

**ANALISIS ATRIBUT KUALITAS LAYANAN BANK BRI MUNTILAN
DENGAN METODE KANO**

SKRIPSI



Oleh :

Nama : Fauzan Rhomadi

Nomor Mahasiswa : 16311303

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2020

**ANALISIS ATRIBUT KUALITAS LAYANAN BANK BRI MUNTILAN
DENGAN METODE KANO**

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan dalam rangka memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia

Oleh :

Nama : Fauzan Rhomadi
Nomor Mahasiswa : 16311303
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2020

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

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

Yogyakarta, 1 Januari 2021

Penulis,



Fauzan Rhomadi

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS ATRIBUT KUALITAS LAYANAN BANK BRI MUNTILAN DENGAN METODE KANO

Nama : Fauzan Rhomadi
Nomor Mahasiswa : 16311303
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta,

Yogyakarta, 1 Januari 2021

Dosen Pembimbing,



Nursya'bani Purnama, SE., M.SI.

BERITA ACARA UJIAN TUGAS AKHIR

TUGAS AKHIR BERJUDUL
**ANALISIS ATRIBUT KUALITAS LAYANAN BANK BRI MUNTILAN DENGAN METODE
KANO**

Disusun Oleh : **FAUZAN RHOMADI**
Nomor Mahasiswa : **16311303**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**

Pada hari, tanggal: Selasa, 9 Februari 2021

Penguji/ Pembimbing Tugas Akhir : Nursya'bani, S.E., M.Si.



Penguji : Mochamad Nasito, Drs., M.M.



Mengetahui
Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika
Universitas Islam Indonesia



ProF. Jaka Sriyana, SE., M.Si, Ph.D.



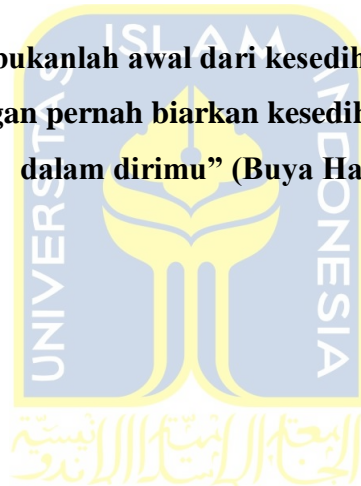
HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada semua pihak yang telah mendukung saya.
Terima kasih telah selalu ada dan selalu memotivasi saya selama ini :)



MOTTO

“Kejatuhanmu bukanlah awal dari kesedihanmu, tetapi awal dari kebangkitanmu. Jangan pernah biarkan kesedihan dan keduakaan masuk ke dalam dirimu” (Buya Hamka)



ABSTRAKSI

Penelitian ini merupakan studi yang membahas mengenai atribut kualitas layanan Bank BRI Muntilan dengan metode kano yang bertujuan untuk mengetahui atribut-atribut kualitas layanan Bank BRI Muntilan yang perlu untuk ditingkatkan. Untuk menganalisis kualitas layanan Bank BRI Muntilan, penelitian ini menggunakan lima dimensi kualitas layanan yaitu *Tangible* (keadaan fisik), *Reliability* (keandalan), *Responsiveness* (daya tanggap), *Assurance* (jaminan) dan *Empathy* (empati).

Penelitian ini dilakukan dengan cara memberikan kuesioner kepada 100 nasabah Bank BRI Muntilan yang kemudian datanya dianalisis dan diolah dengan metode kano. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Bank BRI Muntilan perlu untuk menjaga atribut mengenai teknologi yang modern agar dapat meningkatkan kualitas layanannya.

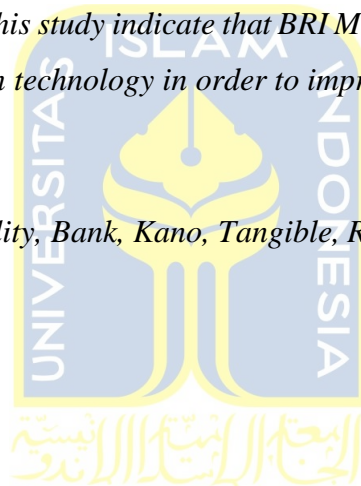
Kata Kunci : Kualitas pelayanan, Bank, *Kano*, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*.

ABSTRACT

This research is a study that discusses the service quality attributes of BRI Muntilan Bank with the kano method which aims to determine the attributes of the service quality of BRI Muntilan Bank that need to be improved. To analyze the service quality of BRI Muntilan Bank, this study uses five dimensions of service quality, namely Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance and Empathy.

This research was conducted by giving a questionnaire to 100 customers of BRI Muntilan Bank, then the data were analyzed and processed using the Kano method. The results of this study indicate that BRI Muntilan Bank needs to maintain the attributes of modern technology in order to improve the quality of its services.

Keywords: Service quality, Bank, Kano, Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy.



KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT karena atas segala rahmatNya sehingga tugas akhir yang berjudul “Analisis Atribut Kualitas Layanan Bank BRI Muntilan dengan Metode Kano” ini dapat diselesaikan dalam rangka untuk memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia jurusan Manajemen.

Tugas akhir ini telah selesai berkat bantuan dari berbagai pihak, terutama dosen pembimbing tugas akhir ini. Maka dari itu, peneliti ingin menyampaikan ungkapan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua saya atas segala doa dan dukungannya yang tidak pernah terputus
2. Bapak Nursya'bani Purnama, SE., M.SI. selaku dosen pembimbing tugas akhir atas bimbingannya kepada saya dalam Menyusun tugas akhir ini.
3. Teman-teman peneliti yang telah mendukung dalam menyelesaikan tugas akhir ini secara langsung maupun tidak langsung.

Peneliti sadar bahwa di dalam tugas akhir ini tidak luput dari segala kekurangan. Maka dari itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna memperbaiki tugas akhir ini. Peneliti juga berharap agar tugas akhir ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 1 Januari 2021

Penulis



Fauzan Rhomadi

Daftar Isi

Halaman Sampul Depan Skripsi.....	i
Halaman Judul Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	iv
Halaman Persembahan	v
Halaman Motto	vi
Abstraksi	vii
Abstract	viii
Kata Pengantar.....	ix
Daftar Isi.....	x
Daftar Gambar	xiii
Daftar Tabel.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
BAB II : LANDASAN TEORI	4
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	4
2.2 Landasan Teori	7
2.2.1 Pengertian Jasa	7
2.2.2 Pengertian Kualitas Jasa	8
2.2.3 Meningkatkan Kualitas Jasa.....	10
2.2.4 Analisis Model Kano	12

BAB III : METODE PENELITIAN.....	14
3.1 Lokasi Penelitian	14
3.2 Populasi dan Sampel.....	14
3.5.1 Populasi.....	14
3.5.2 Sampel.....	14
3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	15
3.2.1 Variabel penelitian.....	15
3.2.2 Definisi Operasional Variabel.....	15
3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data.....	17
3.3.1 Jenis data.....	17
3.3.2 Teknik pengumpulan data.....	17
3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas	18
3.4.1 Uji validitas	18
3.4.2 Uji reliabilitas.....	19
3.6 Metode Analisis Data.....	19
3.6.1 Metode Analisis Kano	19
BAB IV : ANALISIS DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Identitas Responden	24
4.2 Uji Validitas	25
4.3 Uji Reliabilitas	28
4.4 Analisis Model Kano.....	29
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Kesimpulan.....	47
5.2 Saran	48
Daftar Pustaka.....	49

Lampiran.....51
Kuesioner Penelitian..... 51



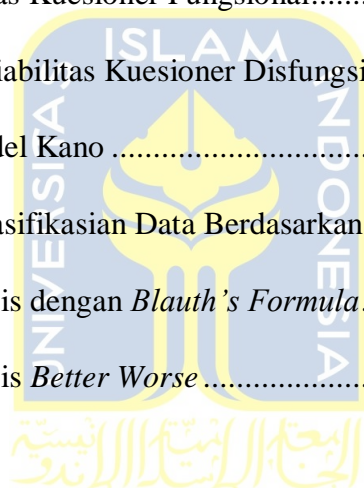
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Diagram Model Kano	13
Gambar 3.1 Tahapan Model Kano.....	20



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Evaluasi Model Kano	21
Tabel 4.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	24
Tabel 4.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia	24
Tabel 4.3 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan	25
Tabel 4.4 Uji Validitas Kuesioner Fungsional	26
Tabel 4.5 Uji Validitas Kuesioner Disfungsional.....	27
Tabel 4.6 Uji Reliabilitas Kuesioner Fungsional.....	28
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Disfungsional	28
Tabel 4.8 Evaluasi Model Kano	29
Tabel 4.9 Hasil Pengklasifikasian Data Berdasarkan Model Kano	29
Tabel 4.10 Hasil Analisis dengan <i>Blauth's Formula</i>	31
Tabel 4.11 Hasil Analisis <i>Better Worse</i>	33



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dunia sekarang telah memasuki era globalisasi dimana perubahan sangat cepat, persaingan sangat ketat dan ketidakpastian sangat tinggi, maka dari itu bank perlu untuk terus meningkatkan daya saingnya agar tetap terus bisa bertahan. Untuk dapat meningkatkan daya saing, bank tentu perlu untuk terus meningkatkan dan menjaga kinerjanya. Apalagi pada era globalisasi sekarang banyak nasabah yang mulai sadar akan pentingnya kualitas layanan yang diberikan oleh bank, nasabah tentu akan lebih memilih bank yang memiliki kualitas layanan yang bagus. Selain itu di dalam persaingan sekarang, banyak bank yang berlomba-lomba untuk terus meningkatkan kualitas layanannya untuk dapat terus bertahan. Maka dari itu sangat penting bagi bank untuk terus memperhatikan segala aspek kualitas layanan yang diberikan bank kepada nasabahnya. Jumlah bank di Indonesia sendiri juga banyak sehingga persaingan akan menjadi semakin ketat, maka dari itu jika bank tidak dapat menjaga kualitas layanannya maka bisa saja bank tersebut akan kalah dalam persaingan.

Zaman sekarang telah banyak bank yang lebih berorientasi kepada apa yang dibutuhkan oleh nasabahnya. Dalam hal ini, bank perlu untuk mencari tahu apa yang nasabah inginkan dan butuhkan lalu meresponnya dengan memenuhi apa yang nasabah inginkan dan butuhkan. Dengan memenuhi apa yang keinginan dan kebutuhan nasabah, maka nasabah itu sendiri akan merasa diperhatikan sehingga akan merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh bank. Jika nasabah merasa puas, maka tentu akan dapat menjadi nilai lebih dari bank itu sendiri.

Salah satu yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas layanan yang diberikan oleh bank. Untuk dapat memenuhi kepuasan nasabah itu sendiri perlu bagi bank untuk mengetahui faktor apa saja yang dapat memuaskan nasabah dan yang masih belum dapat memuaskan nasabah. dengan diketahuinya faktor yang

belum memuaskan nasabah, maka bank akan dapat memperbaikinya dan dapat meningkatkan nilai kepuasan dari konsumen.

Jumlah bank yang telah terdaftar dalam di direktori perbankan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) ada 116 bank yang meliputi 78 bank umum yang berkantor pusat di Jakarta dan 38 bank umum yang berkantor pusat di daerah Dengan banyaknya jumlah bank di Indonesia tersebut, maka tentu persaingan akan semakin ketat dan perlu untuk memiliki keunggulan bersaing agar tetap bisa bertahan atau bahkan dapat memenangkan persaingan.

Bank BRI Muntilan merupakan salah satu cabang bank BRI yang berada di jalan Pemuda No. 6 Muntilan, Magelang, Jawa Tengah, Indonesia. Bank BRI Muntilan sendiri melayani masyarakat Muntilan dan sekitarnya dalam hal perbankan. Di Muntilan selain bank BRI ada beberapa bank lain seperti bank Mandiri, bank BNI, bank BCA, bank Jateng, bank BNI dan beberapa bank lainnya. Dengan banyaknya jumlah bank yang berada di Muntilan, maka perlu bagi bank BRI untuk memiliki keunggulan bersaing, salah satunya adalah unggulnya kualitas jasa yang diberikan oleh bank BRI.

Dengan berbagai pertimbangan di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti bank BRI Muntilan. Karena kualitas juga merupakan hal yang penting bagi suatu perusahaan perbankan, peneliti tertarik untuk meneliti aspek apa saja yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan sehingga dapat memuaskan nasabah dari Bank BRI.

1.2 Rumusan Masalah

Menurut latar belakang yang telah disampaikan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan menjadi sebagai berikut :

Apa saja atribut-atribut kualitas layanan Bank BRI Muntilan yang perlu untuk ditingkatkan?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui atribut-atribut kualitas layanan Bank BRI Muntilan yang perlu ditingkatkan.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi peneliti

Manfaat dari penelitian ini bagi peneliti diharapkan agar dapat menambah wawasan mengenai kualitas dari jasa dan mengetahui cara untuk meningkatkan kualitas jasa. Selain itu juga diharapkan agar penelitian ini menjadi tolak ukur mengenai penerapan teori yang telah dipelajari selama masa perkuliahan di lapangan.

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini bagi bank BRI Muntilan diharapkan agar dapat menjadi acuan atau bahan pertimbangan untuk meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah bank BRI Muntilan.

2. Bagi pihak lain

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat untuk membantu pihak yang memerlukan penelitian ini sebagai sumber dari informasi dan diharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi semua orang.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan kajian dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu yang sesuai dengan topik yang sekarang dikaji dalam penelitian ini. Tinjauan penelitian terdahulu ini akan dapat menjadi rujukan dalam penelitian ini. Hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh peneliti lain adalah sebagai berikut :

Oktaviani dan Zadry (2016) melakukan penelitian yang berjudul “Evaluasi Kualitas Jasa Nasabah dengan Metode Kano, Analisis Kuadran dan Triz. Studi Kasus : Bank Nagari Cabang Pembantu Universitas Bung Hatta Padang”. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengevaluasi kualitas jasa dari bank Nagari cabang pembantu Universitas Bung Hatta Padang. Metode penelitian yang digunakan adalah dengan cara menyebarkan kuesioner yang disebarkan kepada 97 responden yang terdiri dari 24 variabel dan dianalisis menggunakan metode Kano, analisis kuadran dan TRIZ. Hasil dari penelitian tersebut adalah usulan untuk pemasangan papan pengumuman atau poster yang berisikan prosedur layanan bank dan informasi-informasi jasa bank, memberikan pelatihan kepada karyawan bank, memfokuskan layanan terhadap permasalahan bank yang sering terjadi, dan evolusi sistem jasa bank dari tradisional kepada *phone banking* atau *internet banking*,

Kemudian ada penelitian yang dilakukan oleh Devani dan Ardiman (2017) dengan judul “Usulan Perbaikan Kualitas Pelayanan Nasabah Bank dengan Model Kano”. Penelitian tersebut bertujuan untuk menentukan tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan dan menentukan usulan perbaikan kualitas layanan terhadap nasabah bank Riau Kepri Kedai Pasar Sail. Penelitian tersebut dilakukan dengan menggunakan metode menyebarkan kuesioner pada 96 nasabah bank Riau Kepri Kedai Pasar Sail. Pertanyaan kuesioner tersebut berdasarkan atas lima dimensi kualitas layanan (*servqual*) yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Kemudian hasil dari kuesioner yang telah

didapatkan diolah dengan menggunakan model Kano. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Devani dan Ardiman tersebut menunjukkan bahwa diperlukan usulan perbaikan yaitu memberikan contoh setoran yang sudah diisi di meja setoran sebagai acuan pengisian atau menempatkan pegawai bank untuk memberikan petunjuk pengisian, di setiap kotak yang berisi lembar setoran diberi tanda sesuai dengan lembar setoran, selalu menambahkan lembar setoran jika lembar tersebut mulai habis, penambahan mesin ATM, melakukan pengecekan pada mesin ATM, menambahkan lahan parkir atau memanfaatkan lahan kosong di sekitar wilayah bank terutama untuk parkir mobil, memberikan kanopi untuk parkir kendaraan roda dua, melengkapi slip yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, memberikan papan nama yang lebih besar, melakukan pelatihan kepada karyawan bank, mampu menjaga kerahasiaan nasabah, menempatkan petugas keamanan baik di luar maupun di dalam ruangan, karyawan bank harus menanyakan kembali kebutuhan, serta karyawan bank harus tanggap dengan nasabah yang belum memahami transaksi yang akan dilakukan.

Kazemi, Kariznoee, Moghadam dan Sargazi (2013) juga melakukan penelitian yang berjudul *“Prioritizing Factors Affecting Bank Customers Using Kano Model and Analytical Hierarchy Process”* penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan nasabah bank Eghtsade Novin dalam rangka untuk mendapatkan keunggulan bersaing. Penelitian tersebut dilakukan dengan metode menyebarkan kuesioner kepada 140 responden sebagai sampel dan menggunakan 24 variabel lalu dianalisis dengan metode Kano dan juga menggunakan software *Analytical Hierarchy Process (AHP)*. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa kemampuan karyawan dalam melayani nasabah menjadi faktor yang penting dalam kepuasan pelanggan.

Mostafa, Batoool, Parvaneh dan Alireza (2013) melakukan penelitian yang berjudul *“Identify and Ranking Factors Affecting Bank Maskan Service Quality using Kano Model”*. Penelitian tersebut bertujuan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen di cabang bank Maskan yang berada di provinsi Mashdad. Metode yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah

menyebarkan kuesioner kepada 200 nasabah cabang bank Maskan yang berada di Provinsi Mashdad sebagai data penelitian, penelitian tersebut menggunakan 20 variabel yang kemudian diolah dengan model Kano. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa sedikitnya waktu berdiri dalam antrian memiliki dampak paling besar terhadap kepuasan konsumen. sedangkan hubungan emosional dengan karyawan bank memiliki dampak paling minimum terhadap kepuasan konsumen. selain itu juga tidak adanya fasilitas kursi menjadi ketidakpuasan pelanggan, sedangkan hubungan dengan karyawan memiliki dampak paling sedikit terhadap kepuasan konsumen.

Purhasomi, Khamseh dan Ghorbazad (2013) juga melakukan penelitian dengan judul "*A hybrid of Kano and QFD for ranking customers' preferences: A case study of bank Melli Iran*". Penelitian tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengidentifikasi kriteria yang berdampak penting terhadap kepuasan nasabah bank Melli yang berada di Iran. Metode yang digunakan pada penelitian tersebut adalah dengan model *Quality Function Deployment* (QFD) dan model Kano dengan implementasi *Analytical Hierarchy Process* (AHP). Penelitian tersebut menunjukkan bahwa bank perlu untuk melakukan perhatian lebih kepada nasabah dan juga perlu untuk mengurangi waktu dari layanan karyawan bank.

Kemudian ada penelitian yang dilakukan oleh Kashi, Astanbous, Javidnia dan Rajabi (2012) yang meneliti bank Melli di salah satu provinsi di Iran yang bernama Semnan. Penelitian tersebut berjudul "*A Hybrid Model of QFD, SERVQUAL and KANO to Increase Bank Capabilities*" dengan tujuan untuk mengetahui kualitas jasa dari bank Melli. Penelitian tersebut melibatkan 170 nasabah dan menggunakan tiga model untuk menganalisis kualitas jasa dari bank Melli yang meliputi model QFD, SERVQUAL dan Kano. Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Kashi dkk. tersebut menunjukkan bahwa nasabah bank Melli tidak puas dengan kualitas dari bank Melli dan untuk memecahkan masalah ini, pihak bank perlu untuk melakukan perubahan dalam layanannya. Perbaikan tersebut meliputi prioritas dari bank tersebut, kemungkinan untuk dapat mentransfer uang dengan terminal penjualan, kemungkinan untuk menyediakan pos nirkabel,

memberikan manfaat khusus kepada konsumen yang menggunakan jasa elektronik dan memungkinkan untuk pertukaran uang asing di ATM.

Menurut beberapa penelitian terdahulu untuk menganalisa atribut-atribut layanan bank yang perlu ditingkatkan, penelitian tersebut sama-sama menggunakan metode Kano. Sedangkan perbedaan dari beberapa penelitian terdahulu tersebut adalah Bank yang diteliti, sehingga terdapat perbedaan dalam hasil penelitiannya. Maka dari itu, untuk penelitian ini peneliti menggunakan metode Kano sebagai alat untuk menganalisa atribut-atribut Bank BRI Muntilan yang perlu untuk ditingkatkan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Jasa

Menurut Kotler dan Keller (2012), jasa merupakan setiap aktivitas, manfaat atau *performance* yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain yang memiliki sifat *intangible* dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Dalam hal ini, aktifitas tersebut dapat terikat maupun tidak terikat dengan produk fisik.

Sedangkan menurut Djaslim Saladin (2004), jasa adalah setiap aktivitas atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya kasat mata atau tidak berwujud dan tidak menyebabkan kepemilikan sesuatu, dimana proses produksinya tidak selalu terikat dengan produk fisik.

Lovelock, dan Wright (2007) juga mendefinisikan jasa sebagai sesuatu yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak yang lain. Proses ini tidak terkait dengan produk fisik, jasa tidak berwujud dan pada umumnya tidak menyebabkan kepemilikan dari suatu faktor produksi.

Kotler dan Armstrong (2012) menyatakan bahwa jasa memiliki empat point karakteristik, yaitu :

1. Tidak Berwujud (*Intangibility*)

Jasa adalah sesuatu yang bersifat abstrak dan tidak berwujud, jasa tidak dapat dilihat, diraba, di dengar, atau dicium sebelum jasa tersebut telah diterima.

2. Bervariasi (*Variability*)

Jasa bersifat *nonstandart* dan *non variable*. Kualitas jasa dengan kualitas produk fisik yang sudah terstandart, pada kualitas layanan jasa tergantung pada siapa yang menyediakan, kapan, dimana dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Karena itulah jasa disebut bervariasi.

3. Tidak dapat dipisahkan (*Inseparability*)

Umumnya jasa diproduksi dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan dengan partisipasi konsumen di dalamnya.

4. Tidak dapat disimpan (*Perishability*)

Jasa tidak mungkin disimpan dalam bentuk persediaan. Nilai jasa hanya ada pada saat jasa tersebut diproduksi dan langsung diterima oleh penerima jasa tersebut. Karakteristik ini berbeda dengan barang terwujud yang dapat diproduksi terlebih dahulu, disimpan, dan dipergunakan lain waktu.

Dari pengertian jasa menurut beberapa ahli yang telah disebutkan, maka dapat disimpulkan bahwa jasa merupakan setiap aktivitas atau manfaat yang ditawarkan dari satu pihak ke pihak lain dimana produknya tidak melibatkan produk fisik dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan sesuatu.

2.2.2 Pengertian Kualitas Jasa

Pada era sekarang, persaingan berjalan menjadi semakin ketat dalam industry jasa, maka dari itu perusahaan harus dapat memperhatikan apa yang kebutuhan dan keinginan dari konsumen dan kualitas dari jasa yang ditawarkan. Jika perusahaan dapat menjaga kualitas dari jasa yang ditawarkan dengan baik, maka pelanggan akan puas dan bisa bersaing dengan perusahaan lain.

Menurut Tjiptono (2001), kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan

lingkungan yang dapat memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas jasa juga merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan yang diiringi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaian jasa tersebut dalam rangka memenuhi harapan dan kepuasan konsumen. Kualitas jasa yang baik juga memiliki kriteria, antara lain :

1. Ketepatan waktu layanan, dimana hal ini adalah waktu yang diperlukan selama proses transaksi maupun proses pembayaran.
2. Akurasi layanan, yang merupakan upaya untuk meminimalkan kesalahan dalam layanan maupun transaksi
3. Sopan santun dan keramahan pada saat memberikan layanan.
4. Kemudahan untuk mendapatkan layanan, yaitu seperti tersedianya sumber daya manusia untuk membantu melayani konsumen, serta fasilitas pendukung seperti komputer untuk mencari ketersediaan suatu produk.
5. Kenyaman konsumen seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, aspek kebersihan, ketersediaan informasi, dan lain-lain.

Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1988) mengklasifikasikan dimensi dari kualitas menjadi lima variabel, yang meliputi :

1. *Tangibles* (keadaan fisik) adalah dimensi yang berhubungan keadaan fisik dari perusahaan jasa, hal ini dapat berupa bentuk kantor, kebersihan, sarana dan prasarana hingga penampilan dari karyawan yang melayani. Dalam perusahaan perbankan, hal ini dapat meliputi ruang tunggu yang nyaman, tersedianya teknologi perbankan yang modern, tersedianya peralatan dan perlengkapan yang baik, serta penampilan karyawan yang bersih dan rapi.
2. *Reliability* (Kehandalan) adalah kemampuan dari penyedia jasa untuk dapat menyediakan layanan dan penjelasan dengan tepat dan memuaskan pelanggan. Dalam jasa perbankan, dimensi ini menjadi penting karena nasabah akan sangat peduli tentang dana yang digunakan untuk transaksi maupun disimpan di bank. Jika terjadi suatu masalah dan karyawan tidak dapat membantu masalahnya, maka tingkat kepuasan nasabah akan dapat berkurang atau bahkan berpindah ke bank lain.

3. *Responsiveness* (ketanggapan) adalah kemampuan untuk memberikan layanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Nasabah bank tentu akan mengharapkan segala transaksi maupun kinerja dari karyawan akan cepat karena jika bank perlu waktu lama untuk melayani nasabah, maka nasabah dapat menjadi kurang puas.
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian) yaitu pengetahuan, kesopanan, kemampuan untuk dapat menimbulkan kepercayaan karyawan maupun penyedia jasa kepada pelanggannya.
5. *Emphaty* (empati) adalah tentang bagaimana penyedia jasa dapat berkomunikasi, memberikan perhatian dan memahami apa yang pelanggan butuhkan.

2.2.3 Meningkatkan Kualitas Jasa

Tjiptono (2004) menyatakan bahwa ada beberapa faktor dominan yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kualitas layanan, diantaranya adalah:

1. Mengidentifikasi determinan utama kualitas layanan

Setiap penyedia jasa yang berusaha untuk memberikan kualitas jasa layanan yang terbaik kepada para pelanggan perlu melakukan riset untuk mengidentifikasi jasa dominan yang paling penting bagi pasar kemudian memperkirakan penilaian yang diberikan pasar terhadap penyedia jasa dan pesaing berdasarkan determinan tersebut. Sehingga diketahui posisi relatif penyedia jasa dimata pelanggan dibandingkan dengan pesaing agar dapat memfokuskan peningkatan kualitas pada aspek dominasi.

2. Mengelola harapan dari pelanggan

Ada suatu perusahaan lebih-melebihkan pesan komunikasinya kepada pelanggan agar mereka terpikat. Hal ini seperti dapat menjadi hal yang kurang baik, karena semakin banyak janji yang diberikan maka semakin besar pula harapan dari pelanggan yang dapat berdampak menambah peluang tidak dapat dipenuhi harapan dari pelanggan. Maka dari itu perusahaan perlu untuk

3. Mengelola bukti (*evidence*) dari kualitas jasa

Mengelola bukti kualitas jasa bertujuan untuk memperkuat persepsi pelanggan selama dan sesudah jasa diberikan. Oleh karena itu, jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan seperti barang, maka pelanggan cenderung memperhatikan fakta-fakta *tangible* yang berkaitan dengan jasa sebagai bukti dari suatu kualitas jasa. Dari sudut pandang perusahaan yang bergerak di bidang jasa, bukti kualitas ini meliputi segala sesuatu yang dipandang pelanggan sebagai indikator seperti apa jasa yang akan diberikan (*preservice expectation*) dan seperti apa jasa yang telah diterima (*post expectation*).

4. Mendidik konsumen tentang jasa

Membantu pelanggan dalam memahami jasa yang diberikan merupakan usaha yang bagus dalam rangka penyampaian kualitas jasa. Pelanggan yang terdidik akan dapat mengambil keputusan secara lebih baik sehingga kepuasan pelanggan dapat menjadi lebih tinggi. Upaya ini dapat dilakukan dalam bentuk melakukan layanan sendiri, membantu pelanggan kapan menggunakan jasa, bagaimana menggunakan jasa, dan menjelaskan kepada pelanggan alasan-alasan yang mendasari kebijaksanaan yang bisa mengecewakan mereka.

5. Mengembangkan budaya kualitas jasa

Budaya kualitas layanan merupakan sistem nilai organisasi yang menghasilkan lingkungan yang kondusif bagi pembentuk dan penyempurnaan kualitas secara terus-menerus. Budaya kualitas terdiri dari: filosofi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi, prosedur, dan harapan yang meningkatkan kualitas. Agar dapat menciptakan budaya kualitas yang baik maka dibutuhkan komitmen menyeluruh pada seluruh anggota organisasi.

6. Menciptakan *automating quality*

Adanya otomatisasi dapat mengatasi variabilitas kualitas jasa yang disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki oleh perusahaan. Namun sebelum memutuskan otomatisasi, perusahaan perlu melakukan penelitian secara seksama untuk menentukan bagian mana yang membutuhkan keterlibatan manusia dan memerlukan otomatisasi.

7. Menindak lanjuti jasa

Menindak lanjuti jasa dapat membantu menentukan aspek-aspek jasa yang perlu ditingkatkan. Perusahaan perlu mengambil inisiatif untuk menghubungi sebagian atau semua pelanggan untuk mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap jasa yang diberikan oleh perusahaan. Perusahaan dapat memberikan kemudahan bagi para pelanggan untuk menyampaikan kebutuhan maupun keluhan mereka.

8. Mengembangkan sistem informasi kualitas jasa

Sistem informasi kualitas jasa suatu sistem yang menggunakan berbagai pendekatan secara sistematis untuk mengumpulkan data dan menyebarkan informasi kualitas jasa untuk mendukung pengambilan keputusan. Informasi yang dibutuhkan mencakup segala aspek, yaitu data saat ini dan data masa lalu, kualitatif dan kuantitatif, internal dan eksternal serta informasi mengenai perusahaan dan pelanggan.

2.2.4 Analisis Model Kano

Model kano merupakan analisis yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana suatu variable dapat memuaskan pelanggan yang dikembangkan oleh Dr. Nariaki Kano yang berasal dari Tokyo Riko University pada tahun 1984 (Walden, 1993). Persepsi kualitas pada model Kano dapat dikategorikan sebagai berikut (Tjiptono, 2016) :

1. *Attractive quality elements*

Attractive quality elements adalah suatu atribut yang dapat memunculkan kejutan dan rasa senang, jika atribut ini dapat terpenuhi, maka akan dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan, akan tetapi jika tidak terpenuhi maka tidak akan menimbulkan ketidakpuasan.

2. *One dimensional quality elements*

Pada kategori ini, kepuasan dari pelanggan merupakan fungsi linear dari kinerja atribut suatu layanan. Semakin tinggi kinerja pada atribut ini maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi.

3. *Indifferent quality elements*

Kategori *indifferent quality elements* ini, kinerja dari atribut suatu layanan tidak dapat menghasilkan kepuasan maupun ketidakpuasan bagi pelanggan.

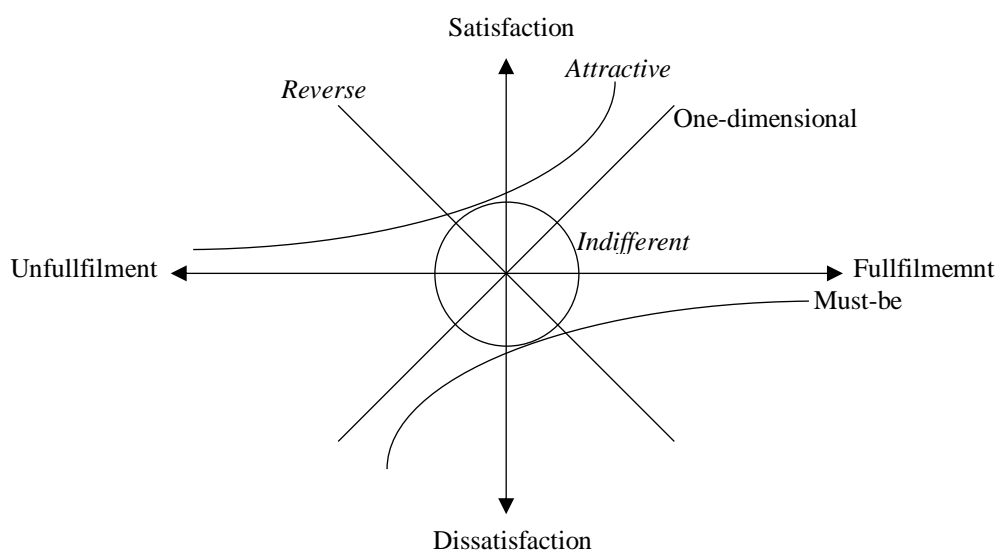
4. *Must-be quality elements*

Must-be quality elements ini merupakan kategori dimana atribut suatu layanan akan dapat menghasilkan ketidakpuasan jika layanannya rendah. Akan tetapi tidak tuga menyebabkan kepuasan di atas normal jika memiliki kinerja yang baik atau tinggi.

5. *Reverse quality elements*

Pada kategori ini, kepuasan pelanggan berbanding terbalik dengan kinerja layanan. Jika kinerja dari suatu layanan tinggi, maka kepuasan pelanggan akan menjadi rendah. Begitu pula sebaliknya, jika kinerja semakin rendah, maka pelanggan akan menjadi semakin puas.

Gambar 2.1. Diagram Kano



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini sumber data yang digunakan adalah data yang diambil dari responden yang menggunakan jasa layanan Bank BRI cabang Muntilan. Data akan dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden.

3.2 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah seluruh objek dari suatu penelitian. Jika ada suatu elemen yang ingin diteliti, maka seluruh elemen tersebut merupakan populasi (Arikunto Suharsimi, 1998). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa populasi merupakan seluruh objek yang akan diteliti dalam penelitian ini. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh nasabah yang pernah menggunakan layanan dari Bank BRI Muntilan. Dalam hal ini, sifat populasi dari nasabah Bank BRI Muntilan tidak dapat diketahui secara pasti.

3.5.2 Sampel

Sampel adalah Sebagian dari populasi yang dapat mewakili dari seluruh populasi. Jika populasi memiliki jumlah yang besar sehingga tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari seluruh populasi, maka dapat diambil sampel dari keseluruhan populasi. Namun, sampel harus dapat benar-benar mewakili seluruh populasi (Sugiyono, 2004).

Menurut Roscoe (1975) dalam Uma Sekaran (1992) memberikan pedoman untuk dapat menentukan jumlah dari sampel yang meliputi :

- a. Ukuran dari sampel disarankan 30 sampai 500 elemen
- b. Jika sampel akan dipecah lagi ke dalam sub sampel, maka jumlah dari sampel adalah 30 untuk setiap kategori.

- c. Dalam penelitian yang multivariate (termasuk juga analisis regresi yang ganda), ukuran dari sampel disarankan sepuluh kali lebih besar dari variable yang ada.
- d. Ukuran sampel dapat sekitar 10 sampai 20 jika penelitian yang dilakukan adalah penelitian eksperimen sederhana.

Menurut pedoman untuk menentukan jumlah sampel menurut Roscoe (1975) dalam Uma Sekaran (1992) tersebut maka sampel dari penelitian ini adalah 100 responden karena sudah cukup dapat mewakili dari seluruh populasi nasabah dari Bank BRI Muntilan.

3.3 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.2.1 Variabel penelitian

Sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Devani dan Ardiman (2017) dan juga penelitian Kashi, Astanbous, Javidnia dan Rajabi (2012) dimana kedua penelitian tersebut menggunakan variabel penelitian kualitas layanan yang sama, maka penelitian ini menggunakan variabel yang sama dengan kedua penelitian tersebut, yaitu :

1. *Tangibles* (keadaan fisik)
2. *Reliability* (Kehandalan)
3. *Responsiveness* (daya tanggap)
4. *Assurance* (jaminan)
5. *Empathy* (empati)

3.2.2 Definisi Operasional Variabel

1. *Tangibles* (keadaan fisik) merupakan keadaan fisik suatu penyedia jasa dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Indikator dari *tangibles* yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
 - a. Fasilitas fisik dan kantor yang menarik
 - b. Penampilan karyawan yang rapi dan menarik
 - c. Teknologi perbankan yang modern (*atm*, *m-banking*, *internet banking*)
 - d. Kelengkapan peralatan yang disediakan oleh bank

2. *Reliability* (kehandalan) adalah kemampuan penyedia jasa untuk menyediakan layanan jasa secara akurat, terpercaya dan handal. Indikator dari *reliability* yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :
 - a. Kemampuan karyawan memecahkan masalah secara sungguh-sungguh
 - b. Kemampuan karyawan untuk memberikan layanan dengan tepat dan sesuai prosedur
 - c. Kemampuan Bank untuk bebas dari kesalahan pencatatan
 - d. Kemampuan karyawan memberikan layanan sesuai yang dijanjikan
3. *Responsiveness* (daya tanggap) adalah kemampuan penyedia jasa untuk memberikan layanan secara cepat dan tepat kepada pelanggan. . Indikator dari *reliability* yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :
 - a. Kemampuan karyawan memberikan layanan dengan cepat
 - b. Ketersediaan karyawan untuk membantu nasabah
 - c. Karyawan tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah
 - d. Kemampuan karyawan menepati janji tepat waktu
4. *Assurance* (jaminan) yaitu pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para karyawan penyedia jasa untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada penyedia jasa. Indikator dari *assurance* yang digunakan pada penelitian ini meliputi :
 - a. Rasa aman ketika bertransaksi
 - b. Karyawan bersikap meyakinkan dan dapat dipercaya
 - c. Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan nasabah
 - d. Karyawan ramah dan sopan
5. *Empathy* (empati) adalah kemampuan dari penyedia jasa memahami keinginan dan perhatian tulus dari pelanggan. Selain itu penyedia jasa juga diharapkan agar dapat memenuhi keinginan dari pelanggan. Indikator dari *empathy* yang digunakan pada penelitian ini adalah :
 - a. Kemampuan karyawan memberikan perhatian kepada nasabah secara individual
 - b. Kemampuan karyawan memberikan layanan sepenuh hati

- c. Karyawan menanyakan kembali kebutuhan nasabah setelah memberikan layanan
- d. Kemampuan karyawan memahami kebutuhan spesifik dari nasabah

3.4 Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis data

Penelitian ini menggunakan jenis data primer. Data primer adalah data yang diambil secara langsung dari obyek penelitian. Obyek dari penelitian ini adalah responden yang memiliki kriteria dan karakteristik tertentu yaitu nasabah dari bank BRI Muntilan. Data primer tersebut akan diambil melalui penyebaran kuesioner yang sebelumnya telah disiapkan. Kuesioner yang akan digunakan pada penelitian ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama adalah data dari responden yang meliputi nama, jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Sedangkan bagian kedua meliputi variable-variabel yang mempengaruhi kepuasan responden mengenai ekspektasi kualitas layanan penyedia jasa.

3.3.2 Teknik pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan pertanyaan tertulis yang sebelumnya telah dirumuskan dan disiapkan yang kemudian akan disebar dan akan dijawab oleh para responden. Responden dalam penelitian ini sendiri merupakan obyek yang dapat dianggap *representative*, yaitu nasabah dari Bank BRI Muntilan.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan pertanyaan fungsional dan disfungsional dari variabel-variabel yang diberikan. Pertanyaan fungsional menyatakan tentang kondisi jika suatu fasilitas terpenuhi. Pertanyaan disfungsional menyatakan tentang jika suatu fasilitas tidak ada atau tidak terpenuhi. Pertanyaan tersebut berfungsi untuk mengukur seberapa besar prioritas kebutuhan layanan yang diberikan oleh perusahaan jasa yang dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Contoh pertanyaan fungsional dan disfungsional :

1. Pertanyaan Fungsional : apa yang Anda rasakan jika karyawan bank berpenampilan rapi dan menarik?

2. Pertanyaan disfungsional : apa yang Anda rasakan jika karyawan bank TIDAK berpenampilan rapi dan menarik?

Masing-masing variabel pada kuesioner diukur menggunakan skala 1-5 yang mewakili :

1 = Suka

2 = Mengharapkan

3 = Biasa saja

4 = Toleransi

5 = Tidak suka

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.4.1 Uji validitas

Validitas didefinisikan sebagai suatu pengukuran yang dapat memperlihatkan ketepatan dari suatu instrumen terhadap konsep yang diteliti. Suatu kuesioner dikatakan valid jika kuesioner tersebut mampu mengungkap sesuatu yang diukur oleh kuesioner yang dibuat. Uji validitas bermanfaat untuk menguji pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner sehingga validitas dari pertanyaan tersebut dapat diketahui. Rumus yang dapat digunakan untuk uji validitas adalah :

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

Keterangan dari rumus di atas adalah :

r = koefisien korelasi (r- hitung)

n = jumlah dari responden

$\sum X$ = jumlah skor pertanyaan

$\sum Y$ = jumlah skor total

$\sum X^2$ = jumlah kuadrat dari skor pertanyaan

ΣY^2 = jumlah kuadrat skor total

Validitas pada taraf signifikan menggunakan perhitungan (α) = 5%. Di dalam penelitian ini uji validitas menggunakan bantuan program SPSS 25 dan suatu kuesioner dapat dikatakan valid jika r hitung lebih besar daripada r tabel, begirru juga sebaliknya jika r hitung ternyata lebih kecil daripada r tabel maka dianggap tidak valid.

3.4.2 Uji reliabilitas

Ghozali (2005) mengatakan bahwa suatu kuesioner yang memiliki indikator dari suatu variable ataupun konstruk dapat diukur dengan uji reliabilitas. Jawaban responden yang konsisten atau stabil dapat menyatakan bahwa suatu kuesioner yang dibuat handal atau reliabel. Alat ukur pada penelitian ini dikatakan reliabel maupun tidak reliabel, maka diuji dengan menggunakan metode *Alfa Cronbach* dengan rumus (Sugiono, 2005) :

$$r_i = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\Sigma Si^2}{St^2} \right]$$

Keterangan dari rumus di atas adalah :

r_i = *Alfa Cronbach*

ΣSi^2 = mean kuadrat kesalahan

St^2 = varians total

k = means kuadrat antara subyek

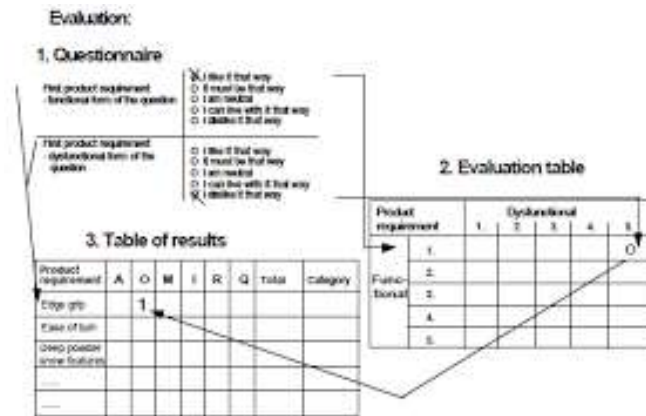
Dalam penelitian ini untuk melakukan uji validitas menggunakan bantuan SPSS 25 dimana instrumen dari suatu penelitian dapat dikatakan reliabel jika memiliki koefisian reliabel sebesar 0.6 atau lebih (Ghozali, 2005).

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Metode Analisis Kano

Setelah mendapatkan data dari responden dan diuji validitas dan reliabilitasnya, data tersebut akan dianalisis dengan metode analisis Kano yang memiliki tahapan seperti gambar berikut :

Gambar 3.1 Tahapan Analisis Model Kano



Kuesioner Model Kano yang memiliki dua jenis pertanyaan yaitu fungsional dan disfungsional yang akan dikombinasikan dan dianalisis dengan tabel Evaluasi Model Kano yang akan menghasilkan kategori dari Model Kano. Pertanyaan fungsional adalah keadaan dimana jika suatu atribut tersedia atau ada, sedangkan pertanyaan disfungsional merupakan keadaan dimana suatu atribut tidak tersedia atau tidak ada di Bank BRI Muntilan.

Penentuan kategori Kano dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1. Evaluasi Model Kano

Kebutuhan Konsumen		Disfungsional					
		Suka	Mengharap	Netral	Toleransi	Tidak Suka	
		1	2	3	4	5	
Fungsional	Suka	1	Q	A	A	A	O
	Mengharap	2	R	I	I	I	M
	Netral	3	R	I	I	I	M
	Toleransi	4	R	I	I	I	M
	Tidak Suka	5	R	R	R	R	Q

Pada tabel tersebut, hasil jawaban dari pertanyaan fungsional dan disfungsional dikombinasikan dan akan mendapatkan suatu kategori Kano. Pada tabel evaluasi kano tersebut, skala yang digunakan adalah :

1 = Suka : responden menyukai jika suatu atribut layanan ada pada pertanyaan fungsional dan menyukai jika suatu atribut tidak ada pada pertanyaan disfungsional.

2 = Harap : responden mengharapkan menerima suatu atribut tetapi tidak terlalu menyukai atribut tersebut jika ada maupun tidak ada.

3 = Netral : responden bersikap biasa saja jika suatu atribut ada maupun tidak ada.

4 = Toleransi : responden kurang menyukai jika suatu atribut, akan tetapi masih dapat mentoleransi atribut tersebut.

5 = Tidak Suka : respon tidak menyukai jika suatu atribut ada maupun tidak ada.

Sedangkan keterangan hasil dari tabel model Kano tersebut adalah sebagai berikut :

I = *Indifferent* : nasabah akan memiliki hasil *indifferent* jika pada pertanyaan fungsional menjawab mengharap, netral atau toleransi, sedangkan pada pertanyaan disfungsional menjawab dengan mengharap, netral maupun toleransi juga.

R = *Reverse* : pada kategori *reverse*, nasabah menjawab pertanyaan fungsional kuesioner dengan jawaban mengharap, netral, toleransi atau tidak suka, sedangkan pada pertanyaan disfungsional menjawab suka, toleransi, netral dan mengharap.

O = *One dimensional* : suatu atribut akan mendapatkan kategori *one dimensional* jika pertanyaan fungsional responden menjawab suka, sedangkan pada pertanyaan disfungsional menjawab tidak suka.

A = *Attractive* : atribut layanan akan memiliki kategori *attractive* jika pada pertanyaan fungsional, responden akan menjawab suka sedangkan pada pertanyaan disfungsional akan menjawab mengharap, netral atau toleransi.

M = *Must be* : suatu atribut akan mendapatkan kategori *must be* jika pada pertanyaan fungsional responden menjawab mengharap, netral atau toleransi dan pada pertanyaan disfungsional menjawab tidak suka.

Q = *Questionable* : pada kategori *questionable*, suatu atribut layanan akan mendapatkan kategori ini jika pada pertanyaan fungsional maupun disfungsional sama-sama menjawab dengan jawaban tidak suka.

Setelah menganalisis atribut menggunakan tabel model Kano akan dipilih kategori dari masing-masing atribut dengan menggunakan *Blauth's formula*. Pada *Blauth's formula*, kategori dari masing-masing atribut akan didapatkan dengan cara membandingkan dari nilai (O+M+A) dengan (I+R+Q). menurut Walden (1993), penentuan kategori pada masing-masing atribut model Kano akan didapatkan dengan perbandingan :

- a. Jika total nilai dari (*one dimensional + attractive + must be*) lebih besar dari total nilai (*indifferent + reverse + questionable*) maka kategori akan didapatkan dari nilai terbesar dari *one dimensional, attractive* atau *must be*
- b. Jika total nilai dari (*one dimensional + attractive + must be*) lebih kecil dari total nilai (*indifferent + reverse + questionable*) maka kategori akan didapatkan dari nilai terbesar dari *indifferent, reverse* atau *questionable*
- c. Jika total nilai dari (*one dimensional + attractive + must be*) sama dengan total nilai (*indifferent + reverse + questionable*) maka kategori akan didapatkan dari nilai terbesar dari *one dimensional, attractive, must be, indifferent, reverse, questionable*.

Pada penelitian ini juga akan menghitung nilai dari kepuasan pelanggan (*better*) dan ketidakpuasan pelanggan (*worse*). Kenaikan dari kepuasan pelanggan

diindikasikan dengan *better*. Sedangkan ketidakpuasan pelanggan diindikasikan dengan *worse*. Untuk menentukan *better* dan *worse* dapat menggunakan rumus :

$$Better = \frac{A + O}{A + O + M + I}$$

$$Worse = \frac{O + M}{A + O + M + I}$$

Keterangan rumus diatas adalah sebagai berikut :

A = *Attractive*

O = *One dimensional*

M = *Must be*

I = *Indifferent*

Rumus *Better* merupakan rumus untuk menghitung seberapa besar kenaikan kepuasan jika suatu atribut disediakan. Semakin besar nilai atribut *Better* maka nilai kepuasan akan semakin meningkat jika atribut tersebut ada. Begitu juga sebaliknya, rumus *Worse* merupakan rumus untuk menghitung seberapa besar nilai ketidakpuasan nasabah jika suatu atribut tidak disediakan, semakin besar nilai *Worse* suatu atribut, maka nilai ketidakpuasan semakin tinggi juga jika suatu atribut tidak disediakan.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Identitas Responden

4.1.1 Identitas Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan data sebanyak 100 responden yang diterima, jenis kelamin responden dapat dideskripsikan menjadi sebagai berikut :

Tabel 4.1 identitas responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki	30	30%
Perempuan	70	70%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini adalah 30 responden sebesar 30% memiliki jenis kelamin laki-laki dan 70 responden sebesar 70% memiliki jenis kelamin perempuan.

4.1.2 Identitas Berdasarkan Usia

Berdasarkan data yang diterima dari 100 responden, peneliti mendapatkan data berupa usia dari responden yang meliputi :

Tabel 4.2 identitas responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Presentase
Dibawah 18 tahun	0	0%
18-23 tahun	71	71%
24-30 tahun	18	18%
31-35 tahun	7	7%
Diatas 35 Tahun	4	4%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.2 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang mengikuti penelitian ini mayoritas berusia 18-23 tahun sebanyak 71 responden sebesar 71%, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden dari penelitian ini berada pada tahap remaja akhir.

4.1.3 Identitas Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan 100 responden diperoleh data berupa pekerjaan dari responden yang mengikuti penelitian ini, meliputi :

Tabel 4.3 identitas responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/Mahasiswa	45	45%
Karyawan	17	17%
Wiraswasta	14	14%
Lainnya	24	24%
Total	100	100%

Berdasarkan tabel 4.3 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang mengikuti penelitian ini, 45 responden sebesar 45% adalah pelajar dan mahasiswa, lalu 24 responden sebesar 24% memiliki profesi lainnya, 17 responden sebesar 17% berprofesi sebagai karyawan dan 14 responden sebesar 14% berprofesi sebagai wiraswasta.

4.2 Uji Validitas

Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kemudian masing-masing atribut diuji validitasnya untuk mengetahui apakah pertanyaan dari kuesioner valid atau tidak. Suatu pertanyaan akan dianggap valid jika r hitung $>$ r tabel. Tingkat keandalan yang digunakan dalam uji validitas ini adalah 0.05. nilai dari r hitung yang didapatkan dari r tabel untuk $n=100$, tingkat signifikansi dua arah 0.05 didapatkan hasil 0.1946. maka dari itu, dalam penelitian ini suatu atribut dapat dikatakan valid jika r hitung $>$ 0.1946. Dalam menghitung uji validitas, peneliti menggunakan software SPSS yang memiliki hasil sebagai berikut :

4.2.1 Uji Validitas Fungsional Kano

Tabel 4.4 Uji Validitas Kuesioner Fungsional

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	status
Tangibles	QF1	0.602	0.1946	valid
	QF02	0.661	0.1946	valid
	QF03	0.598	0.1946	valid
	QF04	0.649	0.1946	valid
Reliability	QF05	0.709	0.1946	valid
	QF06	0.797	0.1946	valid
	QF07	0.604	0.1946	valid
	QF08	0.763	0.1946	valid
Responsiveness	QF09	0.704	0.1946	valid
	QF10	0.748	0.1946	valid
	QF11	0.687	0.1946	valid
	QF12	0.702	0.1946	valid
Assurance	QF13	0.767	0.1946	valid
	QF14	0.806	0.1946	valid
	QF15	0.793	0.1946	valid
	QF16	0.746	0.1946	valid
Empathy	QF17	0.708	0.1946	valid
	QF18	0.826	0.1946	valid
	QF19	0.713	0.1946	valid
	QF20	0.777	0.1946	valid

Berdasarkan tabel 4.4 mengenai uji validitas pertanyaan fungsional yang terdiri dari 20 pertanyaan, dapat diketahui bahwa seluruh nilai r hitung $>$ r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan fungsional dapat dianggap valid.

4.2.2 Uji Validitas Disfungsional Kano

Tabel 4.5 uji validitas kuesioner disfungsional

Variabel	Indikator	r hitung	r tabel	status
Tangibles	QD01	0.757	0.1946	valid
	QD02	0.840	0.1946	valid
	QD03	0.788	0.1946	valid
	QD04	0.866	0.1946	valid
Reliability	QD05	0.910	0.1946	valid
	QD06	0.911	0.1946	valid
	QD07	0.839	0.1946	valid
	QD08	0.907	0.1946	valid
Responsiveness	QD09	0.877	0.1946	valid
	QD10	0.933	0.1946	valid
	QD11	0.868	0.1946	valid
	QD12	0.879	0.1946	valid
Assurance	QD13	0.868	0.1946	valid
	QD14	0.904	0.1946	valid
	QD15	0.866	0.1946	valid
	QD16	0.877	0.1946	valid
Empathy	QD17	0.754	0.1946	valid
	QD18	0.854	0.1946	valid
	QD19	0.781	0.1946	valid
	QD10	0.819	0.1946	valid

Menurut tabel 4.5 tentang uji validitas pertanyaan disfungsional yang terdiri dari 20 pertanyaan menunjukkan bahwa seluruh atribut memiliki nilai r hitung > r tabel. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan disfungsional dapat dikatakan valid.

4.3 Uji Reliabilitas

Setelah kuesioner diuji validitasnya, selanjutnya jawaban responden diuji reliabilitasnya. Suatu atribut dapat dikatakan reliabel jika nilai dari Cronbach's Alpha > r tabel.

4.3.1 Uji Reliabilitas Fungsional

Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Fungsional

Indikator Fungsional	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Tangibles	0.807	0.6	reliabel
Reliability	0.841	0.6	reliabel
Responsiveness	0.839	0.6	reliabel
Assurance	0.845	0.6	reliabel
Empathy	0.859	0.6	reliabel

Berdasarkan data yang dimuat pada tabel 4.6, semua indikator yang ada pada kuesioner fungsional menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* diatas nilai kritis sebesar 0.6 (nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6). Hal tersebut menunjukkan bahwa semua indikator yang ada pada kuesioner fungsional dapat dikatakan reliabel.

4.3.2 Uji Reliabilitas Disfungsional

Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas disfungsional

Indikator Disfungsional	<i>Cronbach's Alpha</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Tangibles	0.918	0.6	reliabel
Reliability	0.949	0.6	reliabel
Responsiveness	0.943	0.6	reliabel
Assurance	0.933	0.6	reliabel
Empathy	0.921	0.6	reliabel

Berdasarkan data yang ada pada tabel 4.7, semua indikator yang ada pada kuesioner disfungsional memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0.6. maka dari itu dapat disimpulkan bahwa semua indikator yang ada pada kuesioner disfungsional kano dapat dikatakan reliabel.

4.4 Analisis Model Kano

Data yang dikumpulkan dan sudah diuji validitas dan reliabilitasnya selanjutnya akan dianalisis dengan metode kano. Untuk tahap pertama dua jenis data yang berupa data dari pertanyaan fungsional dan disfungsional akan dikombinasikan dan dianalisis dengan pengklasifikasian model kano yang dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut :

Tabel 4.8 Evaluasi Model Kano

Kebutuhan Konsumen		Disfungsional				
		Suka	Mengharap	Netral	Toleransi	Tidak Suka
		1	2	3	4	5
Fungsional	Suka	1	Q	A	A	O
	Mengharap	2	R	I	I	M
	Netral	3	R	I	I	M
	Toleransi	4	R	I	I	M
	Tidak Suka	5	R	R	R	Q

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa atribut-atribut fungsional dan disfungsional dapat dikombinasikan dan dianalisis sehingga menghasilkan beberapa kategori yaitu *Questionable* (Q), *Reverse* (R), *Attractive* (A), *Must be* (M), *Indifference* (I), dan *One dimensional* (O). setelah data fungsional dan disfungsional dianalisis menghasilkan data pada tabel 4.9 berikut :

Tabel 4.9 pengklasifikasian model kano

No	Atribut	A	I	M	O	Q	R	Total
1	Fasilitas kantor bersih dan menarik	7	53	15	25	0	0	100

2	Penampilan karyawan bersih dan menarik	10	50	12	26	1	1	100
3	Teknologi yang modern	17	44	13	24	1	1	100
4	Peralatan yang lengkap	9	59	12	19	1	0	100
5	Memecahkan masalah dengan sungguh-sungguh	5	57	23	14	1	0	100
6	Memberikan layanan sesuai prosedur	6	54	13	25	2	0	100
7	Bebas dari kesalahan pencatatan	7	56	20	16	0	1	100
8	Memberikan layanan sesuai yang dijanjikan	4	59	18	18	0	1	100
9	Karyawan memberikan layanan dengan cepat	6	64	15	14	1	0	100
10	Karyawan selalu bersedia membantu nasabah	10	48	13	28	1	0	100
11	Karyawan tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah	5	54	23	17	1	0	100
12	Karyawan mampu menepati janji tepat waktu	4	58	22	14	1	1	100
13	Rasa aman Ketika bertransaksi	7	56	16	20	1	0	100
14	Sikap karyawan meyakinkan dan dapat dipercaya	3	54	23	19	1	0	100
15	Pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan	6	55	13	25	1	0	100
16	Karyawan ramah dan sopan	7	43	15	34	1	0	100
17	Karyawan memberikan perhatian kepada nasabah	3	59	16	19	2	1	100
18	Karyawan melayani dengan sepenuh hati	5	51	17	26	1	0	100
19	Menanyakan Kembali kebutuhan nasabah setelah pelayanan	11	50	11	27	1	0	100

20	Karyawan mampu memahami kebutuhan spesifik nasabah	6	60	15	17	1	1	100
----	--	---	----	----	----	---	---	-----

Pada tabel 4.9 dapat dilihat bahwa atribut fungsional dan disfungsional sudah diklasifikasikan dengan menggunakan model kano. Dapat dijabarkan sebagai berikut :

a. *Tangibles*

1. Fasilitas kantor bersih dan menarik : pada atribut ini terdapat 7 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 53 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 15 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 25 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O) dan tidak ada responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) maupun *Reverse* (R).
2. Penampilan karyawan bersih dan menarik : pada atribut ini, terdapat 10 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 50 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 12 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 26 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O) dan hanya terdapat 1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) maupun *Reverse* (R).
3. Teknologi yang modern : pada atribut ini, terdapat 17 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 44 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 13 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 24 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O) dan hanya terdapat 1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) maupun *Reverse* (R).
4. Peralatan yang lengkap : pada atribut ini, terdapat 9 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 59 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 12 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 19 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O), hanya terdapat 1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan tidak ada responden yang masuk kategori *Reverse* (R).

b. *Reliability*

1. Memecahkan masalah dengan sungguh-sungguh : pada atribut ini, terdapat 5 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 57 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 23 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 14 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O), hanya terdapat 1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan tidak ada responden yang termasuk kategori *Reverse* (R).
2. Memberikan layanan sesuai prosedur : pada atribut ini, terdapat 6 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 54 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 15 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 14 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O), hanya terdapat 1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan tidak ada responden yang masuk kategori *Reverse* (R).
3. Bebas dari kesalahan pencatatan : pada atribut ini, terdapat 7 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 56 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 20 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 16 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O), tidak ada responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan hanya ada 1 responden yang masuk kategori *Reverse* (R).
4. Memberikan layanan sesuai yang dijanjikan : pada atribut ini, terdapat 4 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 59 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 18 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 18 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O), tidak ada responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan hanya ada 1 responden yang masuk kategori *Reverse* (R).

c. *Responsiveness*

1. Karyawan memberikan layanan dengan cepat : pada atribut ini, terdapat 6 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 64 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 15 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 14 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O),

- 1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan tidak ada responden yang masuk kategori *Reverse* (R).
2. Karyawan selalu bersedia membantu nasabah : pada atribut ini, terdapat 10 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 48 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 13 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 28 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O), 1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan tidak ada responden yang masuk kategori *Reverse* (R).
 3. Karyawan tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah : pada atribut ini, terdapat 5 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 54 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 23 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 17 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O), 1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan tidak ada responden yang masuk kategori *Reverse* (R).
 4. Karyawan mampu menepati janji tepat waktu : pada atribut ini, terdapat 4 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 58 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 22 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 14 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O), 1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan hanya ada 1 responden yang masuk kategori *Reverse* (R).
- d. *Assurance*
1. Rasa aman Ketika bertransaksi : pada atribut ini, terdapat 7 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 56 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 16 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 20 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O), 1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan tidak ada responden yang masuk kategori *Reverse* (R).
 2. Sikap karyawan meyakinkan dan dapat dipercaya pada atribut ini, terdapat 3 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 54 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 23 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 19 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O),

1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan tidak ada responden yang masuk kategori *Reverse* (R).

3. Pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan : pada atribut ini, terdapat 6 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 64 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 15 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 14 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O), 1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan tidak ada responden yang masuk kategori *Reverse* (R).
4. Karyawan ramah dan sopan : pada atribut ini, terdapat 7 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 43 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 15 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 34 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O), 1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan tidak ada responden yang masuk kategori *Reverse* (R).

e. *Empathy*

1. Karyawan memberikan perhatian kepada nasabah : pada atribut ini, terdapat 3 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 59 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 16 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 19 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O), 2 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan ada 1 responden yang masuk kategori *Reverse* (R).
2. Karyawan melayani dengan sepenuh hati : pada atribut ini, terdapat 5 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 51 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 17 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 26 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O), 1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan tidak ada responden yang masuk kategori *Reverse* (R).
3. Menanyakan Kembali kebutuhan nasabah setelah pelayanan : pada atribut ini, terdapat 11 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 50 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 11 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 27 responden yang memiliki kategori *One*

dimensional (O), 1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan tidak ada responden yang masuk kategori *Reverse* (R).

4. Karyawan mampu memahami kebutuhan spesifik nasabah : pada atribut ini, terdapat 6 responden yang memiliki kategori *Attractive* (A), 50 responden yang memiliki kategori *Indifferent* (I), 15 responden yang memiliki kategori *Must be* (M), 17 responden yang memiliki kategori *One dimensional* (O), 1 responden yang memiliki kategori *Questionable* (Q) dan tidak ada responden yang masuk kategori *Reverse* (R).

Setelah data responden dianalisis dengan tabel model kano, tahap selanjutnya adalah menganalisis data dengan menggunakan *Blauth's formula* dengan cara masing-masing atribut akan dibandingkan antara (O+M+A) dengan (I+R+Q). jika $(O+M+A) > (I+R+Q)$ maka kategori ditentukan dengan nilai terbesar dari *one dimensional*, *attractive* atau *must be*. Jika $(O+M+A) < (I+R+Q)$, maka kategori akan ditentukan dengan nilai terbesar dari *indifferent*, *reverse* atau *questionable*. Sedangkan jika nilai $(O+M+A) = (I+R+Q)$ maka kategori atribut akan ditentukan dengan melihat nilai terbesar dari *one dimensional*, *attractive*, *must be*, *indifferent*, *reverse*, maupun *questionable*. Analisis dengan menggunakan *Blauth's formula* dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut :

Tabel 4.10 analisis dengan *Blauth's formula*

No	Atribut	A+O+M	I+R+Q	Total	Kategori
1	Fasilitas kantor bersih dan menarik	47	53	100	I
2	Penampilan karyawan bersih dan menarik	48	52	100	I
3	Teknologi yang modern	54	46	100	O
4	Peralatan yang lengkap	40	60	100	I
5	Memecahkan masalah dengan sungguh-sungguh	42	58	100	I
6	Memberikan layanan sesuai prosedur	44	56	100	I

7	Bebas dari kesalahan pencatatan	43	57	100	I
8	Memberikan layanan sesuai yang dijanjikan	40	60	100	I
9	Karyawan memberikan layanan dengan cepat	35	65	100	I
10	Karyawan selalu bersedia membantu nasabah	51	49	100	O
11	Karyawan tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah	45	55	100	I
12	Karyawan mampu menepati janji tepat waktu	40	60	100	I
13	Rasa aman ketika bertransaksi	43	57	100	I
14	Sikap karyawan meyakinkan dan dapat dipercaya	45	55	100	I
15	Pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan	44	56	100	I
16	Karyawan ramah dan sopan	56	44	100	O
17	Karyawan memberikan perhatian kepada nasabah	38	62	100	I
18	Karyawan melayani dengan sepenuh hati	48	52	100	I
19	Menanyakan Kembali kebutuhan nasabah setelah pelayanan	49	51	100	I
20	Karyawan mampu memahami kebutuhan spesifik nasabah	38	62	100	I

Pada perhitungan dengan menggunakan *Blauth's formula* pada tabel 4.10, dapat dijabarkan menjadi sebagai berikut :

a. *Tangibles*

1. Fasilitas kantor bersih dan menarik : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 53 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.
2. Penampilan karyawan bersih dan menarik : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 50 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.
3. Teknologi yang modern : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih banyak daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *one dimensional*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 24 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *one dimensional*.
4. Peralatan yang lengkap : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 59 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.

b. *Reliability*

1. Memecahkan masalah dengan sungguh-sungguh : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 57 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.
2. Memberikan layanan sesuai prosedur : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 54 responden. Maka

dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.

3. Bebas dari kesalahan pencatatan : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 56 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.
4. Memberikan layanan sesuai yang dijanjikan : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 59 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.

c. *Responsiveness*

1. Karyawan memberikan layanan dengan cepat : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 64 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.
2. Karyawan selalu bersedia membantu nasabah : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih banyak daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *one dimensional* yaitu ada 28 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *one dimensional*.
3. Karyawan tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 54 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.
4. Karyawan mampu menepati janji tepat waktu : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 58

responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.

d. *Assurance*

1. Rasa aman Ketika bertransaksi : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 56 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.
2. Sikap karyawan meyakinkan dan dapat dipercaya : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 54 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.
3. Pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 55 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.
4. Karyawan ramah dan sopan : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih banyak daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 34 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.

e. *Empathy*

1. Karyawan memberikan perhatian kepada nasabah : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 59 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.
2. Karyawan melayani dengan sepenuh hati : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 51

responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.

3. Menanyakan Kembali kebutuhan nasabah setelah pelayanan : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 50 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.
4. Karyawan mampu memahami kebutuhan spesifik nasabah : pada atribut ini jumlah (A+O+M) lebih sedikit daripada (I+R+Q) dan jumlah terbesar antara *indifferent*, *reverse* atau *questionable* adalah *indifferent* yaitu ada 60 responden. Maka dari itu, menurut *Blauth's formula*, atribut ini memiliki kategori *indifferent*.

Dengan membandingkan antara (A+O+M) dengan (I+R+Q) didapatkan kategori pada masing-masing atribut. Pada tabel tersebut diketahui bahwa atribut nomor 3 yaitu teknologi perbankan yang modern seperti tersedianya *m-banking*, internet *banking*, ATM yang canggih memiliki kategori *One dimensional*, hal tersebut menunjukkan bahwa jika teknologi yang disediakan oleh Bank BRI Muntilan semakin canggih dan mutakhir, maka nasabah akan menjadi semakin puas. Begitu juga dengan atribut nomor 7 yaitu ketersediaan karyawan untuk dapat selalu membantu nasabah dan juga atribut nomor 16 yaitu keramahan dan kesopanan karyawan. Untuk atribut selain nomor 3, 7 dan 11 memiliki atribut *Indifferent* dimana atribut-atribut tersebut tidak dapat menimbulkan kepuasan maupun ketidakpuasan bagi nasabah Bank BRI Muntilan.

Setelah dianalisis dengan *Blauth's formula*, selanjutnya data dianalisis dengan metode *Better Worse* untuk mengetahui seberapa tinggi kepuasan jika suatu atribut diadakan dan mengetahui penurunan kepuasan jika suatu atribut ditiadakan. Analisis dengan metode *Better Worse* dapat dilihat pada tabel 4.11 sebagai berikut :

Tabel 4.11 analisis *Better Worse*

No	Atribut	Better	Worse
1	Fasilitas kantor bersih dan menarik	0,32	0,40
2	Penampilan karyawan bersih dan menarik	0,37	0,39
3	Teknologi yang modern	0,42	0,38
4	Peralatan yang lengkap	0,28	0,31
5	Memecahkan masalah dengan sungguh-sungguh	0,19	0,37
6	Memberikan layanan sesuai prosedur	0,32	0,39
7	Bebas dari kesalahan pencatatan	0,23	0,36
8	Memberikan layanan sesuai yang dijanjikan	0,22	0,36
9	Karyawan memberikan layanan dengan cepat	0,20	0,29
10	Karyawan selalu bersedia membantu nasabah	0,38	0,41
11	Karyawan tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah	0,22	0,40
12	Karyawan mampu menepati janji tepat waktu	0,18	0,37
13	Rasa aman Ketika bertransaksi	0,27	0,36
14	Sikap karyawan meyakinkan dan dapat dipercaya	0,22	0,42
15	Pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan	0,31	0,38
16	Karyawan ramah dan sopan	0,41	0,49
17	Karyawan memberikan perhatian kepada nasabah	0,23	0,36
18	Karyawan melayani dengan sepenuh hati	0,31	0,43
19	Menanyakan Kembali kebutuhan nasabah setelah pelayanan	0,38	0,38
20	Karyawan mampu memahami kebutuhan spesifik nasabah	0,23	0,33

Pada tabel 4.11 menunjukkan mengenai analisis *Better Worse*. Pada analisis tersebut menunjukkan seberapa tinggi kepuasan nasabah jika suatu atribut disediakan dan seberapa besar tingkat ketidakpuasan jika suatu atribut ditiadakan.

a. *Tangibles*

1. Fasilitas kantor bersih dan menarik : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,32 dan nilai *worse* sebesar 0,40. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 32%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 40%
2. Penampilan karyawan bersih dan menarik : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,37 dan nilai *worse* sebesar 0,39. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 37%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 39%
3. Teknologi yang modern : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,42 dan nilai *worse* sebesar 0,38. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 42%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 38%
4. Peralatan yang lengkap : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,28 dan nilai *worse* sebesar 0,31. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 28%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 31%

b. *Reliability*

1. Memecahkan masalah dengan sungguh-sungguh : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,19 dan nilai *worse* sebesar 0,37. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 19%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 37%
2. Memberikan layanan sesuai prosedur : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,32 dan nilai *worse* sebesar 0,39. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah

sebesar 32%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 39%

3. Bebas dari kesalahan pencatatan : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,23 dan nilai *worse* sebesar 0,36. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 23%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 36%
4. Memberikan layanan sesuai yang dijanjikan : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,22 dan nilai *worse* sebesar 0,36. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 22%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 36%

c. *Responsiveness*

1. Karyawan memberikan layanan dengan cepat : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,20 dan nilai *worse* sebesar 0,29. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 20%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 29%
2. Karyawan selalu bersedia membantu nasabah : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,38 dan nilai *worse* sebesar 0,41. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 38%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 41%
3. Karyawan tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,22 dan nilai *worse* sebesar 0,40. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 22%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 40%
4. Karyawan mampu menepati janji tepat waktu : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,18 dan nilai *worse* sebesar 0,37. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan

kepuasan nasabah sebesar 18%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 37%

d. *Assurance*

1. Rasa aman Ketika bertransaksi : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,27 dan nilai *worse* sebesar 0,36. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 27%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 36%
2. Sikap karyawan meyakinkan dan dapat dipercaya : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,22 dan nilai *worse* sebesar 0,42. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 22%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 42%
3. Pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,31 dan nilai *worse* sebesar 0,38. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 31%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 38%
4. Karyawan ramah dan sopan : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,41 dan nilai *worse* sebesar 0,49. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 41%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 49%

e. *Empathy*

1. Karyawan memberikan perhatian kepada nasabah : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,23 dan nilai *worse* sebesar 0,36. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 23%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 36%
2. Karyawan melayani dengan sepenuh hati : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,31 dan nilai *worse* sebesar 0,43. Hal ini menunjukkan bahwa jika

atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 31%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 43%

3. Menanyakan Kembali kebutuhan nasabah setelah pelayanan : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,38 dan nilai *worse* sebesar 0,38. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 38%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 38%
4. Karyawan mampu memahami kebutuhan spesifik nasabah : atribut ini memiliki nilai *better* sebesar 0,23 dan nilai *worse* sebesar 0,33. Hal ini menunjukkan bahwa jika atribut ini disediakan, maka akan dapat meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 23%, sedangkan jika tidak disediakan maka dapat menurunkan kepuasan nasabah sebesar 33%

Pada table 4.11 menunjukkan bahwa tingkat *Better* yang memiliki nilai tertinggi adalah atribut nomor 3 yaitu tersedianya teknologi yang modern. Pada atribut nomor 3 tersebut memiliki nilai 0,42, hal ini menunjukkan bahwa jika Bank BRI Muntilan menyediakan teknologi yang modern dan mutakhir, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 42%. Lalu diikuti oleh atribut nomor 14 yaitu keramahan dan kesopanan dari karyawan yang memiliki nilai 0,41 sebesar 41%. Setelah itu diikuti juga oleh atribut nomor 10 dan 19 yang memiliki nilai sama yaitu ketersediaan karyawan untuk membantu nasabah dan menanyakan Kembali kebutuhan nasabah setelah memberikan layanan dengan nilai 0,38 yang mampu menaikkan kepuasan nasabah sebesar 38%.

Pada metode analisis *Worse* yang menunjukkan seberapa besar ketidakpuasan nasabah jika suatu atribut dihilangkan yang dianalisis pada table 4.11 menunjukkan bahwa tingkat *Worse* memiliki nilai tertinggi pada atribut nomor 16 yaitu atribut keramahan dan kesopanan karyawan dimana memiliki nilai 0,49. Hal tersebut menunjukkan jika karyawan Bank BRI Muntilan tidak ramah maka tingkat ketidakpuasan akan meningkat sebesar 49%. Selanjutnya diikuti oleh atribut nomor 18 yaitu karyawan yang melayani dengan sepenuh hati dengan nilai 0,43 dimana

jika atribut ini tidak tersedia akan meningkatkan ketidakpuasan sebesar 43%. Lalu diikuti lagi oleh atribut nomor 14 yaitu sikap karyawan yang meyakinkan dan dapat dipercaya dengan nilai sebesar 0,42.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Data-data penelitian yang didapatkan dari responden dan dianalisis akan dapat ditarik kesimpulan dan dapat menjawab dari rumusan masalah mengenai atribut-atribut yang dapat meningkatkan kualitas persaingan Bank BRI Muntilan. Kesimpulan pada penelitian ini meliputi :

1. Hasil penelitian ini yang dianalisis menggunakan metode kano dan *Blauth's formula* menunjukkan bahwa nasabah Bank BRI Muntilan menyukai jika Bank BRI Muntilan menyediakan teknologi perbankan yang modern dan mutakhir, karyawan yang selalu bersedia untuk membantu nasabah dan karyawan yang ramah dan sopan dimana ketiga atribut tersebut memiliki dimensi *One dimensional*. Selain dari ketiga atribut yang telah disebutkan, semua atribut termasuk dalam *Indifferent* sehingga menurut analisis *Blauth's formula* Bank BRI Muntilan dapat focus kepada ketiga atribut yang termasuk kategori *One dimensional* tersebut.
2. Hasil analisis dari *Better Worse* menunjukkan bahwa pada metode *Better*, atribut teknologi yang modern dapat meningkatkan kepuasan nasabah paling tinggi jika disediakan, maka dari itu Bank BRI Muntilan perlu untuk memperhatikan atribut tersebut. Pada metode *Worse* atribut yang dapat meningkatkan ketidakpuasan paling tinggi jika tidak disediakan adalah kesopanan dan keramahan karyawan. Maka dari itu Bank BRI juga harus memperhatikan atribut tersebut.
3. Dari hasil analisis dari metode *Blauth's formula* dan *Better Worse* dapat ditarik kesimpulan bahwa atribut mengenai teknologi yang modern dapat meningkatkan kepuasan nasabah dan kualitas layanan. Hal tersebut dapat dilihat dari analisis *Blauth's formula* yang memiliki kategori *One dimensional* dan menurut analisis *Better Worse* atribut tersebut dapat meningkatkan kepuasan pelanggan paling tinggi yaitu 42% jika disediakan.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dibahas, maka dapat diusulkan saran untuk Bank BRI Muntitan agar dapat meningkatkan kualitas persaingan yang meliputi :

1. Bank BRI Muntitan dapat menggunakan metode kano untuk dapat mengetahui atribut apa saja yang dapat memuaskan nasabah. Selanjutnya untuk dapat meningkatkan kualitas operasi perusahaan dan meningkatkan kualitas persaingan, Bank BRI Muntitan perlu untuk mengimplementasikan hasil dari analisis metode kano.
2. Menurut hasil analisis dari metode kano dengan *Blauth's formula*, Bank BRI perlu untuk meningkatkan layanan dari atribut teknologi perbankan yang modern, keramahan dan kesopanan karyawan dan juga ketersediaan karyawan untuk selalu membantu nasabah karena ketiga atribut tersebut memiliki kategori *One dimensional* yang berarti semakin tinggi kinerja atribut tersebut maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi juga.
3. Menurut analisis *Better Worse*, Bank BRI Muntitan perlu untuk meningkatkan kinerja atribut teknologi yang modern agar dapat meningkatkan kepuasan nasabah. Selain itu Bank BRI Muntitan juga harus memperhatikan atribut keramahan dan kesopanan karyawan karena jika atribut tersebut kinerjanya semakin rendah maka tingkat ketidakpuasan nasabah akan tinggi juga.
4. Bank BRI Muntitan juga dapat untuk memfokuskan terlebih dahulu untuk meningkatkan atribut teknologi dari perbankan yang modern karena atribut tersebut menurut analisis *Blauth's formula* dan *Better Worse* sama-sama penting dan sama-sama dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang cukup tinggi.

Daftar Pustaka

- Undang-Undang No. 1 Tahun 1967 yang memberi deskripsi tentang pengertian Bank. Lembaran RI Tahun 1967, No 1. Sekretariat Negara. Jakarta.
- Otoritas Jasa Keuangan 2018, OJK, Jakarta, dilihat pada 23 Agustus 2020, <https://www.ojk.go.id/id/kanal/perbankan/data-dan-statistik/Direktori-Perbankan-Indonesia-Baru/Default.aspx>
- Oktaviani D & Zadry H R. 2016. EVALUASI KUALITAS LAYANAN NASABAH DENGAN METODE KANO, ANALISIS KUADRAN DAN TRIZ STUDI KASUS: BANK NAGARI CABANG PEMBANTU UNIVERSITAS BUNG HATTA PADANG. *Jurnal Optimasi Sistem Industri*, Vol. 15, No. 2, Hal. 181-202.
- Devani P & Ardiman R. 2017. USULAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN NASABAH BANK DENGAN MENGGUNAKAN MODEL KANO. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, Vol 3, No 2, Hal 94-100.
- Kazemi M, Kariznoee A, Moghadam M R H & Sargazi M T. 2013. *Prioritizing Factors Affecting Bank Customers Using Kano Model and Analytical Hierarchy Process. International Journal of Accounting and Financial Management (IJAFM)*. Vol 6, Hal 105-114.
- Mostafa K, Batool R, Paarvaneh P & Alireza A. 2013. *Identify and Ranking Factors Affecting Bank Maskan Service Quality using Kano Model. Research Journal of Recent Sciences*. Vol 2, No 4, Hal 1-9.
- Purhasomi M H, Khamseh, A A & Ghorbanzad Y. 2013. *A hybrid of Kano and QFD for ranking customers' preferences: A case study of bank Melli Iran. Management Science Letters*. Vol 3, Hal 845-860.

- Kashi M, Atanbous M A, Javidnia M & Rajabi, H. 2012. A hybrid model of QFD, SERVQUAL and KANO to increase bank's capabilities. *Management Science Letters*. Vol 2, Hal 1931–1938.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Djaslim Saladin. 2004. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan, dan Pengendalian)*, Bandung, Penerbit CV. Linda Karya.
- Christopher Lovelock & Lauren K Wright. 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Indeks, Indonesia
- Fandy Tjiptono. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2004. *Manajemen Jasa*. E. disi I. Yogyakarta. Penerbit Andi Offset.
- _____. 2016. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry. 1988. “*SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*”. *Journal of Retailing*.
- Walden, D. 1993. *A Special issue on Kano's Methods for Understanding Costumer Defined Quality*. *The Center for Quality Management Journal*.
- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- _____. 2005. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sekaran, Uma. 1992. “*Research Methods for Business*”. Third Edition. Southern Illionis University.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang. Gujarati, Damodar, 2001.

Lampiran

Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Saya Fauzan Rhomadi mahasiswa Manajemen Universitas Indonesia. Saya sedang melaksanakan penelitian Tugas Akhir yang berjudul Analisis Kualitas Layanan Bank BRI Muntilan dengan Metode Kano. Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk membantu penelitian saya dengan mengisi kuesioner ini. Data kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian.

Saya ucapkan terima kasih atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/Saudari dalam mengisi kuesioner ini. Partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara/Saudari akan sangat berarti dalam kesuksesan pelaksanaan penelitian ini.

Petunjuk pengisian :

Anda diminta untuk mengisi 2 kolom penilaian terhadap pernyataan yang diberikan. Kolom tersebut adalah kolom fungsional (keberadaan suatu atribut) dan kolom disfungsional (tidak adanya suatu atribut). Silang/coret jawaban yang Anda anggap sesuai.

Keterangan :

Suka = Saya menyukai hal seperti itu

Harap = Saya mengharapkan hal seperti itu

Netral = Saya netral terhadap hal seperti itu

Toleran = Saya tidak suka tetapi saya dapat mentoleransi/menerima hal seperti itu

Tidak Suka = Saya tidak suka dan tidak dapat menerima hal seperti itu

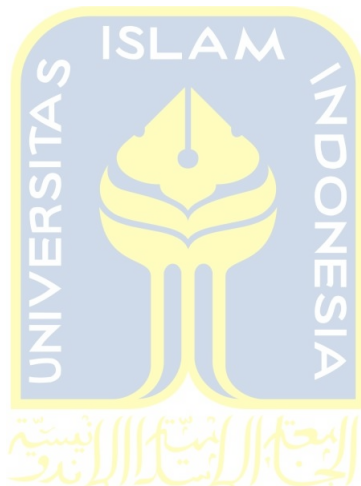
Identitas Responden :

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pekerjaan :



No	Fungsional	Keterangan				
		Suka	Harap	Netral	Toleran	Tidak Suka
1	Fasilitas fisik dan kantor bersih dan menarik	1	2	3	4	5
2	Penampilan karyawan rapi dan menarik	1	2	3	4	5
3	Teknologi perbankan yang modern (ATM, <i>m-banking</i> , <i>internet banking</i>)	1	2	3	4	5
4	Peralatan yang disediakan oleh bank lengkap	1	2	3	4	5
5	Karyawan mampu memecahkan masalah secara sungguh-sungguh	1	2	3	4	5
6	Karyawan mampu memberikan layanan dengan tepat sesuai prosedur	1	2	3	4	5
7	Bank bebas dari kesalahan pencatatan	1	2	3	4	5
8	Karyawan mampu memberi layanan sesuai yang dijanjikan	1	2	3	4	5
9	Karyawan mampu memberikan layanan dengan cepat	1	2	3	4	5
10	Karyawan selalu bersedia membantu nasabah	1	2	3	4	5
11	Karyawan tidak merasa sibuk untuk melayani nasabah	1	2	3	4	5
12	Karyawan mampu menepati janji tepat waktu	1	2	3	4	5
13	Rasa aman Ketika bertransaksi	1	2	3	4	5
14	Karyawan bersikap meyakinkan dan dapat dipercaya	1	2	3	4	5
15	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan	1	2	3	4	5
16	Karyawan ramah dan sopan	1	2	3	4	5
17	Karyawan memberikan perhatian kepada nasabah secara individual	1	2	3	4	5
18	Karyawan melayani sepenuh hati	1	2	3	4	5
19	Karyawan menanyakan Kembali kebutuhan nasabah setelah memberikan layanan	1	2	3	4	5
20	Karyawan mampu memahami kebutuhan spesifik nasabah	1	2	3	4	5

No	Disfungsional	Keterangan				
		Suka	Harap	Netral	Toleran	Tidak Suka
1	Fasilitas fisik dan kantor TIDAK bersih dan menarik	1	2	3	4	5
2	Penampilan karyawan TIDAK rapi dan menarik	1	2	3	4	5
3	Teknologi perbankan yang TIDAK modern (ATM, <i>m-banking</i> , <i>internet banking</i>)	1	2	3	4	5
4	Peralatan yang disediakan oleh bank TIDAK lengkap	1	2	3	4	5
5	Karyawan mampu memecahkan masalah secara TIDAK sungguh-sungguh	1	2	3	4	5
6	Karyawan TIDAK mampu memberikan layanan dengan tepat sesuai prosedur	1	2	3	4	5
7	Bank TIDAK bebas dari kesalahan pencatatan	1	2	3	4	5
8	Karyawan TIDAK mampu memberi layanan sesuai yang dijanjikan	1	2	3	4	5
9	Karyawan TIDAK mampu memberikan layanan dengan cepat	1	2	3	4	5
10	Karyawan TIDAK selalu bersedia membantu nasabah	1	2	3	4	5
11	Karyawan SELALU merasa sibuk untuk melayani nasabah	1	2	3	4	5
12	Karyawan TIDAK mampu menepati janji tepat waktu	1	2	3	4	5
13	TIDAK aman ketika bertransaksi	1	2	3	4	5
14	Karyawan TIDAK bersikap meyakinkan dan dapat dipercaya	1	2	3	4	5
15	Karyawan TIDAK memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan	1	2	3	4	5
16	Karyawan TIDAK ramah dan sopan	1	2	3	4	5
17	Karyawan TIDAK memberikan perhatian kepada nasabah secara individual	1	2	3	4	5
18	Karyawan TIDAK melayani sepenuh hati	1	2	3	4	5

19	Karyawan TIDAK menanyakan Kembali kebutuhan nasabah setelah memberikan layanan	1	2	3	4	5
20	Karyawan TIDAK mampu memahami kebutuhan spesifik nasabah	1	2	3	4	5

