

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan di Bank Pasar Bantul. Penelitian bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank Pasar Bantul sehingga dapat diketahui atribut pada dimensi pelayanan yang diprioritaskan untuk ditingkatkan kualitasnya pada Bank Pasar Bantul.

Subyek penelitian ini adalah pelanggan pada Bank Pasar Bantul yaitu nasabah bank. Sedang obyek penelitiannya adalah kinerja, dan kepentingan nasabah pada Bank Pasar Bantul. Dengan cara ini pihak pada Bank Pasar Bantul dapat melihat komponen mana saja yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya sehingga sesuai dengan harapan nasabah. Sebelum dilakukan analisis data terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas, agar kesimpulan yang diperoleh tidak menghasilkan pernyataan yang bias.

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Instrumen pengukuran dikatakan memiliki validitas yang tinggi, apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur yang sesuai dengan maksud dilakukan pengukuran tersebut. Secara statistik, angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi

nilai r . Untuk taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah responden sebanyak 30 orang sebagai data uji coba (tray out) maka angka kritiknya adalah 0,306

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

| Kinerja | | | | Kepentingan | | | |
|---------|----------|-------------|------------|-------------|----------|-------------|------------|
| Butir | r_{xy} | r_{tabel} | Keterangan | Butir | r_{xy} | r_{tabel} | Keterangan |
| P1 | 0.6467 | 0.306 | Valid | P1 | 0.6805 | 0.306 | Valid |
| P2 | 0.6847 | 0.306 | Valid | P2 | 0.8130 | 0.306 | Valid |
| P3 | 0.5816 | 0.306 | Valid | P3 | 0.5518 | 0.306 | Valid |
| P4 | 0.7185 | 0.306 | Valid | P4 | 0.7004 | 0.306 | Valid |
| P5 | 0.6038 | 0.306 | Valid | P5 | 0.6654 | 0.306 | Valid |
| P6 | 0.7365 | 0.306 | Valid | P6 | 0.7527 | 0.306 | Valid |
| P7 | 0.5359 | 0.306 | Valid | P7 | 0.7347 | 0.306 | Valid |
| P8 | 0.6264 | 0.306 | Valid | P8 | 0.6034 | 0.306 | Valid |
| P9 | 0.4042 | 0.306 | Valid | P9 | 0.6390 | 0.306 | Valid |
| P10 | 0.4860 | 0.306 | Valid | P10 | 0.5527 | 0.306 | Valid |
| P11 | 0.4291 | 0.306 | Valid | P11 | 0.6537 | 0.306 | Valid |
| P12 | 0.6868 | 0.306 | Valid | P12 | 0.5534 | 0.306 | Valid |
| P13 | 0.5720 | 0.306 | Valid | P13 | 0.7129 | 0.306 | Valid |
| P14 | 0.5623 | 0.306 | Valid | P14 | 0.7143 | 0.306 | Valid |
| P15 | 0.5325 | 0.306 | Valid | P15 | 0.7456 | 0.306 | Valid |
| P16 | 0.5698 | 0.306 | Valid | P16 | 0.6757 | 0.306 | Valid |

Sumber : Data primer diolah, 2005

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang terdiri dari masing-masing 16 butir pada variabel kinerja, dan harapan/kepentingan dapat dinyatakan valid, karena r hitung lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat.

b. Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten bila digunakan untuk mengukur obyek yang sama dengan alat ukur yang sama. Teknik yang digunakan untuk menilai reliabilitas adalah *Cronbachis Alpha*, dengan cara menyebarkan angket/kuesioner kepada para nasabah Bank Pasar Bantul. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan reliabel (andal), jika alpha lebih dari 0,60

Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Hasil Pengujian Reliabilitas

| Penilaian | Koefisien Alpha Cronbach | Nilai kritis | Keterangan |
|-------------|--------------------------|--------------|------------|
| Kinerja | 0,9022 | 0,6 | Handal |
| Kepentingan | 0,9352 | 0,6 | Handal |

Sumber : Data primer diolah, 2005

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha baik pertanyaan kinerja maupun kepentingan seluruhnya lebih besar dari 0,6. Dengan mengacu pada pendapat diatas, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan profil nasabah Bank Pasar Bantul berdasarkan karakteristik responden. Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan dan pekerjaan. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

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

Tabel 4.3
Jenis Kelamin Responden

| Jenis Kelamin | Jumlah | Persentase |
|---------------|--------|------------|
| Laki-laki | 49 | 47% |
| Perempuan | 56 | 53% |
| Jumlah | 105 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2005

Berdasarkan Tabel 4.1 dapat diketahui bahwa 53 persen responden dengan jenis kelamin perempuan dan 47 persen responden dengan jenis kelamin laki-laki. Ditinjau dari besarnya persentase menunjukkan bahwa responden mayoritas adalah nasabah dengan jenis kelamin perempuan. Hal ini disebabkan karena kebanyakan

perempuan merupakan pengatur keuangan rumah tangga sehingga kegiatan perbankan rumah tangganya dilakukan oleh perempuan.

2. Usia

Usia seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan penilaian nasabah karena pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan sehingga akan mempengaruhi kepuasan dalam memilih obyek. Tabel 4.3 menunjukkan usia responden.

Tabel 4.3
Usia Responden

| Umur | Jumlah | Persentase |
|------------|--------|------------|
| < 19 th | 18 | 17% |
| 20 - 30 th | 21 | 20% |
| 30 - 39 th | 36 | 34% |
| 40 - 49 th | 25 | 24% |
| 50 - 59 th | 5 | 5% |
| > 60 th | 0 | 0% |
| Total | 105 | 100% |

Sumber : Data Primer yang diolah, 2005

Dari data di atas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa di Bank Pasar Bantul mayoritas berusia antara 30 - 39 tahun, yaitu sebesar 34 persen (36 orang). Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu usia antara 40 - 49 tahun sebesar 24 persen (25 orang), berusia antara 20 - 30 tahun sebesar 20 persen (21 orang), berusia kurang dari 19 tahun sebanyak 17% atau 18 orang dan terakhir berusia antara 50 - 59 th sebesar 10 persen atau 10 orang serta pada saat penelitian dilakukan tidak ada nasabah yang berusia lebih dari 60 tahun.

Kenyataan menunjukkan bahwa mayoritas nasabah Bank Pasar Bantul adalah berusia produktif yaitu antara 30 hingga 49 tahun. Hal ini disebabkan karena kelompok nasabah ini memiliki tingkat aktivitas dan produktivitas yang tinggi. , sehingga dalam melakukan bisnis ataupun pekerjaan responden ini sangat membutuhkan jasa perbankan yang mudah dalam prosedur transaksi serta tidak berbelit-belit.

3. Tingkat Pendidikan

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

Tabel 4.5
Tingkat Pendidikan Responden

| Tingkat Pendidikan | Jumlah | Persentase |
|--------------------|--------|------------|
| SD | 6 | 6% |
| Sekolah Menengah | 54 | 51% |
| Diploma | 10 | 10% |
| Sarjana | 29 | 28% |
| Pasca Sarjana | 6 | 6% |
| Total | 105 | 100% |

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2005

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden mayoritas berpendidikan terakhir sekolah menengah, yaitu sebesar 51 persen (54 orang). Distribusi tingkat pendidikan yang lain adalah berpendidikan terakhir sarjana yaitu sebesar 28 persen atau 29 orang, berpendidikan terakhir Diploma sebanyak 10 orang atau 10% dan responden dengan tingkat pendidikan Sekolah Dasar (SD) sebesar 6

orang atau 6 % serta berpendidikan pasca sarjana sebanyak 6 orang atau 6%..

Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang menggunakan jasa di Bank Pasar Bantul merupakan responden yang telah memiliki tingkat pendidikan menengah. Hal ini bukan merupakan suatu penghambat dalam mencapai nasabah yang sebesar-besarnya, tetapi memang segmen masyarakat yang menjadi target nasabah adalah masyarakat Bantul yang rata-rata memiliki pendidikan sampai sekolah menengah.

4. Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan nasabah dalam memilih Bank Pasar Bantul. Hal ini disebabkan karena jenis pekerjaan berhubungan langsung dengan tingkat kepentingan pada jenis pekerjaan yang ditekuninya. Tabel 4.6 menunjukkan pekerjaan responden.

Tabel 4.6
Pekerjaan Responden

| Pekerjaan | Jumlah | Persentase |
|---------------------|--------|------------|
| Pelajar / Mahasiswa | 16 | 15% |
| Tani/Buruh/Nelayan | 13 | 12% |
| Pegawai Negeri | 33 | 31% |
| Swasta | 27 | 26% |
| TNI/POLRI | 8 | 8% |
| Lain-lain | 8 | 8% |
| Jumlah | 105 | 100% |

Sumber: Data primer yang diolah, 2005

Dari tabel 4.6 di atas menunjukkan bahwa jenis pekerjaan responden mayoritas adalah pegawai negeri, yaitu sebesar 33

persen (31 orang). Sedangkan distribusi tingkat pekerjaan yang lain yaitu swasta sebesar 27 persen (26 orang), pelajar / mahasiswa sebesar 15 persen (16 orang), tani/buruh/nelayan sebanyak 13 orang atau 12 persen dan responden yang memiliki pekerjaan TNI/POLRI serta lain-lain masing-masing sebanyak 8 orang atau 8 persen.

Kenyataan ini berarti jenis pekerjaan nasabah yang menggunakan jasa di Bank Pasar Bantul adalah PNS dan swasta. Hal ini disebabkan karena bank pasar merupakan bank milik pemerintah daerah, sehingga sangat dekat dengan pegawai negeri yang ingin menggunakan jasa bank tersebut dengan memberikan kemudahan-kemudahan bagi pegawai negeri, karena akan saling menguntungkan baik nasabah maupun pihak bank, misalnya proses kredit mudah karena pihak bank dapat melakukan potong gaji bagi pegawai negeri tersebut, serta diadakannya program tabungan terencana (TACANA) yang sasarannya merupakan pegawai negeri dan swasta.

4.3. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yaitu analisis data yang berdasarkan pada masalah yang dapat dinyatakan dalam angka. Analisis data ini meliputi analisis pendekatan rata-rata, analisis Regresi Linier Berganda dan *importance performance analysis*.

4.3.1. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen (variabel bebas) terhadap variabel terikat dan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Untuk mempermudah perhitungan regresi dari data yang cukup banyak maka dalam penelitian ini diselesaikan dengan bantuan perangkat lunak (*soft were*) komputer program SPSS 11.0.

Hasil pengujian terhadap model regresi berganda tentang pengaruh dimensi kualitas pelayanan pada Bank Pasar terhadap kepuasan nasabah dapat dilihat dalam tabel 4.8 berikut:

Tabel 4.7
Rangkuman Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

| Variabel | Regrecion Coeficient | T _{hitung} | T _{tabel} | Sig t | Keterangan |
|----------------------------------|----------------------|---------------------|--------------------|-------|------------|
| Reliability (X ₁) | 0.764 | 5.518 | 1.9842 | 0.000 | Signifikan |
| Responsiveness (X ₂) | 0.880 | 8.345 | 1.9842 | 0.000 | Signifikan |
| Assurance (X ₃) | 0.525 | 3.685 | 1.9842 | 0.000 | Signifikan |
| Emphaty (X ₄) | 0.530 | 4.911 | 1.9842 | 0.000 | Signifikan |
| Tangible (X ₅) | 0.501 | 5.739 | 1.9842 | 0.000 | Signifikan |
| Constanta (Bo) | 0.476 | | | | |
| Standart error | = | 0,46083 | | | |
| Adjusted R Square | = | 0,737 | | | |
| R Square | = | 0,749 | | | |
| Multiple R | = | 0,866 | | | |
| F _{hitung} | = | 59,144 | | | |
| Signif F | = | 0,000 | | | |

Sumber : Data primer diolah, 2005

Pada penelitian ini digunakan model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5$$

Dengan memperhatikan model regresi dan hasil regresi linear berganda maka didapat persamaan pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Pasar Bantul dapat ditulis sebagai berikut :

$$Y = 0,476 + 0,764X_1 + 0,880X_2 + 0,525X_3 + 0,530X_4 + 0,501X_5$$

Hasil persamaan tersebut, maka dapat diberikan interpretasi sebagai berikut:

Dalam persamaan regresi di atas, konstanta (β_0) adalah sebesar 0,476. Maka berarti jika tidak ada dimensi *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* dan *Tangibles*, maka kepuasan nasabah akan sebesar 0,476 satuan. Hal ini dapat diartikan bahwa kepuasan nasabah akan rendah apabila pihak bank tidak memperhatikan kelima dimensi di atas.

Dimensi *reliability* (X_1) merupakan dimensi yang mempengaruhi kepuasan nasabah dengan koefisien positif sebesar 0,764. Berarti bila kualitas pelayanan pada *reliability* (X_1) meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,764 dengan anggapan dimensi *responsiveness* (X_2), *assurance* (X_3), *emphaty* (X_4), dan *tangible* (X_5), dalam kondisi tetap. Dengan Sig t sebesar 0,000 yang jauh dibawah 0,05 dan t_{hitung} lebih besar t_{tabel} ($5,518 > 1,9842$) maka dimensi *reliability* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dimensi *responsiveness* (X_2) merupakan dimensi yang mempengaruhi kepuasan nasabah dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,880. Berarti

apabila *responsiveness* (X_2) meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,880 dengan anggapan dimensi *reliability* (X_1) *assurance* (X_3), *emphaty* (X_4), dan *tangible* (X_5) dalam kondisi konstan. Dengan sig t sebesar 0,000 berada dibawah 0,05 dan thitung lebih besar dari t tabel ($8,345 > 1,9842$) maka dimensi *responsiveness* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dimensi *assurance* (X_3) merupakan dimensi yang mempengaruhi kepuasan nasabah dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,525. Berarti apabila *assurance* (X_3) meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,525 dengan anggapan *reliability* (X_1) *responsiveness* (X_2), *emphaty* (X_4), dan *tangible* (X_5) dalam kondisi konstan. Dengan Sig t sebesar 0,000 yang berada dibawah 0,05 dan t_{hitung} lebih besar dari t tabel ($3,685 > 1,9842$) maka dimensi *assurance* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dimensi *emphaty* (X_4) merupakan dimensi yang mempengaruhi kepuasan nasabah dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,530. Berarti apabila *emphaty* (X_4) meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,530 dengan anggapan *reliability* (X_1) *responsiveness* (X_2), *assurance* (X_3), dan *tangible* (X_5) dalam kondisi konstan. Dengan Sig t sebesar 0,000 berada dibawah 0,05 dan t_{hitung} lebih besar dari t tabel ($4,911 > 1,9842$) maka dimensi *emphaty* mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dimensi tangible (X_5) merupakan dimensi yang mempengaruhi kepuasan nasabah dengan koefisien regresi yang positif sebesar 0,501. Berarti apabila tangible (X_5) meningkat sebesar satu satuan maka kepuasan nasabah akan meningkat sebesar 0,501 dengan anggapan reliability (X_1) responsiveness (X_2), assurance (X_3), dan empathy (X_4). Dengan Sig t sebesar 0,000 yang berada dibawah 0,05 dan t_{hitung} lebih besar dari t tabel ($5,739 > 1,9842$) maka dimensi tangible mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Dari tabel 4.8 di atas di dapat F_{hitung} sebesar 59,144 dengan taraf signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa F_{hitung} jauh lebih besar dari F_{tabel} yang nilainya 2,3063. Karena $F_{hitung} > F_{Tabel}$ ($59,144 > 2,3063$), maka H_a diterima dan menolak H_o . Ini menunjukkan bahwa reliability (X_1) responsiveness (X_2), assurance (X_3), empathy (X_4), dan tangible (X_5) secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank Pasar Bantul. Sedangkan besarnya pengaruh kelima dimensi tersebut terhadap kepuasan nasabah dapat ditunjukkan dengan nilai Adjusted R Square yaitu sebesar 0,737. Hal ini berarti kepuasan nasabah pada Bank Pasar Bantul 73,7% dapat dijelaskan oleh kelima dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari reliability (X_1) responsiveness (X_2), assurance (X_3), empathy (X_4), dan tangible (X_5), sedangkan sisanya sebesar 26,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

4.3.2. Analisis Diagram Kartesius

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

Untuk mengukur tingkat kesesuaian ini digunakan rumus :

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

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja (*performance*)

Yi = Skor penilaian harapan konsumen

Sebagai contoh pada item pertanyaan kecepatan dan ketepatan pemrosesan setiap transaksi, baik penyetoran maupun pengambilan dengan skor kinerja (X_i) = 3,32 dan skor kepentingan (Y_i) sebesar 3,57 maka besarnya tingkat kesesuaian adalah sebagai berikut:

$$Tki = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\% = \frac{3,32}{3,57} \times 100\% = 93,1\%$$

Begitu juga perhitungan untuk item-item yang lain dapat dilakukan dengan cara yang sama seperti pada lampiran.

Analisa gap dapat dilakukan dengan cara mengurangi skor rata-rata pada kolom kinerja dengan skor rata-rata pada kolom kepentingan.

Apabila kinerja dikurangi kepentingan hasilnya positif (lebih dari nol), maka konsumen akan merasa sangat puas, jika kinerja dikurangi kepentingan hasilnya 0 (nol) maka konsumen akan merasa puas. Tetapi apabila kinerja dikurangi kepentingan hasilnya negatif (kurang dari nol) maka konsumen merasa belum puas.

Hasil selengkapnya tingkat kesesuaian dan analisa gap dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8
Tingkat Kesesuaian dan Gap Harapan dan Kinerja Pada Bank Pasar Bantul

| No | DIMENSI | KINERJA | KEPENTINGAN | TK. KESESUAIAN | GAP |
|--------------------------|--|-------------|-------------|----------------|--------------|
| A. RELIABILITY | | | | | |
| 1 | Kecepatan dan ketepatan pemrosesan setiap transaksi | 3.32 | 3.57 | 93.1% | -0.25 |
| 2 | Pelayanan sesuai yang dijanjikan | 3.07 | 3.51 | 87.3% | -0.44 |
| 3 | Prosedur pelayanan mudah dan tidak berbelit-belit | 3.27 | 3.50 | 93.2% | -0.13 |
| | Rata-rata | 3.22 | 3.53 | 91.2% | -0.31 |
| B. RESPONSIVENESS | | | | | |
| 4 | Kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap terhadap keluhan | 3.48 | 3.54 | 98.1% | -0.06 |
| 5 | Kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap terhadap masalah | 2.39 | 3.52 | 67.8% | -1.13 |
| 6 | Petugas bank memberikan informasi yang jelas | 2.94 | 3.50 | 84.0% | -0.56 |
| | Rata-rata | 2.94 | 3.52 | 83.3% | -0.58 |
| C. ASSURANCE | | | | | |
| 7 | Pengetahuan dan kecakapan teller | 2.81 | 3.52 | 79.7% | -0.71 |
| 8 | Komunikasi yang efektif dengan nasabah | 3.52 | 2.95 | 119.4% | 0.57 |
| 9 | Jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan | 2.45 | 3.49 | 70.2% | -1.04 |
| 10 | Pengetahuan dan ketrampilan dalam memberikan informasi | 3.22 | 3.12 | 103.0% | 0.1 |
| | Rata-rata | 3.00 | 3.27 | 93.1% | -0.27 |
| D. EMPHATY | | | | | |
| 11 | Rasa kekeluargaan yang dimiliki petugas bank | 2.90 | 3.49 | 83.3% | -0.59 |
| 12 | Perhatian khusus kepada nasabah | 2.36 | 3.28 | 72.1% | -0.92 |
| 13 | Bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan nasabah | 2.30 | 3.22 | 71.6% | -0.92 |
| | Rata-rata | 2.52 | 3.33 | 75.7% | -0.71 |

| E. TANGIBLES | | | | | |
|--------------|---|-------------|-------------|--------------|--------------|
| 14 | Kebersihan dan kerapihan gedung dan karyawan | 2.44 | 3.51 | 69.4% | -1.07 |
| 15 | Penataan eksterior dan interior | 1.75 | 3.55 | 49.3% | -1.8 |
| 16 | Kelengkapan dan kesiapan alat-alat yang digunakan | 2.30 | 3.61 | 63.6% | -1.31 |
| | Rata-rata | 2.16 | 3.56 | 60.8% | -1.40 |

Sumber : Data primer diolah, 2005

a. Dimensi Reliability

Dimensi *Reliability* menunjukkan, kemampuan bank untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. Bank Pasar Bantul dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi nasabahnya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,53) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (3,22), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 91,2%. Gap yang ada pada dimensi ini sebesar -0,31, Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Pasar Bantul dengan kualitas pelayanan yang diharapkan nasabah pada dimensi *Reliability*, sehingga dapat dikatakan bahwa konsumen merasa belum puas.

b. Dimensi Responsiveness

Dimensi *responsiveness* menunjukkan, kemauan untuk membantu nasabah dan memberikan jasa dengan cepat dan tanggap. Bank Pasar Bantul dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi nasabahnya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,53) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,94), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 83,3%. Gap yang terjadi pada dimensi ini sebesar -0.56. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Pasar Bantul dengan kualitas

pelayanan yang diharapkan nasabah pada atribut *responsiveness*. Namun pada item kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap terhadap keluhan hampir memberikan kepuasan bagi nasabah dengan tingkat kesesuaian sebesar 98,1% yang nilainya diatas 95%. Secara umum pada dimensi ini dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa belum puas akan kualitas pelayanan Bank Pasar Bantul.

c. Assurance

Dimensi *Assurance* menunjukkan, pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan. Bank Pasar Bantul dala pada item komunikasi yang efektif dengan nasabah dan pengetahuan dan ketrampilan dalam memberikan informasi dengan tingkat kesesuaian masing-masing sebesar 119,4% dan 103% yang nilainya lebih besar dari 100%. Namun secara keseluruhan rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,27) lebih besar dari rata-rata pelayanan m dimensi ini telah mampu memenuhi harapan bagi nasabahnya, terutama yang dirasakan (3,00), dan rata-rata kesesuaian sebesar 93,1%. Gap yang terjadi pada dimensi ini sebesar -0.27. Hal ini artinya secara keseluruhan masih terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Pasar Bantul dengan kualitas pelayanan yang diharapkan nasabah pada atribut *assurance*. Karena gap yang ditunjukkan pada dimensi ini besarnya kurang dari nol, maka dapat dikatakan bahwa secara keseluruhan pada dimensi ini konsumen belum merasa puas.

d. Dimensi *Emphaty*

Dimensi *emphaty* menunjukkan, kepedulian, memberi perhatian pribadi bagi nasabah. Bank Pasar Bantul dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi nasabahnya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,33) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,52), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 75,7%. Gap yang ditunjukkan pada dimensi ini sebesar -0,71. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Pasar Bantul dengan kualitas pelayanan yang diharapkan nasabah pada atribut *emphaty*. Dari angka yang ditunjukkan gap rata-rata pada dimensi ini kurang dari nol (negatif) maka dapat disimpulkan bahwa konsumen merasa belum puas.

e. Dimensi *Tangible*

Dimensi *tangible* menunjukkan, penampilan fisik, peralatan, personel dan media komunikasi. Bank Pasar Bantul dalam dimensi ini belum mampu memenuhi harapan bagi nasabahnya, karena antara rata-rata pelayanan yang diharapkan (3,56) lebih besar dari rata-rata pelayanan yang dirasakan (2,16), ditunjukkan dengan rata-rata kesesuaian sebesar 60,8%. Hasil analisa gap pada dimensi ini sebesar -1,40. Hal ini artinya terdapat perbedaan antara kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Pasar Bantul dengan kualitas pelayanan yang diharapkan nasabah pada atribut *tangible*. Dari hasil analisa gap, menunjukkan bahwa konsumen belum merasa puas.

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

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

X= Skor rata-rata seluruh faktor tingkat kinerja Bank Pasar Bantul

Y= Skor rata-rata dari seluruh faktor kepentingan nasabah

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

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

$$\bar{X} = \frac{3,32+3,07+3,27+ \dots + 2,30}{16} = 2,78$$

$$\bar{Y} = \frac{3,57+3,51+3,50+ \dots + 3,61}{16} = 3,43$$

Hasil perhitungan Analisis Diagram Kartesius pada pelayanan pada Bank Pasar Bantul dapat ditunjukkan pada tabel berikut sebagai berikut:

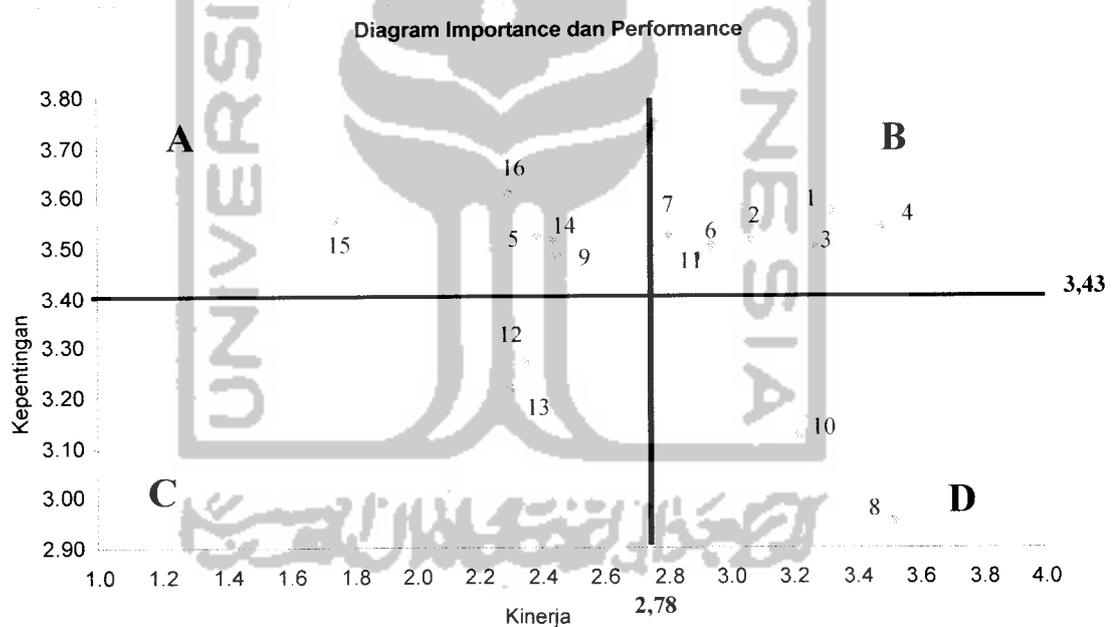
Tabel 4.9
Koordinat *Importance – Performance Analisis*

| No | DIMENSI | KINERJA | KEPENTINGAN |
|--------------------------|--|-------------|-------------|
| A. RELIABILITY | | | |
| 1 | Kecepatan dan ketepatan pemrosesan setiap transaksi | 3.32 | 3.57 |
| 2 | Pelayanan sesuai yang dijanjikan | 3.07 | 3.51 |
| 3 | Prosedur pelayanan mudah dan tidak berbelit-belit | 3.27 | 3.50 |
| B. RESPONSIVENESS | | | |
| 4 | Kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap terhadap keluhan | 3.48 | 3.54 |
| 5 | Kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap terhadap masalah | 2.39 | 3.52 |
| 6 | Petugas bank memberikan informasi yang jelas | 2.94 | 3.50 |
| C. ASSURANCE | | | |
| 7 | Pengetahuan dan kecakapan teller | 2.81 | 3.52 |
| 8 | Komunikasi yang efektif dengan nasabah | 3.52 | 2.95 |
| 9 | Jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan | 2.45 | 3.49 |
| 10 | Pengetahuan dan ketrampilan damam memberikan informasi | 3.22 | 3.12 |
| D. EMPHATY | | | |
| 11 | Rasa kekeluargaan yang dimiliki petugas bank | 2.90 | 3.49 |
| 12 | Perhatian khusus kepada nasabah | 2.36 | 3.28 |
| 13 | Bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan nasabah | 2.30 | 3.22 |
| E. TANGIBLES | | | |
| 14 | Kebersihan dan kerapihan gedung dan karyawan | 2.44 | 3.51 |
| 15 | Penataan eksterior dan interior | 1.75 | 3.55 |
| 16 | Kelengkapan dan kesiapan alat-alat yang digunakan | 2.30 | 3.61 |
| | Rata-rata | 2.78 | 3.43 |

Sumber : Data primer diolah, 2005

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 2,78 dan rata-rata nilai kepentingan adalah sebesar 3,43. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan nilai rata-rata kepentingan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y. Dalam menggambarkan diagram

kartesian akan terbagi kedalam 4 kuadran. Kuadran A yaitu untuk item yang nilai kinerja kurang dari 2,78 dan nilai kepentingannya diatas 3,43. Untuk Kuadran B, yaitu item-item yang memiliki nilai kinerja diatas 2,78 dan nilai kepentingannya diatas 3,43. Untuk kuadran C yaitu item yang memiliki nilai kinerja kurang dari 2,78 dan nilai kepentingannya kurang dari 3,43. Sedangkan pada kuadran D berisi item-item yang memiliki nilai kinerja lebih dari 2,78 tetapi nilai kepentingannya kurang dari 3,43. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.8 diatas dapat digambarkan diagram kartesian sebagai berikut :



Gambar 4.1
Diagram Kartesian kualitas pelayanan pada Bank Pasar Bantul

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

1. Kuadran A

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

Untuk kasus diatas variabel-variabel yang ada dalam kuadran A adalah :

- a) Variabel 5 yaitu kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.
- b) Variabel 9 yaitu jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan di bank
- c) Variabel 14 yaitu kebersihan dan kerapihan gedung dan karyawan
- d) Variabel 15 yaitu penataan eksterior dan interior gedung
- e) Variabel 16 yaitu kelengkapan dan kesiapan alat-alat yang digunakan

Dengan demikian pihak Bank Pasar Bantul harus mengambil strategi untuk memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau performance pada kelima variabel ini yaitu dengan cara meningkatkan dimensi Tangible seperti fasilitas-fasilitas terutama fasilitas ATM yang selama ini belum terpasang, memperluas tempat parkir, terutama tempat parkir sepeda/sepeda motor dan menata layout kantor. Selain itu peningkatan sumber daya manusia harus ditingkatkan melalui ketrampilan karyawannya sehingga karyawan memiliki daya tanggap yang baik

terhadap masalah yang timbul pada nasabah serta memberikan jaminan keamanan dan keselamatan uang yang disimpan, misalnya dengan cara mensosialisasikan dengan informasi yang sejelas-jelasnya kepada nasabah bahwa uang yang disimpan di bank telah mendapat jaminan dari pemerintah dan Bank Indonesia.

2. Kuadran B

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

- a) Variabel 1 yaitu kecepatan dan ketepatan pemrosesan setiap transaksi, baik penyetoran maupun pengambilan.
- b) Variabel 2 yaitu memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan kepada nasabah
- c) Variabel 3 yaitu prosedur pelayanan yang mudah dan tidak berbelit-belit.
- d) Variabel 4 yaitu kemampuan perusahaan untuk cepat tanggap terhadap keluhan yang disampaikan oleh nasabah.
- e) Variabel 6 yaitu petugas bank memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti.
- f) Variabel 7 yaitu pengetahuan dan kecakapan teller maupun karyawan.
- g) Variabel 11 yaitu rasa kekeluargaan yang dimiliki petugas bank.

Dengan demikian perusahaan harus mengambil strategi untuk dapat mempertahankan, bahkan meningkatkan ketujuh variabel diatas yang telah dinilai oleh pelanggan sebagai pelayanan yang memuaskan. Hal ini memang telah dilakukan oleh pihak Bank Pasar Bantul dimana perusahaan mengedepankan kecepatan dan keandalan pada karyawan yang bekerja yaitu dengan merekrut karyawan yang mayoritas telah berpendidikan sarjana (S1) dan S2 sehingga karyawan bekerja telah memiliki kecakapan yang baik, menepati janji-janji yang diberikan dengan memberikan kualitas pelayanan yang prima, akurat dalam pelaporan. Selain itu pihak manajemen bank ini juga telah memberikan kemudahan dalam prosedur pengajuan kredit tanpa syarat yang berbelit-belit. Begitu juga dengan karyawan yang telah ditanamkan selalu bersikap sopan, ramah dan rasa kekeluargaan terjalin dengan nasabah.

3. Kuadran C

Variabel yang berada pada kuadran C adalah variabel yang memiliki tingkat kepentingan dan kinerja relatif rendah. Walaupun tingkat kepentingan nasabah rendah namun kinerja yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi nasabah ketika menggunakan jasa kualitas pelayanan pada Bank Pasar Bantul. Variabel yang ada pada kuadran ini adalah :

- a) Variabel 12 yaitu memberikan perhatian secara khusus kepada nasabah

- b) Variabel 13 yaitu bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan nasabah

Dengan demikian perusahaan harus mengambil strategi untuk memberikan perhatian dan pengelolaan yang serius pada kedua variabel diatas, karena ketidakpuasan nasabah pada umumnya berawal dari variabel-variabel ini. Walaupun perhatian telah diberikan kepada setiap nasabah, namun demikian pada saat-saat tertentu ketika karyawan merasa kewalahan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, terkadang karyawan kurang sadar bahwa bahwa pelayanan tersebut dapat membuat tidak nyaman bagi nasabah. Untuk itu pihak manajemen harus memperhatikan variabel-variabel ini walaupun kurang dipentingkan oleh nasabah.

4. Kuadran D

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

- c) Variabel 8 yaitu melakukan komunikasi yang efektif dengan nasabah
- d) Variabel 10 yaitu karyawan mempunyai pengetahuan dan ketrampilan dalam memberikan informasi yang dibutuhkan nasabah.

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

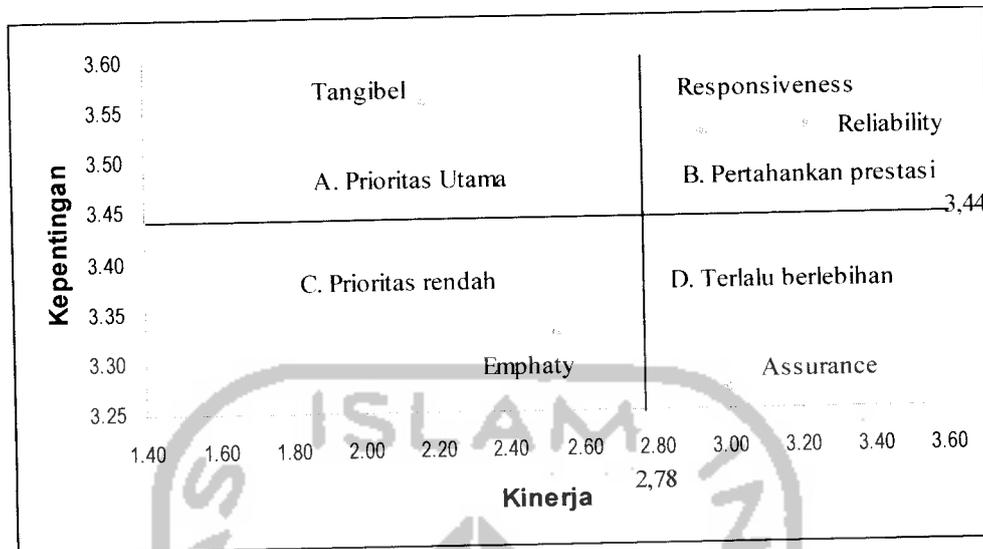
Sedangkan Analisis koordinat kartesius perdimensi didasarkan pada koordinat kartesius antara kinerja Bank Pasar Bantul terhadap kepentingan pada keseluruhan dimensi yang ada. Hasil indeks kinerja dan indek kepentingan nasabah dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.10
Koordinat Importance – Performance Analisis Per Dimensi

| Dimensi | Indek Kinerja | Indeks Harapan |
|----------------|---------------|----------------|
| Reliability | 3,22 | 3,53 |
| Responsiveness | 2,94 | 3,52 |
| Assurance | 3,00 | 3,27 |
| Emphaty | 2,52 | 3,33 |
| Tangible | 2,16 | 3,56 |
| Rata-rata | 2,78 | 3,44 |

Sumber : Data primer diolah, 2005

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 2,78 dan rata-rata nilai kepentingan adalah sebesar 3,44. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.9 di atas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



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

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

I. Kuadran A (Prioritas Utama)

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

Untuk kasus di atas dimensi yang ada dalam kuadran A adalah dimensi *Tangible*. Dengan demikian pihak Bank Pasar harus mengambil strategi untuk memprioritaskan peningkatan kinerja atau performance pada dimensi ini yaitu dengan cara meningkatkan kondisi fisik baik tempat

parkir maupun penataan interior kantor , peralatan, personel dan media komunikasi

2. Kuadran B (Pertahankan Prestasi)

Variabel yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat kepentingan yang tinggi dengan performance yang tinggi pula. Dimensi kualitas pelayanan yang berada pada kuadran B adalah dimensi *Responsiveness dan Reliability*. Untuk itu perusahaan harus mengambil strategi untuk mempertahankan kualitas pelayanan pada kedua dimensi ini karena telah dinilai baik oleh nasabah sesuai dengan harapannya.

3. Kuadran C (Prioritas Rendah)

Variabel yang berada pada kuadran C adalah variabel yang memiliki tingkat performance dan importance relatif rendah. Walaupun tingkat kepentingan nasabah rendah namun performance yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi nasabah ketika menggunakan jasa-jasa yang ditawarkan oleh Bank Pasar Bantul. Dimensi yang termasuk dalam kuadran ini adalah dimensi *emphaty*. Untuk itu pihak bank harus menerapkan strategi meningkatkan kualitas pelayananan dimensi ini dengan cara meningkatkan kepedulian dan perhatian pribadi kepada nasabah.

4. Kuadran D (Terlalu Berlebihan)

Variabel yang berada pada kuadran D adalah variabel yang memiliki performance yang menurut nasabah sangat baik, tetapi variabel ini

memiliki tingkat kepentingan yang tidak begitu penting. Dimensi assurance merupakan dimensi yang masih dirasa berlebihan. Untuk itu pihak bank harus mengambil strategi untuk mengalihkan peningkatan pelayanan pada dimensi assurance kepada dimensi tangible, karena dimensi ini kurang penting bagi nasabah, sehingga akan terjadi kepuasan konsumen yang lebih merata pada setiap dimensi yang ditawarkan.

