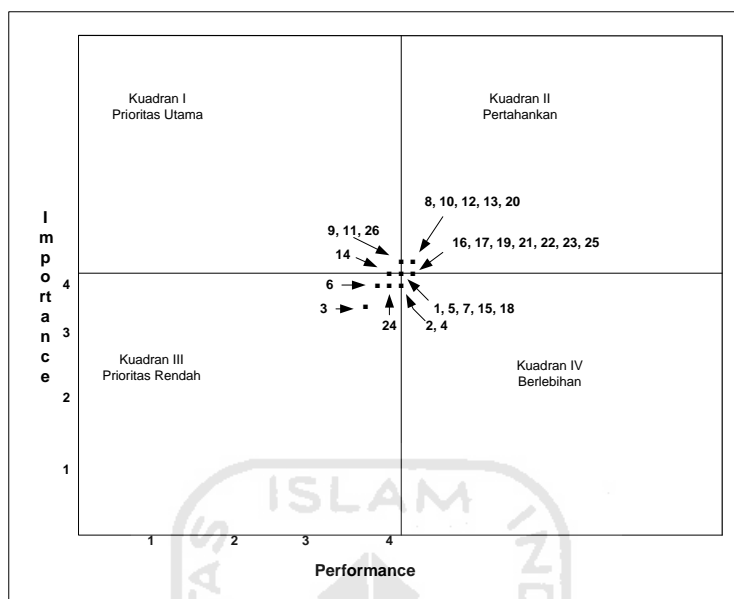
d. Bank memiliki reputasi yang baik

Kepercayaan dan kepuasan nasabah terhadap suatu layanan jasa perbankan akan mempengaruhi reputasi perusahaan. Reputasi perusahaan dapat dicapai dengan memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah, memiliki kepedulian yang tinggi terhadap masyarakat sekitar, dan lain sebagainya. PT. BPR Shinta Bhakti Wedi telah mendapatkan reputasi yang baik dari nasabah maupun masyarakat sekitar, sehingga keputusan untuk meningkatkan reputasi bank sehingga menjadi lebih baik lagi dibandingkan saat ini berada pada prioritas keempat dengan nilai 15,4%.

e. Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan

Baik atau tidaknya suatu perusahaan jasa, bergantung pada bagaimana sikap karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Sikap karyawan terhadap nasabah dapat dibentuk melalui pendidikan dan latihan dalam bidang pelayanan konsumen. Karyawan yang dimiliki oleh PT. BPR ShintaBhakti Wedi dirasa sudah memiliki sikap yang positif ketika memberikan pelayanan nasabah, sehingga keputusan untuk meningkatkan kemampuan karyawan dalam bidang pelayanan sehingga karyawan terlihat lebih sabar dan ramah berada pada prioritas ke lima dengan nilai 11%.

4.3 Importance Performance Analysis



Gambar 5.1 Diagram *Importance Performance Analysis*

Diagram Importance Performance Analysis pada gambar 5.1 menunjukkan bahwa terdapat beberapa atribut dimana tingkat kepentingan konsumen dan kinerja perusahaan sudah sesuai yaitu atribut: Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih, tapi serta nyaman; Bank menggunakan peralatan modern (komputer); Formulir transaksi tidak membingungkan; Karyawan bersedia membantu nasabah; Karyawan mampu menjawab pertanyaan Nasabah.

Pada kuadran I, terdapat beberapa atribut yang memiliki kepentingan yang tinggi tetapi kinerja masih kurang, yaitu atribut Karyawan siap merespon nasabah; Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat; Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat; Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan. Atribut-atribut pada kuadran ini merupakan prioritas utama dalam perbaikan kualitas pelayanan oleh perusahaan.

Pada Kuadran II, terdapat atribut-atribut yang sudah memenuhi harapan konsumen, yaitu: Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan; Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank); Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan; Bank memiliki reputasi yang baik; Jaminan keamanan dalam bertransaksi; Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap; Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank; Karyawan bersikap sopan secara konsisten; Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi; Ketelitian karyawan dalam bertransaksi; Keamanan tempat parkir; Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen. Kualitas pada atribut yang masuk dalam kuadran ini harus terus dipertahankan dan belum memerlukan perlakuan khusus.

Pada kuadran III terdapat beberapa atribut dimana tingkat kepentingan konsumen dan kinerja perusahaan sama rendah. Atribut tersebut antara lain: Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik; Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap; Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas; Bank menyediakan air minum untuk nasabah; Bank berlokasi di tempat strategis. Atribut-atribut pada kuadran III menjadi prioritas kedua dalam perbaikan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan.

Pada Kuadran IV merupakan zona kinerja tinggi dan tingkat kepentingan rendah. Namun, tidak terdapat atribut yang termasuk dalam kuadran ini.

4.4 Jendela Pelanggan

Jendela pelanggan membagi karakteristik produk ke dalam empat kuadran, yaitu:

1. Zona A (*Attention*), yang berarti bahwa pelanggan menginginkan karakteristik itu dan ia tidak mendapatkannya. Karakteristik yang dimaksud antara lain: karyawan siap merespon nasabah; karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat

dan tepat; bank melakukan sistem pencatatan yang akurat; karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan. Untuk memenuhi keinginan konsumen, maka perusahaan harus lebih mengupayakan untuk peningkatkan kualitas atribut-atribut pada kuadran ini.

2. Zona B (*Bravo*), yang berarti bahwa pelanggan menginginkan karakteristik itu dan ia mendapatkannya. Dalam hal ini, perusahaan harus berupaya untuk mempertahankan kualitas yang diberikan kepada konsumen. Atribut-atribut yang termasuk dalam kuadran ini antara lain: karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan; bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank); bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan; bank memiliki reputasi yang baik; jaminan keamanan dalam bertransaksi; karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap; nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak bank; karyawan bersikap sopan secara konsisten; jaminan kenyamanan dalam bertransaksi; ketelitian karyawan dalam bertransaksi; keamanan tempat parkir; karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen.
3. Zona C (*Cut or Communicate*), yang berarti bahwa pelanggan tidak menginginkan karakteristik itu dan ia mendapatkannya. Dalam zona ini, hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat atribut yang termasuk dalam zona ini. Sehingga perusahaan tidak perlu menghilangkan pelayanan-pelayanan tertentu atau mengkomunikasikan dengan konsumen tentang pentingnya suatu atribut yang diberikan oleh perusahaan.

4. Zona D (*Don't Worry be Happy*), yang berarti bahwa pelanggan tidak menginginkan karakteristik itu dan ia tidak mendapatkannya. Karakteristik yang termasuk dalam zona ini antara lain: karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik; bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap; bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas; bank menyediakan air minum untuk nasabah.



BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan PT. BPR Shinta Bhakti Wedi belum memenuhi keinginan konsumen, sehingga perlu dilakukan peningkatan-peningkatan dalam beberapa aspek untuk meningkatkan kepuasan konsumen ditunjukkan dengan nilai gap yang negatif, seperti yang telah dianalisa pada pembahasan mengenai nilai gap.
2. Faktor yang terpenting bagi nasabah PT. BPR Shinta Bhakti Wedi adalah jaminan keamanan dalam melakukan transaksi, ditunjukkan dengan nilai *importance rating* sebesar 4,54. Dalam prakteknya, jaminan keamanan dalam bertransaksi khususnya pada lembaga keuangan sangat dibutuhkan oleh konsumen khususnya untuk transaksi yang bernilai besar. Selanjutnya, faktor yang memiliki tingkat kinerja terbaik dari PT. BPR Shinta Bhakti Wedi adalah jaminan keamanan dalam bertransaksi dengan nilai kinerja sebesar 4,24. Hal ini sudah sesuai dengan keinginan konsumen namun perlu dilakukan peningkatan-peningkatan sehingga tidak terjadi gap antara kepentingan konsumen dan kepuasan konsumen.
3. Strategi yang dipilih oleh perusahaan dalam memenuhi keinginan konsumen adalah memberikan jaminan keamanan dalam bertransaksi. Keinginan konsumen tersebut menjadi prioritas pertama dalam pengambilan keputusan dengan nilai prioritas

sebesar 39,1%. Penerapan strategi tersebut dengan melakukan penambahan tenaga keamanan dan menambah kamera CCTV di ruang pelayanan ataupun ruang-ruang lain yang digunakan untuk melakukan transaksi antara perusahaan dan nasabah.

6.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan masukan sebagai berikut:

1. Perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan atribut yang telah diteliti, untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan mempertahankan pelanggan.
2. Penambahan sistem keamanan dapat dilakukan dengan menggunakan kamera CCTV ataupun melakukan penambahan petugas keamanan.



DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2001. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*: Rineka Cipta. Jakarta.
- Armistead, C. G., & Clark, G. 1996. *Customer Service and Support: Layanan dan Dukungan kepada Pelanggan, Penerapan Strategi yang Efektif*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Assauri, S. 2003. *Manajemen Pemasaran Jasa, Jilid 1*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama
- Basar Adhy P dan Ihsan Ismady P . 2009. *Economic Review* no 218. www.bni.co.id
- Cohen, L. 1995. *Quality Function Deployment : How Make QFD Work for You*.Massachusetts : Addison-Wesley Publishing Company.
- Coulter, K. S., & Coulter, R. A. 2002. Determinants of Trust In A Service Provider: The Moderating Role of Length of Relationship. *Journal of Services Marketing*,16(1), 35-50.
- Djunaidi, et al. 2006. *Upaya Peningkatan Kualitas Layanan Lembaga Bimbingan Belajar dengan Quality Function Deployment*. Jurnal Ilmiah Teknik Industri Volume V. Surakarta
- Felice, et al. 2010. *A Multiple Choice Decision Analysis: An Integrated QFD-AHP Model For The Assesment of Customer Needs*. *International Journal of Engineering, Scxience and Technology* Vol 2 No 9, pp 25-38. MultiCraft Limited.
- G. Barnes, James. 2003. *Secrets Of Customer Relationship Management*. Edisi Bahasa Indonesia. Penerbit ANDI Yogyakarta.

- Hartono. 2008. SPSS 16,0 Analisis Data Statistik dan Penelitian, Yogyakarta : Pustaka Pelajar
- Harwina, et all. 2007. Aplikasi Metode *Quality Function Deployment* Dalam Penentuan Langkah Perbaikan Kinerja Di Bidang *Procurement*. Prosiding Seminar Nasional Manajemen Teknologi V. Magister Manajemen Teknologi Institut Teknologi Surabaya.
- Imam Djati Widodo. 2003. Perencanaan dan Pengembangan Produk : *product, planning and design*, UII press. Yogyakarta.
- Imam Djati Widodo. 2005. *Perencanaan dan Pengembangan Produk*. UII Press. Yogyakarta.
- Isgiyanto, 2009. Tehnik Pengambilan Sampel. Penerbit Buku Kesehatan. Jogjakarta
- Jono. 2008. Implementasi Metode QFD Guna Meningkatkan Kualitas Kain Batik Tulis. Jurnal Ilmiah Teknik Industri Volume 5 No 1 Agustus 2006: 33-38, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 1994. Principles of Marketing. Sixth Edition. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip., 1994. *Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi Keenam*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip, Amstrong Gary. 1997. Dasar-Dasar Pemasaran. Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1995. Manajemen Pemasaran (analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian) jilid 2, Penerbit : Erlangga, Jakarta.
- Kurniawan, Indra. 2011. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Importance Performance Matrix dan Analytical Hierarchy Process pada*

Industri Jasa Perbankan. Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Mahmoodzadeh, S., Shahrabi J., Pariazar M., and Zaeri M. S., 2007, *Project Selection by Using Fuzzy AHP and TOPSIS Technique*, World Academy of Science, Engineering and Technology 30.

Nurmianto, et al. 2004. *Perumusan Strategi Kemitraan Menggunakan AHP dan SWOT*. Jurnal Teknik Industri Vol 6 No 1 Juni 2004:47-60. Fakultas Teknologi Industri Universitas Petra Surabaya.

Perdana, Y. R., 2008, *Pemilihan Suplier Menggunakan Metode Fuzzy AHP*. (Tesis). Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia

Poerwanto, et all. *Pengembangan Konsep Quality Assurance STTA dengan Menggunakan Metode Quality Function Deployment*. Yogyakarta

Prasesti Widtrisari Angelia. 2008. *Pengukuran Kualitas Pelayanan pada Industri Hospitality dengan Integrasi Metode Serqual dan QFD*. Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.

Rahardjo, et all. 2000. *Penerapan Multi Criteria Decision Making dalam Pengambilan Keputusan Sistem Perawatan*. Jurnal Teknik Industri Vol 2 No 1 juni 2000:1-12. Fakultas Teknologi Industri Universitas Kristen Petra Surabaya

Saaty, T. L. 1993. *Pengambilan Keputusan Bagi Para Pemimpin*. Jakarta : PT. Pustaka Binaman Pressindo.

Silalahi, Lord Byron. 2009. *Evaluasi Skala Numerik dan Metode Prioritasi Dalam AHP*. Tesis. Universitas Sumatra Utar: Medan

- Sinaga, J., 2009, *Penerapan Analytical Hierarchy Process (Ahp) Dalam Pemilihan Perusahaan Badan Usaha Milik Negara (Bumn) Sebagai Tempat Kerja Mahasiswa Universitas Sumatera Utara (Usu)*, (skripsi), Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Supranto. J, 1997, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Rineka Cipta. Jakarta
- Supriyadi, et al. 2006. *Implementasi Quality Function Deployment Dalam Peningkatan Pelayanan Jasa Penerbangan Berdasarkan Preferensi Penumpang Pesawat di PT. Mandala Airlines*. Prosiding Seminar Manajemen Teknologi III. Surabaya.
- Umar, Husein. 1997. *Metodologi Penelitian Aplikasi dalam Pemasaran.*, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Wicaksono, Deddi S. 2010. *Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Taksi Untuk Meningkatkan Loyalitas (Studi Kasus Pada PT. Blue Bird Pusaka di Semarang)*, Tesis. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang

LAMPIRAN



Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara

Konsumen Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bakti Wedi

Di tempat

Dengan Hormat,

Bersama ini saya mohon kesediaan Bapak / Ibu / Saudara untuk mengisi kuisisioner berikut. Kuisisioner ini didedarkan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian Tugas Akhir yang berjudul : “Integrasi *Quality Function Deployment* dengan *Analytical Hierarchy Process* dalam Penentuan Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan “. Penelitian ini dilakukan sebagai syarat kelulusan tingkat Sarjana pada Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.

Sebelum Bapak/Ibu/Saudara mengisi, terlebih dahulu Bapak/Ibu/Saudara membaca beberapa petunjuk yang diberikan. Karena hal itu sangat bermanfaat bagi kepentingan sebagai konsumen Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bakti Wedi.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara kami ucapkan banyak terima kasih.

Yogyakarta, Agustus 2011

Fitri Ika Puspita

PETUNJUK PENGISIAN

Petunjuk pengisian Kuisisioner:

1. Berilah tanda \surd untuk jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara pilih;
2. Tidak ada jawaban salah atau benar pada pengisian kuisisioner ini;
3. Kuisisioner ini merupakan kuisisioner terbuka sehingga Bapak/Ibu/Saudara dapat menambahkan pernyataan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan Bapak/Ibu/Saudara pada kolom yang disediakan;
4. Keterangan:
 - P = Penting, jika pernyataan kuisisioner dianggap Penting
 - TP = Tidak Penting, jika pernyataan kuisisioner dianggap Tidak Penting



Data Responden

Nama :

Usia :

Jenis Kelamin :

Pendidikan :

Pekerjaan :

Alamat :

Menjadi Nasabah PT. Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bakti Wedi sejak tahun :



Kuisisioner Bagian Pertama

No	Atribut	P	TP
Dimensi Tangible (Bukti Langsung)			
1	Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman		
2	Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap		
3	Bank menyediakan koran atau majalah		
4	Bank menyediakan air minum untuk nasabah		
5	Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas		
6	Bank menggunakan peralatan modern (misal : komputer)		
7	Bank berlokasi di tempat strategis		
8	Formulir transaksi tidak membingungkan		
9	Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan		
10			
11			
Dimensi <i>Reliability</i> (Keandalan)			
1	Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat		
2	Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank)		
3	Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat		
4	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan		
5	Bank memiliki reputasi yang baik		
6			
7			
Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap)			
1	Karyawan siap merespon permintaan nasabah		
2	Karyawan bersedia membantu nasabah		
3	Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap		
4	Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank		
5			
6			
Dimensi Assurance (Jaminan)			
1	Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah		
2	Karyawan bersikap sopan secara konsisten		
3	Jaminan keamanan dalam bertransaksi		
4	Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi		
5	Ketelitian karyawan dalam bertransaksi		
6	Keamanan tempat parkir		
7			
8			

No	Atribut	P	TP
Dimensi Empathy (Empati)			
1	Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik		
2	Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen		
3	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan		
4			
5			



No	Atribut	P	TP
Dimensi Tangible (Bukti Langsung)			
1	Bank memiliki ruang pelayanan yang bersih dan rapi serta nyaman		
2	Bank menyediakan brosur-brosur yang lengkap		
3	Bank menyediakan koran atau majalah		
4	Bank menyediakan air minum untuk nasabah		
5	Bank menyediakan tempat parkir yang nyaman dan luas		
6	Bank menggunakan peralatan modern (misal : komputer)		
7	Bank berlokasi di tempat strategis		
8	Formulir transaksi tidak membingungkan		
9	Karyawan selalu berpakaian rapi dan sopan		
10			
11			
Dimensi <i>Reliability</i> (Keandalan)			
1	Karyawan mampu memberikan pelayanan secara cepat dan tepat		
2	Bank memberikan jasa seperti yang dijanjikan (misal: bunga bank)		
3	Bank melakukan sistem pencatatan yang akurat		
4	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan		
5	Bank memiliki reputasi yang baik		
6			
7			
Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap)			
1	Karyawan siap merespon permintaan nasabah		
2	Karyawan bersedia membantu nasabah		
3	Karyawan memberikan informasi dengan detail dan lengkap		
4	Nasabah dengan mudah dapat menyampaikan keluhan kepada pihak Bank		
5			
6			
Dimensi Assurance (Jaminan)			
1	Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah		
2	Karyawan bersikap sopan secara konsisten		
3	Jaminan keamanan dalam bertransaksi		
4	Jaminan kenyamanan dalam bertransaksi		
5	Ketelitian karyawan dalam bertransaksi		
6	Keamanan tempat parkir		
7			
8			
Dimensi Empathy (Empati)			
1	Karyawan simpatik bila nasabah menyampaikan kritik		
2	Karyawan memberikan respon yang baik dalam menerima kritik dari konsumen		

No	Atribut	P	TP
3	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan		
4			
5			



Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara

Pimpinan Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bakti Wedi

Di Tempat

Dengan Hormat,

Bersama ini saya mohon kesediaan Bapak / Ibu / Saudara untuk mengisi kuisisioner berikut. Kuisisioner ini didedarkan untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penelitian Tugas Akhir yang berjudul : “Integrasi *Quality Function Deployment* dengan *Analytical Hierarchy Process* dalam Penentuan Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan”. Penelitian ini dilakukan sebagai syarat kelulusan tingkat Sarjana pada Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.

Sebelum Bapak/Ibu/Saudara mengisi, terlebih dahulu Bapak/Ibu/Saudara membaca beberapa petunjuk yang diberikan. Karena hal itu sangat bermanfaat bagi kepentingan Bank Perkreditan Rakyat Shinta Bakti Wedi.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara kami ucapkan banyak terima kasih.

Yogyakarta, September 2011

Fitri Ika Puspita

PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER PERBANDINGAN BERPASANGAN

Petunjuk pengisian Kuisisioner:

- 5 Berilah tanda \surd untuk jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara pilih;
 - 6 Tidak ada jawaban salah atau benar pada pengisian kuisisioner ini;
 - 7 Keterangan:
 - 1 = Kedua atribut Kiri dan Kanan sama penting
 - 3 = Atribut Kiri/Kanan sedikit lebih penting daripada atribut lawan
 - 5 = Atribut Kiri/Kanan lebih penting daripada atribut lawan
 - 7 = Atribut Kiri/Kanan sangat penting daripada atribut lawan
 - 9 = Atribut Kiri/Kanan mutlak lebih penting daripada atribut lawan
- 2,4,6,8 = Apabila ragu-ragu diantara kedua tingkat kepentingan

Data Responden

1. Nama
2. Jabatan
3. Jenis Kelamin
4. Usia
5. Masa Kerja :
6. Pendidikan Terakhir:



KUISIONER PERBANDINGAN BERPASANGAN
PENGAMBILAN KEPUTUSAN DENGAN ANALYTICAL HIERARCHY PROCESS

1. Perbandingan Antar Kriteria

No	Kriteria	Derajat Kepentingan										1	Derajat Kepentingan									Kriteria		
		9	8	7	6	5	4	3	2	2	3		4	5	6	7	8	9						
1	Sumber Daya Manusia																							Teknologi
2	Sumber Daya Manusia																							Fasilitas
3	Sumber Daya Manusia																							Program Perusahaan
4	Teknologi																							Fasilitas
5	Teknologi																							Program Perusahaan
6	Fasilitas																							Program Perusahaan

2. Perbandingan Antar Subkriteria Pada Kriteria Sumber Daya Manusia

No	Kriteria	Derajat Kepentingan										1	Derajat Kepentingan									Kriteria		
		9	8	7	6	5	4	3	2	2	3		4	5	6	7	8	9						
1	Penambahan karyawan bagian keamanan																							Mengadakan pelatihan mengenai pelayanan publik

3. Perbandingan Antar Subkriteria Pada Kriteria Teknologi

No	Kriteria	Derajat Kepentingan										1	Derajat Kepentingan									Kriteria		
		9	8	7	6	5	4	3	2	2	3		4	5	6	7	8	9						
1	Penambahan kamera CCTV																							Penambahan fasilitas komputer
2	Penambahan kamera CCTV																							Upgrade Komputer yang sudah ada
3	Penambahan																							Upgrade Komputer

No	Kriteria	Derajat Kepentingan								1	Derajat Kepentingan								Kriteria
		9	8	7	6	5	4	3	2		2	3	4	5	6	7	8	9	
	fasilitas komputer																		yang sudah ada

4. Perbandingan Antar Subkriteria Pada Kriteria Fasilitas

No	Kriteria	Derajat Kepentingan								1	Derajat Kepentingan								Kriteria
		9	8	7	6	5	4	3	2		2	3	4	5	6	7	8	9	
1	Pembuatan Ruang khusus tempat penyimpanan dokumen																		Penambahan kunci ganda pada tempat penyimpanan dokumen yang sudah ada pada saat ini.
2	Pembuatan Ruang khusus tempat penyimpanan dokumen																		Perbaiki tempat penyimpanan dokumen agar terhindar dari kebakaran
3	Penambahan kunci ganda pada tempat penyimpanan dokumen yang sudah ada pada saat ini.																		Perbaiki tempat penyimpanan dokumen agar terhindar dari kebakaran

5. Perbandingan Antar Subkriteria Pada Kriteria Program Perusahaan

No	Kriteria	Derajat Kepentingan								1	Derajat Kepentingan								Kriteria
		9	8	7	6	5	4	3	2		2	3	4	5	6	7	8	9	
1	Manambah produk baru																		Melakukan system door to door kepada konsumen

6. Perbandingan Antar Alternatif

No	Alternatif	Derajat Kepentingan								1	Derajat Kepentingan								Kriteria
		9	8	7	6	5	4	3	2		2	3	4	5	6	7	8	9	

1	Jaminan Keamanan bertransaksi																	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan
2	Jaminan Keamanan bertransaksi																	Bank memiliki reputasi yang baik
3	Jaminan Keamanan bertransaksi																	Bank melakukan system pencatatan yang akurat
4	Jaminan Keamanan bertransaksi																	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan
5	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan																	Bank memiliki reputasi yang baik
6	Karyawan sabar dan ramah memberikan pelayanan																	Bank melakukan system pencatatan yang akurat
7	Karyawan sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan																	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan
8	Bank memiliki reputasi yang baik																	Bank melakukan system pencatatan yang akurat
9	Bank memiliki reputasi yang baik																	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan
10	Bank melakukan system pencatatan yang akurat																	Bank menyimpan dokumen tanpa kesalahan

Lampiran 4: Rekap Hasil Kuisisioner Kepentingan Pelanggan

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y26
1	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5
6	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5
7	3	3	3	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5
8	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5
9	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	5	5	3	5	3	4	4	4	5	4	4	4
10	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
11	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4
14	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
19	1	2	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1
20	1	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5

48	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
50	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
51	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5
53	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4
54	5	4	3	5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5
57	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
59	1	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
60	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
61	4	4	5	5	5	5	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
62	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
64	3	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5
67	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4
68	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
69	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	3	4	3	5	3	4	3	5	3	3
70	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4
71	5	3	5	3	3	4	5	5	3	3	4	5	3	3	4	4	5	5	3	5	3	3	3	4	4
72	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5

73	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
74	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2	3	3	3	4	4	4	2	3	1	2	2	5	2
75	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
76	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5
77	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5
78	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5
79	5	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
80	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4
81	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
82	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
83	5	4	3	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
84	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4
85	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
86	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5
87	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
88	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5
89	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5
90	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5
91	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5
92	5	5	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
94	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4
95	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3
96	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5
97	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4

98	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
99	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5
100	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4



Lampiran 5: Rekap Hasil Kuisioner Kepuasan Pelanggan

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y16	Y17	Y18	Y19	Y20	Y21	Y22	Y23	Y24	Y25	Y26
1	4	5	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
3	4	4	3	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5
14	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
19	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
20	2	3	4	3	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2
21	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5
22	4	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5

49	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
50	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
51	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
52	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3
53	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	4	4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	3	3	2	2	2
54	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	5
57	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5
58	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5
59	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
61	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5
62	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	3	5	4	3	3	3	3	4	3	4	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
65	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3
66	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5
67	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4
68	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	5	4
69	3	3	3	5	3	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4
70	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5
71	3	5	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	3	4	3
72	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5
73	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
74	5	4	3	3	3	3	3	4	1	5	5	5	3	2	5	5	3	4	5	2	2	5	5	2	5	3

75	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	
76	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	
77	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	
78	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	
79	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	
80	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	
81	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	
82	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	
84	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	
85	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	5	5	3	
86	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	
87	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	
88	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3
89	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	
90	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	
91	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4
92	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
93	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
94	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	
95	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	5	
96	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	
97	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	
98	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	
99	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	
100	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	

101	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---



Lampiran 6 : Rekap Hasil Kuesioner *Analytical Hierarchy Process*

Responden	Kriteria						Sub Kriteria								Alternatif									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
A	0,5	1	1	1	0,25	0,5	0,17	1	1	1	0,17	0,17	1	0,17	3	3	5	1	0,5	0,5	1	1	1	1
B	0,25	1	1	1	1	0,5	0,17	1	2	1	0,14	0,17	1	0,2	3	5	3	1	0,5	0,5	1	1	1	1
C	1	1	1	1	0,5	0,5	0,17	1	1	1	0,11	0,17	1	0,14	3	4	3	1	0,5	0,5	1	1	1	1
Geometric Mean	0,5	1	1	1	0,5	0,5	0,17	1	1,3	1	0,14	0,17	1	0,17	3	3,9	3,6	1	0,5	0,5	1	1	1	1



Lampiran 7 :

Tingkat Kepentingan

```
RELIABILITY
/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10 Y11 Y12 Y13 Y14 Y15 Y16 Y17 Y18 Y
19 Y20 Y21 Y22 Y23 Y24 Y25 Y26
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA

/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	101	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	101	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.978	26

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	110.1980	284.560	.723	.977
Y2	110.2277	288.538	.657	.978
Y3	110.3960	295.082	.408	.979
Y4	110.2277	286.338	.762	.977
Y5	110.1089	283.618	.809	.977
Y6	110.2178	285.192	.778	.977
Y7	110.1089	282.838	.802	.977
Y8	110.0990	284.150	.825	.977
Y9	110.0792	283.194	.847	.977
Y10	110.0792	285.434	.764	.977
Y11	110.0396	283.178	.834	.977
Y12	110.0792	283.574	.808	.977
Y13	110.0495	283.708	.803	.977
Y14	110.1980	282.640	.844	.977
Y15	110.1287	283.273	.835	.977
Y16	110.1287	284.813	.816	.977
Y17	110.1584	286.615	.777	.977
Y18	110.1584	284.315	.800	.977
Y19	110.1188	285.486	.803	.977
Y20	110.0000	282.740	.852	.977
Y21	110.1485	283.008	.835	.977
Y22	110.1188	280.886	.849	.977
Y23	110.1089	283.878	.777	.977
Y24	110.2673	283.758	.819	.977
Y25	110.1386	285.681	.784	.977
Y26	110.0297	284.069	.790	.977

Tingkat Kepuasan

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10 Y11 Y12 Y13 Y14 Y15 Y16 Y17 Y18 Y
19 Y20 Y21 Y22 Y23 Y24 Y25 Y26
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

```

/MODEL=ALPHA

/SUMMARY=TOTAL.

Reliability

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	101	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	101	100.0

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

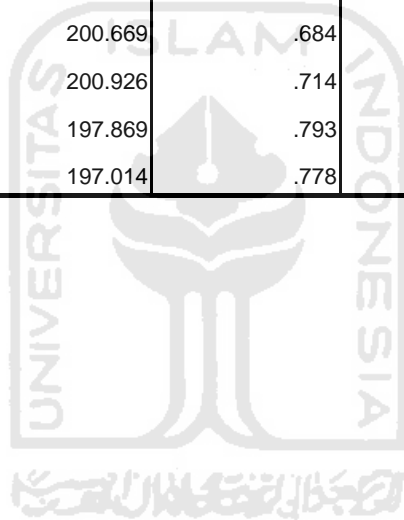
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.968	26

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	103.0990	202.950	.649	.967
Y2	103.0693	202.345	.574	.968
Y3	103.2376	204.163	.567	.968
Y4	103.1089	202.318	.552	.968
Y5	103.0891	198.382	.746	.966
Y6	103.1980	197.620	.757	.966
Y7	103.0990	198.830	.743	.967
Y8	103.0198	197.640	.814	.966
Y9	103.1188	198.486	.732	.967
Y10	103.0000	198.280	.773	.966

Y11	103.0495	200.648	.682	.967
Y12	102.9901	199.490	.711	.967
Y13	102.9604	198.338	.741	.967
Y14	103.1881	199.034	.779	.966
Y15	103.0396	199.358	.740	.967
Y16	103.0000	200.300	.703	.967
Y17	102.9703	198.109	.743	.967
Y18	103.0495	198.508	.803	.966
Y19	102.9505	198.568	.797	.966
Y20	102.9406	199.876	.727	.967
Y21	102.9703	199.169	.719	.967
Y22	102.9604	199.678	.730	.967
Y23	103.0297	200.669	.684	.967
Y24	103.2079	200.926	.714	.967
Y25	103.0297	197.869	.793	.966
Y26	103.0792	197.014	.778	.966



Lampiran 9

Ruang pelayanan bebas dari asap rokok	▲	
Tersedia tempat sampah di dalam ruang pelayanan	○	●
Tidak ada sampah di dalam ruang pelayanan	○	
Penataan ruang yang menarik (tempat duduk, dll)	↑	
Brosur-brosur mengenai produk Bank tersedia secara lengkap sehingga dapat menjadi referensi bagi nasabah jika menginginkan produk lainnya.	↑	
Tersedia air minum baik kemasan atau manual menggunakan gelas	○	
Tersedia tempat parkir yang bersih, nyaman dan luas.	↑	●
Tempat parkir beratap sehingga terhindar dari hujan dan panas.	↑	
Segala pencatatan transaksi menggunakan komputer.	↑	
Lokasi Bank mudah terjangkau.	○	
Formulir transaksi sederhana tetapi jelas berisi informasi penting yang dibutuhkan dalam bertransaksi	○	
Karyawan berpakaian rapi dan sopan	○	●
Semua karyawan memakai seragam	○	●
Karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tepat sesuai kebutuhan	○	△
Bunga yang diberikan dalam setiap transaksi sesuai dengan yang dijanjikan di awal	○	△
Sistem pencatatan transaksi dilakukan secara teliti dan terjamin kebenarannya	○	○
Dokumen nasabah tersimpan dengan baik.	○	●
Bank terkenal karena faktor yang baik	○	△
Karyawan selalu siap memberikan tanggapan ketika nasabah menginginkan sesuatu	○	●
Kedisiplinan karyawan dalam melakukan transaksi	○	●
Karyawan selalu bersedia membantu nasabah bila nasabah memerlukan bantuan	○	○
Informasi yang diberikan oleh karyawan detail dan lengkap sehingga nasabah puas mendengar penjelasan karyawan	○	○
Tersedia karyawan yang bertugas menangani kritik dari nasabah	▲	●
Tersedia kotak saran dan kritik	▲	●
Karyawan memiliki pengetahuan yang luas tentang perusahaan serta produknya	○	○
Karyawan bersikap sopan terhadap nasabah secara konsisten atau tidak membedakan nasabah	○	○
Perilaku karyawan sesuai dengan tata tertib, norma dan hukum yang berlaku	○	○
Tersedia penjaga keamanan yang mengawasi setiap kegiatan transaksi perbankan	○	○
Tersedia cctv	▲	●
Karyawan bersikap jujur	○	○
Ruang pelayanan kondusif sehingga baik karyawan maupun nasabah dapat melakukan transaksi dengan nyaman	○	○
Karyawan teliti dalam menghitung ataupun melakukan pencatatan	○	○
Tempat parkir dijaga oleh <i>security</i>	○	○
Karyawan bersedia menerima kritik dari nasabah	○	●
Karyawan tidak emosi ketika merespon kritik nasabah	○	○
Salam, senyum dan sapa yang diterapkan oleh karyawan	○	○

Gambar Interaksi Antar Parameter Teknik

05/01/2012 17:19:43

Page 1 of 1

Model Name: ika ahp yg valid

Priorities with respect to:

Goal: Pemilihan Strategi Meningkatkan |
> Sumber Daya Manusia
> Penambahan Karyawan Baglan...

Jaminan keamanan dalam bertran	,391	
Sikap Karyawan Lebih Sabar dan	,110	
Keamanan Dokumen	,154	
Pencatatan Yang Akurat	,156	
Reputasi Perusahaan	,188	

Inconsistency = 0,07
with 0 missing judgments.

