” Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dengan Metode *Importance-Perfomance Analysis*”

(Survei pada Nasabah PT. Bank BTN (Persero) Kantor Cabang Solo)

SKRIPSI

Diajukan untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
pada Fakultas Ilmu Administrasi
Universitas Brawijaya

Disusun Oleh :

SUTRIYANTO
0210320120 - 32

FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
KONSENTRASI MANAJEMEN PEMASARAN
UNIVERSITAS BRAWIJAYA
MALANG
2007

Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dengan Metode *Importance-Perfomance Analysis*
(Survei pada Nasabah PT. Bank BTN (Persero) Kantor Cabang Solo)

Oleh : Sutriyanto

ABSTRAKSI

Dalam persaingan yang semakin tajam dalam bidang perbankan saat ini, maka kepuasan nasabah menjadi prioritas dimana tingkat kepentingan atau harapan nasabah serta pelaksanaan atau kinerja yang dilakukan perusahaan haruslah sesuai. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh nasabah agar mereka merasa puas. Untuk itu, perusahaan perlu menilai faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi kepuasan nasabahnya dan apakah hal tersebut telah dilakasanakan dengan baik.

Penelitian ini dilakukan untuk melihat bagaimanakah tingkat kepuasan nasabah dilihat dari kesenjangan jasa yang diterima dengan jasa yang diharapkan dengan menggunakan metode *Importance-Perfomance analysis*, dimana dapat diketahui dari tingkat kesesuaian dengan membandingkan skor penilaian kinerja dengan skor penilaian kepentingan. Penelitian ini menggunakan dimensi kualitas pelayanan meliputi bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian diskriptif dengan metode survai. Populasi dari penelitian ini adalah keseluruhan nasabah tabunghan PT. Bank BTN (Persero) Kantor Cabang Solo untuk periode April 2006 sampai dengan Maret 2007 yang berjumlah 72.649 nasabah. Sampel diambil dengan menggunakan *non-probability sampling* dengan tehnik *purposive sampling* yang kemudian didapat sampel sebesar 100 orang.

Hasil pengujian *Importance-Perfomance analysis* menunjukkan bahwa terdapat perbedaan antara skor jasa yang diterima dengan jasa yang diharapkan. Tingkat kesesuaian dalam Diagram Kartesius menunjukkan bahwa di Kuadran A (tingkat kepentingan tinggi,tingkat kinerja rendah) yaitu : Menyediakan pelayanan tepat seperti yang dijanjikan (5), Kemudahan dalam prosedur pelayanan (6), Kecepatan dalam pelayanan (7), Karyawan mampu menangani masalah yang dihadapi oleh nasabah (8), Karyawan tidak terlalu sibuk sehingga dapat melayani nasabah dengan segera (12). Atribut yang termasuk di kuadran B (tingkat kepentingan tinggi, kinerja tinggi) yaitu : Penampilan karyawan yang rapi (1), Fasilitas fisik yang menarik (3), Pelayanan yang segera dari karyawan (10), Karyawan selalu bersedia membantu nasabah (11), Karyawan yang dapat dipercaya (13), Karyawan dapt memberikan rasa aman kepada nasabah ketika melaksanakan transaksi (14), Karyawan bersikap sopan dan ramah (15), Karyawan memiliki kemampuan yang memadai mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan sistem perbankan (16). Atribut yang berada di kuadran C (tingkat kepentingan rendah, kinerja rendah) yaitu : Tersedia fasilitas fisik yang memadai (2), Peralatan yang modern (4), Menginformasikan kepada nasabah waktu pelayanan yang diberikan

perusahaan (9), Karyawan melayani nasabah dengan cara yang simpatik (17), Kesediaan mendengarkan keluhan dan saran dari nasabah (19). Atribut yang berada di kuadran D (tingkat kepentingan rendah, kinerja tinggi) yaitu : Karyawan memahami kebutuhan spesifik nasabah (18).

Manajemen PT. Bank BTN (Persero) Kantor Cabang Solo dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk memperbaiki kualitas pelayanannya dalam rangka meningkatkan kepuasan nasabah.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah segala puji dan syukur kita panjatkan kepada Allah SWT, Tuhan semesta alam yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa Skripsi yang berjudul *"Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank dengan Metode Importance-Perfomance Analysis"* sebagai bentuk untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan studi program S-1. Skripsi ini sangat diharapkan dapat memberikan informasi dan kontribusi bagi perkembangan keilmuan khususnya dalam hal strategi pemasaran serta dapat menyumbangkan saran yang positif pada aspek praktisi dalam bidang manajemen pemasaran.

Ucapan terima kasih dan penghargaan yang tak terhingga kepada semua pihak atas segala bantuan, bimbingan, saran, kritik dan dorongan serta kerja sama yang baik dari semua pihak yang telah berkenan meluangkan waktu, tenaga, biaya dan pikiran bagi kelancaran penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Suhadak M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya
2. Bapak Prof. Dr Bambang Swasto S, ME, selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya
3. Bapak Drs. R. Rustam Hidayat M.Si, selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya

4. Bapak Drs. Edy Julianto MP, dan Ibu Dra. MG Wi Endang NP, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan, saran dan motivasi dalam menyelesaikan skripsi ini
5. Bapak Heru Setiyanto, selaku Assisten Manajer PT. Bank BTN (Persero) Kancab Solo, Ibu. Rini, serta mBak Tuti yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan skripsi ini dan seluruh Staf yang bersedia memberikan bantuan selama penelitian
6. Orang tua dan keluarga, semoga hanya kebahagiaan yang akan penyusun berikan kepada kalian
7. Rekan-rekan seperjuangan teman-teman mahasiswa keluarga besar Bisnis angkatan 2002, yang selalu di hati
8. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, terima kasih

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penyusun mengharapkan penelitian yang lebih lanjut guna kesempurnaan penulisan di masa mendatang. Semoga bermanfaat

Malang, Agustus 2007

Penulis

DAFTAR ISI

Hal

ABSTRAKSI i
KATA PENGANTAR iii
DAFTAR ISI v
DAFTAR TABEL vii
DAFTAR GAMBAR ix
DAFTAR LAMPIRAN x

BAB I. PENDAHULUAN
A. Latar Belakang 1
B. Perumusan Masalah 4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian 5
D. Sistematika Penulisan 6

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA
A. Peneliti Terdahulu 8
B. Definisi Jasa 10
C. Karakteristik Jasa 12
D. Kualitas Pelayanan 14
E. Mengelola Kualitas Jasa 16
F. Definisi Kepuasan Pelanggan 19
G. Definisi Harapan Pelanggan 21
H. Mempertahankan Pelanggan 22
I. Tehnik Pengukuran Kepuasan Pelanggan 23
J. Analisis Kepentingan-Kinerja 23
K. Bank 24
L. Kerangka Pemikiran 28

BAB III. METODE PENELITIAN
A. Jenis Penelitian 29
B. Lokasi dan Obyek penelitian 29
C. Konsep dan Variabel Penelitian 29
D. Populasi dan Sampel 31
E. Tehnik Pengumpulan Data 33
F. Sumber Data 34
G. Uji Instrumen
1. Uji Validitas 34
2. Uji Reliabilitas 37
H. Metode Analisis Data 40

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN
A. Gambaran Umum Perusahaan
1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan 44
2. Visi dan Misi Perusahaan
a. Visi 47
b. Misi 47
3. Motto Perusahaan 48
4. Sejarah Kantor dan Lokasi Perusahaan..... 48
5. Produk-produk Perusahaan
a. Produk Kredit..... 49
b. Produk Dana..... 50
c. Produk Jasa..... 52
6. Struktur Organisasi Perusahaan
a. Bagan Struktur Organisasi 53
b. Uraian Tugas dan Wewenang 53
B. Karakteristik Responden
1. Jenis Kelamin 56
2. Tingkat Usia 56
3. Jenis Pekerjaan 57
4. Tingkat Pendidikan 57
5. Perkembangan jumlah nasabah 58
C. Analisa dan Pembahasan Tiap Faktor / Atribut 59
1. Analisa Item
a) Bukti Fisik 61
b) Kehandalan 65
c) Daya Tanggap 69
d) Jaminan 73
e) Empati 77
D. Analisis Diagram Kartesius 80

BAB V. PENUTUP
A. Kesimpulan 94
B. Saran 96

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Hal

Tabel 1 : Konsep, Variabel, Indikator dan Item 30
Tabel 2 : Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan 36
Tabel 3 : Hasil Uji Validitas Kinerja..... 37
Tabel 4 : Indeks Koefisien Reliabilitas 38
Tabel 5 : Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan 39
Tabel 6 : Hasil Uji Reliabilitas Kinerja..... 39
Tabel 7 : Jumlah nasabah berdasar Jenis Kelamin..... 56
Tabel 8 : Jumlah nasabah berdasar Tingkat Usia 56
Tabel 9 : Jumlah nasabah berdasar Jenis Pekerjaan..... 57
Tabel 10 : Jumlah nasabah berdasar tingkat pendidikan terakhir 58
Tabel 11 : Perkembangan Jumlah Nasabah 58
Tabel 12 : Penampilan Karyawan yang Rapi 61
Tabel 13 : Fasilitas Fisik Memadai 62
Tabel 14 : Fasilitas Fisik Menarik 63
Tabel 15 : Peralatan Modern 64
Tabel 16 : Menyediakan Pelayanan yang Cepat Seperti yang Dijanjikan 65
Tabel 17 : Kemudahan Prosedur Pelayanan 66
Tabel 18 : Kecepatan dalam pelayanan 67
Tabel 19 : Karyawan mampu menangani masalah yang dihadapai nasabah 68
Tabel 20 : Menginformasikan kepada nasabah waktu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan 69
Tabel 21 : Pelayanan yang segera kepada nasabah 70
Tabel 22 : Karyawan selalu bersedia membantu nasabah 71
Tabel 23 : Karyawan tidak terlalu sibuk 72
Tabel 24 : Karyawan yang dapat dipercaya 73

Tabel 25 : Karyawan memberikan rasa aman kepada nasabah saat bertransaksi 74
Tabel 2 6 : Karyawan bersikap sopan dan ramah 75
Tabel 27 : Karyawan mempunyai kemampuan yang memadai mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan sistem perbankan 76
Tabel 28 : Karyawan melayani nasabah dengan cara yang simpatik 77
Tabel 29 : Karyawan memahami kebutuhan spesifik nasabah 78
Tabel 30 : Karyawan mendengarkan saran dan keluhan dari nasabah 79
Tabel 31 : Hasil Pembobotan Nilai Tingkat Kepentingan dan Kinerja 80

DAFTAR GAMBAR

Hal

Gambar 1 : Model Kualitas Jasa 18

Gambar 2 : Konsep Kepuasan Konsumen..... 20

Gambar 3 : Kerangka Pemikiran 28

Gambar 4 : Diaram Kartesius 43

Gambar 5 : Struktur Organisasi Perusahaan 53

Gambar 6 : Diagram Kartesius Hasil Analisis 81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Keterangan Riset

Lampiran 2. Daftar pertanyaan kepada Bank BTN

Lampiran 3. Kuisioner

Lampiran 4. Tabulasi Data Kuisioner Tingkat Kepentingan dan Tingkat Kinerja

Lampiran 5. Distribusi Frekuensi Kuisioner

Lampiran 6. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisioner

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dewasa ini sektor perekonomian telah mengakibatkan adanya perubahan dan kemajuan segala aspek kehidupan. Di lain pihak kebutuhan masyarakat terhadap berbagai produk juga semakin meningkat, maka berakibat timbulah persaingan anatara penyedia produk untuk menjadi pemenang dibidangnya masing-masing. Dengan alasan tersebut, maka perusahaan harus dapat mengantisipasi segala perubahan yang terjadi dengan memanfaatkan peluang yang ada. Apabila ditinjau dari aspek bisnis hal ini biasa dipahami, karena setiap perusahaan akan selalu berusaha agar terus beroperasi dan mendapatkan keuntungan yang optimal dan memperluas pangsa pasar.

Perusahaan pada dasarnya dalam operasinya sudah tentu mengeluarkan suatu produk, baik produk yang berwujud barang maupun berupa jasa. Dalam hal ini tak terkecuali perusahaan yang bergerak dalam bidang perbankan, yaitu bank. Persaingan yang semakin tinggi mengharuskan bank dapat berperan aktif dalam meraih nasabah dan terlebih lagi bagaimana mempertahankan nasabahnya itu. Hal ini karena secara umum pasar perbankan berlaku konsep nasabah adalah raja, jadi bank harus dapat memberikan apa yang menjadi kehendak nasabah agar nasabah tidak berpaling ke pesaing yang bergerak dibidang yang sama.

Banyak sekali upaya yang dapat dilakukan oleh bank dalam mempertahankan nasabahnya. Salah satunya adalah dengan memberikan pelayanan yang baik bauntuk nasabahnya. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah. Pelayanan yang baik untuk nasabah akan menjadi promosi yang efektif bagi bank, karena nasabah tersebut dapat menyampaikan kepada orang lain mengenai apa yang diperolehnya. Pelayanan yang baik akan memberikan keunggulan tersendiri bagi bank dan diharapkan citra bank juga akan semakin baik.

Pelayanan yang mencerminkan kualitas masih menjadi titik sentral bagi perusahaan jasa saat ini. Kualitas pelayanan ditentukan oleh konsumen bukannya penyedia jasa., hal ini berarti kualitas jasa yang baik dating dari sudut pandang konsumen bukan dari sudut pandang penyedia jasa. Kualitas pelayanan merupakan salah ssatu unsure pentimg bagi kesetian nasabah, khususnya dalam dunia perbankan. Dari hal tersebut pihak bank perlu mengetahui kinerja jasanya dan mengetahui unsure-unsur terpenting yang membentuk kinerja jasa, sehingga nanti dapat mengetahui tingkat kinerja jasanya kepada nasabahnya secara efektif dan efisien.

Penyajian suatu produk apabila dibarengi dengan kualitas yang baik maka timbulah kepuasan tersendiri bagi yang mengkonsumsinya. Kepuasan merupakan harapan yang terpenuhi atas produk yang dinikmati. Supranto memberikan pengertian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Dapat dikatakan kepuasan pelanggan berarti

bahwa kinerja suatu barang sekurang-kurangnya sama dengan apa yang diharapkan.

Dalam upayanya memberikan kepuasan kepada nasabah, maka pihak bank harus memberikan pelayanan yang berkualitas. Pelayanan yang berkualitas dapat diketahui apabila nasabah yang menilai seberapa baik kualitas pelayanan tersebut. Untuk itu bank harus melakukan pengukuran terhadap kualitas pelayanan agar dapat mengetahui apakah nasabah sudah merasa puas atau tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan. Salah satu cara untuk menganalisa kepuasan nasabah adalah dengan memperhatikan dua hal penting, yaitu tingkat kepentingan nasabah terhadap pelayanan dan kinerja dari pemberi pelayanan.

Metode yang digunakan adalah Analisis Kepentingan Kinerja yaitu suatu cara untuk mengukur bagaimana harapan dan penilaian tentang tingkat kinerja suatu penyedia jasa. Analisis ini merupakan cara pengukuran kepuasan pelanggan yang sederhana dan mudah digunakan dan di interprestasikan, cara ini dapat digunakan untuk semua pengukuran yang berhubungan erat dengan kepuasan pelanggan, tak terkecuali dalam dunia perbankan. Dengan analisis ini kualitas pelayanan dapat diukur dengan cara membandingkan tingkat kepentingan dengan kinerja perusahaan. Analisis ini dikemukakan oleh John A. Martilla dan John C. James dalam artikel yang dibuat pada *Journal Of Marketing* bulan januari tahun 1977 yang berjudul *"Importance-Performence Analysis"*. Dalam tehnik ini responden diminta untuk merangking berbagai elemen atau atribut dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu

responden juga diminta untuk merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen atau atribut tersebut (Tjiptono, 1996:149).

Bank Tabungan Negara merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang tak terlepas dari kondisi persaingan ini. Disaat banyak muncul bank-bank baru yang mempunyai tehnologi dan produk-produk terlihat hampir sama, Bank Tabungan Negara diharapkan tetap mampu memberikan nilai lebih pada nasabahnya dilihat dari kinerja yang diberikanya, sehingga dengan adanya pelayanan yang baik maka kepuasan nasabah tercapai akhirnya loyal kepada banknya. Latar belakang yang melandasi penelitian terhadap kepuasan nasabah Bank BTN adalah untuk mengetahui seberapa kepuasan nasabah terhadap kinerja bank yang telah diberikan, atribut apa saja yang harus diperhatikan dan ditingkatkan kinerjanya agar nasabah menjadi puas dengan kinerja yang diberikan oleh bank.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini berjudul ” *Analisis Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank dengan Metode Importance-Perfomance Analysis”*.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalahnya adalah :

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan PT. Bank BTN (Persero) Cabang Solo kepada nasabah dinilai dengan *Importance Perfomance Analysis* ?

2. Bagaimanakah kesesuaian atribut jasa yang dianggap penting oleh nasabah dengan kinerja PT. Bank BTN (Persero) Cabang Solo dalam memberikan pelayanannya dinilai dengan *Importance Perfomance Analysis* ?
3. Atribut mana saja dari dimensi kualitas pelayanan yang perlu mendapat perhatian khusus dalam upaya memperbaiki kualitas pelayanan PT. Bank BTN (Persero) Cabang Solo ?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian
   a. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pelayanan PT. Bank BTN (Persero) Cabang Solo kepada nasabah dinilai dengan *Importance Perfomance Analysis.*
   b. Untuk mengetahui dan menganalisis kesesuaian atribut jasa yang dianggap penting oleh nasabah dengan kinerja PT. Bank BTN (Persero) Cabang Solo dalam memberikan pelayanannya dinilai dengan *Importance Perfomance Analysis*
   c. Untuk mengetahui_Atribut mana saja dari dimensi kualitas pelayanan yang perlu mendapat perhatian khusus dalam upaya memperbaiki kualitas pelayanan PT. Bank BTN (Persero) Cabang Solo

2. Manfaat Penelitian

a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai ilmu manajemen pemasaran, khususnya kualitas jasa dan pelayanan dalam aplikasinya di lapangan. Selain itu menambah pengalaman dalam melakukan penelitian.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam rangka menentukan strategi pengambilan keputusan mengenai pelayanan dan kinerjanya terhadap nasabah, terutama pimpinan harus memperhatikan hal-hal atau atribut apa saja yang dianggap penting oleh nasabah agar puas.

c. Bagi Pihak Lain

Diharapkan, hasil penelitian ini dapat menambah wawasan bagi mereka yang tertarik dalam bidang pemasaran serta menjadi bahan referensi dan perbandingan peneliti selanjutnya.

D. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini akan dibahas mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kontribusi penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini akan dibahas tentang beberapa konsep, antara lain : definisi jasa, karakteristik jasa, kualitas pelayanan, bagaimana mengelola kualitas jasa,

definisi kepuasan pelanggan, definisi harapan pelanggan, bagaimana mempertahankan pelanggan, tehnik pengukuran kepuasan pelanggan, analisi kepentingan kionerja.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini, yang meliputi; jenis penelitian, variabel penelitian, sumber data, pengumpulan data, instrumen penelitian, dan analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Dalam bab ini memuat tentang penyajian data, analisis dan interpretasi data.

BAB V Penutup

Dalam bab ini akan dibahas mengenai simpulan dari hasil penelitian dan juga saran yang diberikan oleh peneliti.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Peneliti Terdahulu

1. Intan Yustianasari

Penelitian ini berjudul ”Analsis *Importance-Perfomance Analysis* untuk Mengukur Kepuasasn Nasabah”, penelitian ini dilakukan pada nasabah bank BCA Tbk. KCP Dinoyo Malang. Skripsi ini dilatarbelakangi bahwa kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting dan harus dipenuhi oleh perusahaan dengan memberikan pelayanan yang berkualitas dengan memperhatikan harapan atau keinginan nasabah. Jenis penelitian ini adalah penelitian konkuslif dengan metode diskriptif yang maksudnya penelitian yang didesain untuk menolong pengambilan keputusan dalam menentukan, mengevaluasi dan memilih alternatif terbaik dalam memecahkan suatu masalah.

Variabel penelitian yang digunakan adalah lima dimensi kualitas jasa yaitu Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Perhatian. Tehnik pengambilan sampel dengan Non-Probability Sampling yaitu Accidental Sampling, hal ini dengan pertimbangan jumlah populasi yang sangat banyak, keterbatasan waktu. Jumlah sampel sebesar 98 orang, sedangkan tehnik analisis data yang digunakan adalah *Importance-pPerfomance Analysis*. Dari hasil analisi data didapat pada kuadran A terdapat 5 atribut penentu kualitas

pelayanan, yaitu ketepatan memenuhi janji,kecepatan waktu pelayanan, keadilan karyawan,kemampuan berkomunikasi. Pada kuadran B terdapat kebersihan dan pelayanan ruangnya, fasilitas fisik memadai, ketepatan pencatatan transaksi, kemampuan memecahkan masalah, kesungguhan karyawan, pengetahuan karyawan, kejujuran karyawan, keamanan bertransaksi, reputasi / nama baik bank. Pada kuadran C terdapat 4 atribut kualitas pelayanan yaitu lama mengantri, prosedur pelayanan yang mudah, kemampuan menjalin hubungan yang interaktif, kemudahan dihubungi. Kuadran D juga terdapat 4 atribut kualitas pelayanan yaitu penampilan karyawan yang rapi, lokasi perusahaan, kesiapan membantu, kemampuan berkomunikasi. Secara keseluruhan masih terdapat 4 atribut yang dianggap kurang memenuhi keinginan nasabah yaitu terdapat di kuardan A, sedangkan 4 atribut yang dianggap kurang penting oleh nasabah oleh perusahaan dilaksanakan dengan sangat memuaskan berada di kuadran D.

2. Iin Kurnia Sari

Penelitian ini berjudul ”Analisis Kepentingan Kinerja Dimensi Kualitas Pelayanan untuk mengukur Kepuasan Nasabah pada PT. BRI Syariah Cab Malang”. Penelitian ini dilatarbelakangi bahwa perkembangan bisnis perbankan syariah, maka BRI memandang fenomena ini sebagai peluang bisnis yang besar untuk bersaing tak terkecuali memberikan pelayanan yang bermutu bagi nasabahnya. Jenis penelitian ini adalah penelitian diskriptif yang bertujuan menggambarkan dan menilai kepuasan nasabah melalui analisis

kepentingan kinerja pada BRI Syariah cab. Malang. Metode pengambilan sampel adalah Non-Probability Sampling dengan cara Aksidental dengan 85 sampel. Variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah : Bukti Fisik, Keandalan,Daya Tanggap, Jaminan, Empati.

Tehnik analisa data yang digunakan adalah Analisis Kepentingan Kinerja untuk mengetahui kesesuaian antara kinerja perusahaan dengan harapan nasabah. Dilihat dari hasil analisis diperoleh skor tingkat kesesuaian 85,57% kecepatan dalam pelayanan, pengetahuan karyawan 85,64%. Untuk ketepatan memenuhi janji mendapat urutan ketiga untuk diperhatikan agar nasabah tetap loyal dengan skor tingkat kepentingan sebesar 87,06%, selanjutnya kemauan mendengar saran dan keluhan dari nasabah dengan skor tingkat kesesuaian 87,27%. Urutan kelima adalah kemampuan karyawan/perusahaan untuk memecahkan masalah/menjawab dengan baik dan benar dengan skor 85,56%. Secara keseluruhan nasabah merasa tidak puas karena hasil penilaian dari atribut pelayanan masih jauh dibawah harapan nasabah.

B. Definisi Jasa

Dunia pemasaran berkembang mulai dari cara pertukaran barang atau sering disebut dengan istilah barter, walaupun ada yang berujud barang dengan barang, tetapi lama-kelamaan pertukaran dilakukan dengan membayar dengan uang logam dan sebagainya. Disamping itu jasa juga sangat berperan penting

dalam pemenuhan kebutuhan manusia waktu itu. Jadi jasa merupakan hal yang sangat penting dalam dunia pemasaran.

Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan (Tjiptono, 1999:95). Sedangkan menurut Kotler (jilid 2:448) sebuah produk didefinisikan sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Kebanyakan orang istilah produk diartikan hanya sebagai produk nyata. Sehingga dapat dikatakan orang dalam memenuhi kebutuhanya tidak terlepas dari kata produk.

Sebenarnya perbedaan antara produk dan jasa sulit didefinisikan, karena dalam melakukan pembelian jasa biasanya diikuti dengan barang yang melengkapinya. Kotler yang dikutip dalam Yazid (2005:2) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat intangible (tidak nyata) dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Artinya bahwa jasa yang ditawarkan tidak berujud, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik atau non fisik. Sedangkan menurut Stanton (1991:220) jasa adalah kegiatan yang dapat diidentifikasikan secara tersendiri yang pada hakekatnya bersifat tak teraba (intangible), yang merupakan pemenuhan kebutuhan, dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain.

Dari pengertian di atas dapat dikatakan jasa / pelayanan merupakan kinerja penampilan tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan daripada dimiliki, serta pelanggan dapat berpartisipasi aktif dalam mengkonsumsi jasa tersebut. Jasa akan sangat tergantung pada penilaian pelanggan terhadap kinerja yang ditawarkan pihak produsen.

C. Karakteristik jasa

Dalam Kotler yang dikutip Tjiptono (1999:136) jasa mempunyai empat karakteristik yang membedakanya dengan produk fisik, yaitu :

1. *Intangible*
   Jasa merupakan barang yang tidak dapat dilihat, disentuh, dirasa. Artinya orang tidak dapat menilai jasa sebelum membeli dan mengkonsumsinya sendiri.

2. *Insparability*
   Dalam hal ini jasa dijual dulu kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Dalam pemasaran jasa sangat diperlukan interaksi antara penyedia jasa dengan pengguna jasa. Kedua belah pihak mempengaruhi hasil dari jasa tersebut. Dalam hubungan penyedia jasa dengan pengguna jasa efektifitas individu yang menyampaikan (contact personal) merupakan unsur penting. Dengan demikian kunci keberhasilan bisnis jasa ada pada prose rekruitmen, kompensasi, pelatihan, dan pengembangan karyawan.

3. *Variability*
   Jasa ada banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis tergantung pada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut dihasilkan. Para pengguna jasa sangat peduli dengan variabilitas yang tinggi dan sering kali mereka meminta pendapat orang lain sebelum membeli jasa.
4. *Perishability*
   Jasa merupakan komoditas tidak bertahan lama dan tidak dapat disimpan. Artinya jika seseorang ingin menggunakan jasa harus dikonsumsi saat itu juga karena tidak mungkin jasa disimpan dan digunakan dikemudian hari.

Sedangkan penawaran dari suatu perusahaan seringkali meliputi jasa-jasa tertentu. Komponen-komponen jasa yang ditawarkan tersebut bisa saja merupakan sebagian kecil atau sebagian besar dari penawaran totalnya. Menurut Kotler (jilid 2:487) penawaran suatu perusahaan dapat dibedakan menjadi :

1. *Pure tangible good* (Barang berwujud murni)
   Yaitu penawaran hanya terdiri dari barang berujud dan tidak ada jasa yang menyertainya.
2. *Tangible good with accompanying service* (Barang berwujud disertai jasa)
   Yaitu penawaran utamanya adalah barang berujud tetapi disertai oleh satu atau beberapa jasa pendukung.
3. *Hibrid* (Campuran)
   Yaitu penawaran terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama besar.
4. *Major service with accompanying minor goods and service* (Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan)
   Yaitu penawaran utamanya adalah jasa tetapi disertai juga dengan barang berujud dan jasa pendukung.
5. *Pure service* (Jasa murni)
   Yaitu penawaran yang hanya terdiri dari jasa.

Akibatnya dari adanya macam-macam jasa ini, makam sulit untuk menyamaratakan jasa kecuali dengan pembedaan lebih lanjut.

1. Berdasar basis peralatan atau basis orang

   Hal ini dapat ditunjukkan dengan alat pencuci mobil otomatis, ada juga jasa akuntan.

2. Kehadiran klien

   Di dalam operasi jantung diperlukan kehadiran klien.

3. Kebutuhan bisnis

   Misalnya saja harga yang berbeda yang diberikan oleh dokter kepada klienya.

4. Penyadia jasa berbeda dalam sasaranya (laba/nirlaba) dan kepemilikan (swasta/publik).

D. Kualitas Pelayanan

Didalam kehidupan sehari-hari, tentunya sering terdengar perbincangan mengenai kualitas, baik itu mengenai perbandingan baik buruknya suatu barang atau jasa. Makna kualitas berbeda-beda tiap orang tergantung cara mendifinisikannya dan juga pada konteknya.

Menurut Juran kualitas sebagai kecocokan untuk pemakaian (*fitnes for use*), difinisi ini menekankan pada harapan pelanggan (Tjiptono, 2002:11). Sehingga dapat dikatakan kualitas berpengaruh pada harapan pelanggan, apabila harapan

pelanggan terpenuhi berarti kualitas yang diberikan sudah baik menurut pelanggan.

Menurut Wykof (dalam Lovelock,1988), kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2001:59). Jadi dapat dikatakan keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut dan apakah kualitas jasa sudah sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen.

Seperti yang diketahui bahwa kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan merupakan salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan yang dicapai. Menurut Parasuraman dan Zeithmal dalam Best er Field (1994:237) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan fungsi antara pengharapan pelayanan konsumen dan persepsi konsumen pada layanan yang ada oleh organisasi dan pengaruh lainya yang terjadi pada organisasi (Tjiptono, 2001:60). Kualitas pelayanan merupakan konsep yang bertujuan untuk mengkualifikasi kepuasan pelanggan dalam kaitanya dengan penggunaan jaringan yang digunakan untuk mendukung layanan yang ditawarkan.

Dalam bisnis jasa, sikap dan pelayanan *"contact personal"* merupakan aspek yang sangat penting dan menentukan kualitas jasa yang dihasilkan. Bila aspek tersebut diabaikan atau sengaja dilupakan, maka dalam waktu yang tidak lama perusahaan yang bersangkutan bisa kehilangan pelanggan lama dan dijauhi

calon pelanggan. Sehubungan dengan peranan *"contact personal"* yang sangat penting dalam menentukan kualitas jasa setiap perusahaan memerlukan pelayanan yang unggul, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Kualitas jasa yang konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan yang pada giliranya akan menimbulkan berbagai manfaat (Fandi Tjiptono,1996:79).

Dari berbagai definisi diatas ada beberapa hal penting tentang pengertian pelayanan, yaitu :

1. Kualitas pelayanan lebih sulit dievaluasi pelanggan dibandingkan mengevaluasi barang berujud. Oleh karena itu kriteria yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi kualitas pelayanan mungkin lebih sulit untuk dipahami oleh pemasar.
2. Pelanggan tidak mengevaluasi kualitas pelayanan semata-mata berdasar hasil akhir saja, pelanggan juga menilai proses penyampaian yang dilakukan.
3. Kriteria dalam menentukan kualitas pelayanan akhir dikembalikan pada pelanggan sendiri. Pandangan suatu kualitas jasa akan dimulai dari bagaimana pemberi pelayanan itu dapat memenuhi harapan pelanggan, kemudian dilanjutukan dengan bagaimana seharusnya pemberi pelayanan tersebut menampilkan penampilanya.-

Berdasar pendangan tersebut pemberi pelayanan seharusnya mempunyai bagian pelayanan dalam organisasinya, dengan harapan agar memungkinkan

pelanggan dapat menyampaikan keluhan-keluhanya untuk ditanggapi dengan baik. Selanjutnya hasil evaluasi dari tanggapan dapat berguna dalam memperbaiki pelayanan.

E. Mengelola Kualitas Jasa

Suatu cara perusahaan jasa untuk tetap dapat unggul bersaing adalah dengan memberikan jasa dengan kualitas yang lebih baik dari pesaingnya secara konsisiten. Harapan pelanggan dibentuk oleh pengalaman masa lalunya, pembicaraan dari mulut ke mulut serta promosi yang dilakukan oleh perusahaan jasa, kemudian dibandingkan keduanya.

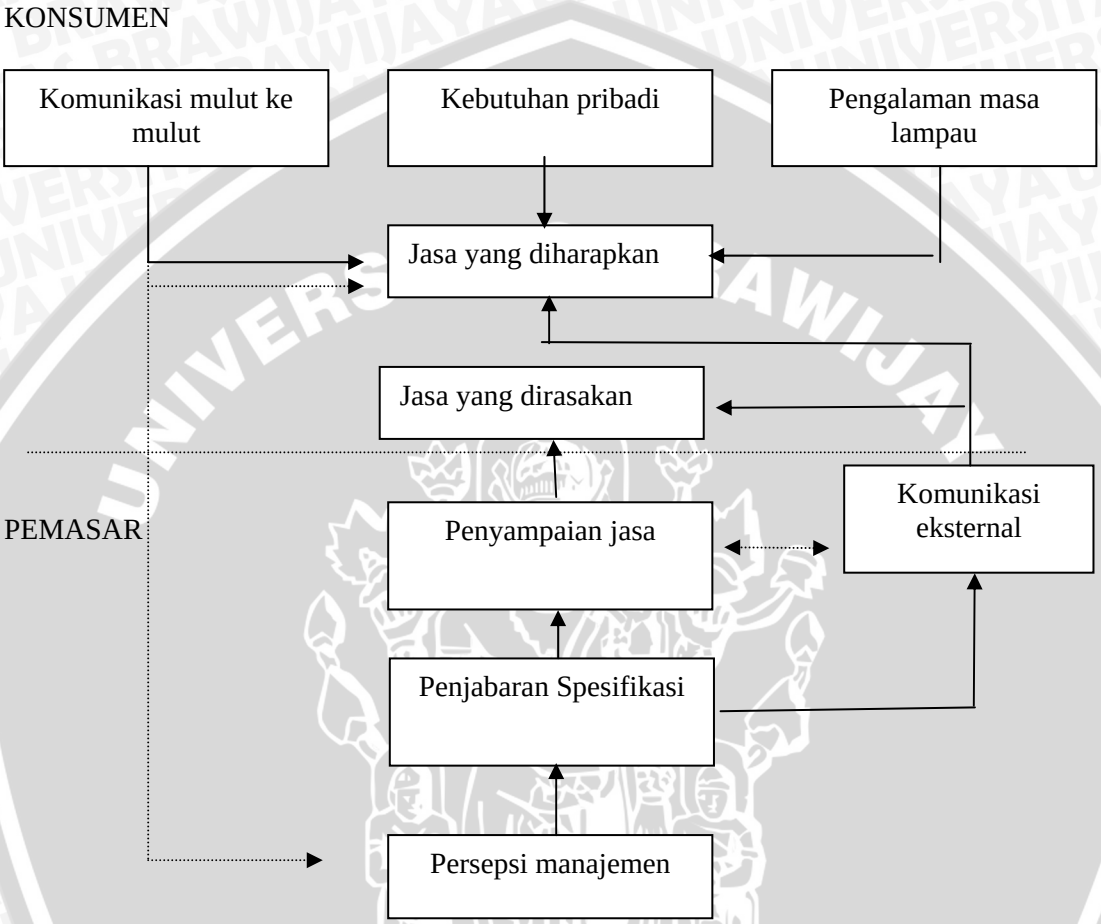
Tiga pakar pemasaran jasa, Leonard Berry, Parasuraman dan Valery Zeithmal (1996) malakukan penelitian mengenai customer preceived quality pada empat industri jasa. Dalam penelitianya tersebut mereka menindentifikasi 5 gap yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa (Tjiptono,1999:146). Gap tersebut antara lain :

1. Gap antara harapan konsumen dan persepsi manajemen
   Maksud dari gap ini adalah bahwa pihak manajemen belum tentu tahu apa yang sebenarnya diinginkan oleh konsumen, misalnya restoran yang menjual berbagai menu yang bermacam-macam padahal yang seharusnya diperhatikan adalah rasa dari menu yang ditawarkan.
2. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa
   Dalam hal ini manajemen mengetahui keinginan konsumen akan tetapi dalam pelaksanaan kualitas jasa tidak diperhatikan standar yang seharusnya, ini bisa disebabkan karena kekurangan SDM ataupun sarana tehnologi lainya.
3. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa
   Penyebab terjadinya gap ini adalah misalnya karyawan kurang menguasai tugasnya, beban kerja melampaui batas sehingga sulit bagi

karyawan dalam menjalankan tugas yang lebih dari satu secara bersamaan.

4. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi ekternal
   Gap ini biasanya terjadi saat penayangan iklan atau promosi bahwa penyampaian promosi yang begitu menggebu-gebu tetapi dalam kenyataanya saat terjadi permintaan jasa pihak perusahaan tidak dapat memenuhinya. Misalnya iklan mengenai bimbingan belajar yang terdapat berbagai fasilitas didalamnya tetapi pada akhirnya fasilitas tersebut hanya biasa-biasa saja.
5. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan
   Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja/prestasi perusahaan dengan cara yang berbeda. Contoh, pasien yang selalu dikunjungi dokter yang perhatian kepada pasien tersebut, akan tertapi pasien menganggap dia mempunyai penyakit yang sangat parah sehingga harus mendapat perhatian dokter secara lebih.

Gambar 1
Model Kualitas Jasa (Gap Model)



Sumber : Parasuraman, et al (Tjiptono, 2001:82)

Dengan adanya gap diatas maka di dalam bisnis jasa, sifat dan pelayanan ”*contact personal*” merupakan aspek yang sangat penting dan menentukan kualitas jasa yang dihasilkan. Apabila aspek tersebut diabaikan atau bahkan sengaja dilupakan, maka dalam waktu singkat perusahaan yang bersangkutan bisa kehilangan banyak pelanggan lama dan dijauhi calon pelanggan.

F. Definisi Kepuasan Pelanggan

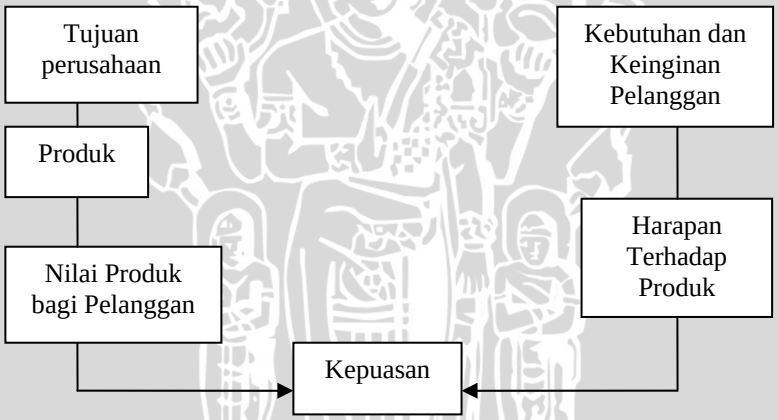
Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapanya. Jadi tingkat kepuasan adalah perbandingan antara hasil yang diterima dengan yang diharapkan. Bila kinerja rendah maka pelanggan kecewa, kinerja sesuai harapan pelanggan puas, dan kinerja melebihi harapan pelanggan sangat puas.

Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperolah pelanggan yang lebih banyak dan kemampuan untuk mempertahankan pelangganya. Saat ini diyakini bahwa kunci utama untuk memenangkan persaingan adalah memberikan nilai dan kepuasan kepada pelanggan melalui penyampaian produk dan jasa berkualitas dengan harga bersaing.

Pendapat Engel, et al (1990) dalam Tjiptono menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak melebihi harapan. Sedangkan menurut Schanaars (1991) dalam Tjiptono, pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelangganya yang merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya : hubungan antara perusahaan dengan pelanggan harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, tercipta loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rokemendasi mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Dari pengertian di atas dapat dikatakan bahwa pengertian kepuasan pelanggan mencangkup perbedaan antara harapan dan kinerja / hasil yang dirasakan. Model dari konsep kepuasan pelanggan dapat digambarkan dalam sebuah bagan yang menggambarkan bahwa tujuan perusahaan dalam membuat produk yang akhirnya mempunyai nilai kemudian dibeli oleh konsumen yang membutuhkan barang atau jasa dan berharap akan puas terhadap barang yang dibelinya, dapat digambarkan pula dengan bagan dibawah ini :

Gambar 2
Konsep Kepuasan
Konsumen



(Tjiptono, Strategi Pemasaran 1999:25)

Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa yang intangible antara lain (Parasuraman, et al., 1985) :

1. Bukti langsung (*tangibles*)
2. Keandalan (*reliability*)
3. Daya tanggap (*responsiveness*)

4. Jaminan (*assurance*)
5. Empati

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu perusahaan tertentu faktor-faktor penentu yang digunakan berupa gabungan dari faktor penentu kepuasan terhadap produk dan jasa. Dan pada umumyanya yang sering digunakan konsumen adalah aspek pelayanan dan kualitas barang dan jasa yang dibeli.

G. Definisi Harapan Pelanggan

Pada dasarnya ada hubungan erat antara penentu kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasinya, pelanggan akan menggunakan harapanya sebagai standart atau acuan. Dengan demikian harapan pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi dalam bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh palangganya. Dalam hal kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya (Zeithaml et al:1993). Pengertian ini didasarkan pada pandangan bahwa harapan merupakan standar prediksi, selain itu harapan pelanggan juga sebagai standar ideal.

Harapan pelanggan saat ini tidak menutup kemungkinan dari waktu kewaktu akan berkembang ke arah yang lebih tinggi lagi, hal ini dikarenakan seiring banyaknya informasi yang diterima pelanggan serta semakin bertambahnya pengalaman pelanggan. Akhirnya hal ini akan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

H. Mempertahankan Pelanggan

Dengan semakin ketatnya persaingan, maka perusahaan-perusahaan merasa perlu untuk mempertahankan pelangganya. Hal ini karena apabila ditemukan pelanggan yang merasa puas maka dia akan menjadi pelanggan yang setia, sehingga akan menjadi keuntungan tersendiri bagi perusahaan yang bersangkutan. Terdapat berbagai cara untuk menarik dan mempertahankan pelanggan, antara lain :

1. Memberikan potongan harga kepada pelanggan yang setia.
2. Memberikan pelayanan yang lebih baik daripada pesaing, sehingga pelanggan merasa puas dan tidak akan beralih ke pesaing.

Pemasaran yang didasarkan pada hubungan dengan pelanggan merupakan kunci mempertahankan pelanggan dan mencangkup pemberian keuntungan finansial serta sosial disamping ikatan struktural dengan pelanggan. Perusahaan harus memutuskan seberapa banyak pemasaran berdasar hubungan harus dilakukan pada masing-masing segmen pasar dan pelanggan, dari tingkat pemasaran biasa, reaktif, bertanggung jawab, proaktif sampai kemitraan penuh.

I. Tehnik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Metode survei kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan beberapa (Tjiptono, 1999:35) cara, antara lain :

1. Dengan memberikan pertanyaan langsung kepada pelanggan dan dijawab dengan pilihan puas, tidak puas, biasa saja, kurang puas, dan sangat tidak puas.
2. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu atribut tertentu dan seberapa besar mereka rasakan
3. Responden diminta memberikan kritik dan saran terhadap produk yang telah dibelinya setalah dirasakan
4. Responden dapat diminta untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan seberapa baik kinerja dari perusahaan dalam masing-masing elemen (importance performa rating). Tehnik ini dikenal pula dengan istilah importance perfomance analysis (Martila & James, `77).

J. Analisis Kepentingan Kinerja

Analisis ini dikemukakan oleh John A. Martilla dan John C. James dalam artikel yang dibuat pada Journal Of Marketing bulan Januari tahun 1977 yang berjudul *"Importance-Performence Analysis"*. Dalam tehnik ini responden diminta untuk merangking berbagai elemen atau atribut dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga

diminta untuk merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen atau atribut tersebut (Tjiptono, 1996:149).

Sedangkan pendapat Kotler (Jilid 2:501), jasa dapat dinilai menurut arti penting *(custom importance)* dan kinerja perusahaan *(company performance).* Analisis ini dapat digunakan untuk memeringkat berbagai elemen dari kumpulan jasa dan mengidentifikasi tindakan apa yang diperlukan.

Jadi dengan analisis ini akan diketahui posisi masing-masing atribut dalam diagram kartesius yang akan mengidentifikasi apakah suatu atribut kualitas jasa tersebut sudah memenuhi atau belum memenuhi harapan dan kepuasan yang diingnkan pelanggan. Sehingga nantinya dapat digunakan perusahaan dalam pengambilan keputusan terhadap masing-masing kualitas jasa yang di analisis.

K. Bank

1. Pengertian Bank

Bank adalah suatu industri yang bergerak di bidang kepercayaan, yang dalam hal ini adalah sebagai media perantara keuangan *(Financial Intermediary)* antara debitur dan kreditur dana (Santoso, 1997:1).

Menurut UU Pokok Perbankan No. 14 tahun 1967 yang dimaksud dengan bank adalah lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah memberikan kredit dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran dan peredaran uang. Jadi dapat disimpulkan bahwa bank adalah lembaga yang bergerak di bidang jasa keuangan sebagai perantara antara debitur dan kreditur.

2. Fungsi Bank

Fungsi Bank menurut UU No. 14 tahun 1967 adalah sebagai berikut :

a. Sebagai pengumpul dana
b. Sebagai penjamin kredit antara debitur dan kreditur
c. Sebagai penanggung resiko interest rate transformasi dana, dari tingkat suku bunga rendah ke tingkat suku buinga tinggi

3. Macam dan Jenis Bank

Bisnis perbankan sangat luas ruang lingkupnya, untuk itu perlu dibedakan ke dalam beberapa kelompok. Adapun macam-madam bank antara lain :

a. Menurut Fungsinya
    1) Bank Sentral, yaitu bank Indonesia yang bertugas membimbing pelaksanaan kebijaksanaan keuangan pemerintah dan mengkoordinir serta mengawasi seluruh perbankan di Indonesia.
    2) Bank Umum, yaitu bank yang usahanya bertindak sebagai pengumpul dana dalam bentuk simpanan, baik giro maupun deposito.
    3) Bank Pembangunan, yaitu bank yang dalam pengumpulan dananya terutama berasal dari penerimaan simpanan dalam bentuk deposito serta C*ommercial Paper* jangka menengah dan panjang.
    4) Bank Desa, yaitu kantor bank di suatu desa yang tugas utamananya adalah melaksanakan fungsi perkreditan dan penghimpunan dana

dalam rangka program pemerintah memajukan sektor pedesaan serta peningkatan produksi pertanian, khususnya pangan.

5) Bank Perkreditan Rakyat, yaitu kantor bank di kota kecamatan yang merupakan unsur penghimpunan dana masyarakat maupun menyalurkan dananya di sektor pertanian/pedesaan.

b. Menurut Kepemilikanya

1) Bank Pemerintah, yaitu bank yang seluruh modalnya berasal dari kekayaan negara yang dipisahkan dan pendirianya di bawah undang-undang tersendiri.

2) Bank Pembangunan Daerah, yaitu bank yang pendirianya berdasarkan Peraturan Daerah Tingkat I dan sebagian besar sahamnya dimiliki oleh pemerintah Daerah Tngkat II di wilayah bersangkutan dan modalnya merupakan harta kekayaan milik pemerintah daerah yang dipisahkan.

3) Bank Swasta Nasional, adalah bank milik swasta yang didirikan dalam bentuk hukum perseroan terbatas dimana seluruh sahamnya dimiliki oleh WNI atau badan-badan hukum di Indonesia, serta pengelolaan manajemenya ditangani oleh para WNI itu sendiri.

4) Bank Swasta Asing, adalah bank yang didirikan dalam bentuk cabang bank yang sudah ada diluar negeri atau dalam bentuk campuran antara bank asing dengan bank nasional di Indonesia.

5) Bank Koperasi, adalah bank yang pengop[erasianya berlandaskan hukum koperasi dan anggotanya terdiri dari badan-badan hukum koperasi.

c. Menurut Kegiatan Operasionalnya

1) Bank Devisa, bank yang mempunyai hak dan wewenang yang diberikan oleh Bank Indonesia untuk melakukan transaksi valuta asing dan lalu lintas devisa serta hubungan koresponden dengan bank asing diluar negeri.

2) Bank Swasta Non-Devisa, adalah bank yang dalam operasionalnya hanya melaksanakan transaksi transaksi di dalam negeri (rupiah) dalam bentuk simpanan dan pinjam an serta tidak melaksanakan transaksi valuta asing atau hubungan denagn luar negeri.

d. Berdasarkan Penciptaan Uang Giral

1) Bank Primer, adalah bank yang dalam kegiatan operasionalnya tidak hanya sekedar mengumpulkan dana dan menyalurkan pinjaman, melaksanakan segala transaksi yang berhubungan langsung dengan kas, dan merupakan bank yang berdiri sendiri tidak tergantung pada bank lain.

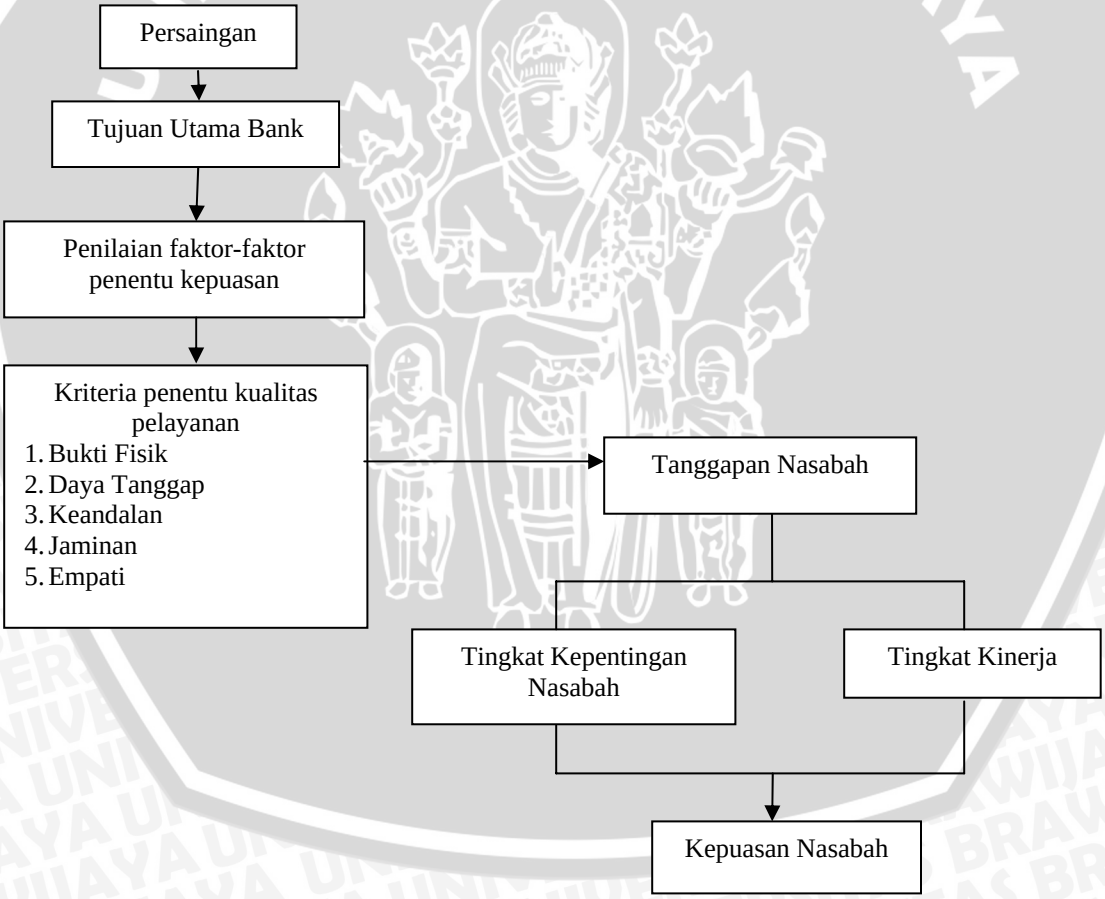
2) Bank Sekunder, adalah bank yang kegiatan operasionalnya hanya sekedar melayani trnsaksi kas langsung, seperti pancairan kuitansi dan pemberian pinjaman.

L. Kerangka Pemikiran

Didalam memberikan jasa pelayanan yang baik kepada nasabah, terdapat lima kriteria penentu kualitas pelayanan yaitu : Daya tanggap, Bukti fisik, Keandalan, Jaminan, Empati (Tjiptono, 1999:26).

Kelima unsur tersebut akan menjadi acuan dalam kerangka pemikiran ini dan berbentuk dalam gambar di bawah ini:

Gambar 3
Kerangka Pemikiran



Diadaptasi dari : Supranto J, Pengukuran Kepuasan Nasabah (`97:476)

BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian diskriptif kualitatif, hal ini untuk menguraikan sifat-sifat dari suatu keadaan kemudian untuk mencari fakta dengan menginterprestasikan dengan tepat dan bertujuan mencari gambaran sistematis fakta yang akurat.

B. Lokasi dan Obyek Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah BTN Cabang Solo Jl. Slamet Riyadi No.282. Sedangkan obyek yang diteliti adalah nasabah Tabungan Bank PT. BTN (Persero) Cabang Solo.

C. Konsep dan Variabel Penelitian

Didalam penelitian ini konsep dan variabel berguna untuk menganalisa tingkat kepuasan nasabah. Adapun konsep dalam penelitian ini adalah :

1. Kualitas Pelayanan

   Kualitas pelayanan merupakan tingkat kesempurnaan yang diharapakan dan pengendalian atas inkonsisitensi dalam pencapaian kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah.

   Variabel-variabel dari konsep kualitas pelayanan yang akan digunakan dalam penelitian ini didasarkan pada dimensi kualitas

pelayanan yang dikemukakan oleh Parasuraman , et al. Dalam Tjiptono (1999: 26), yaitu : Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati.

2. Kepuasan Nasabah

Variabel kepuasan nasabah merupakan respon nasabah terhadap evaluasi kesesuaian antara harapan sebelum menerima jasa dengan kinerja yang dirasakan.

Tabel 1
Konsep, Variabel, Indikator dan Item

Konsep	Variabel	Indikator	Item
Kualitas Pelayanan	Bukti Fisik	Kecukupan dan tampilan fasilitas	a. penampilan karyawan yang rapi b. tersedia fasilitas fisik memadai, seperti :tempat duduk, tempat parkir, ruang tunggu. c. fasilitas fisik yang menarik, seperti etalase kantor, tata ruang yang menarik. d. peralatan modern, seperti Mesin ATM.
	Keandalan	Kemampuan melayani dengan cepat	a. menyadiakan pelayanan tepat seperti yang dijanjikan b. kemudahan prosedur pelayanan c. kecepatan dalam pelayanan d. karyawan mampu menangani masalah yang dihadapi
	Daya Tanggap	Kemauan membantu nasabah	a. menginformasikan kepada nasabah waktu pelayanan yang diberikan perusahaan b. karyawan memberikan pelayanan yang segera kepada nasabah c. karyawan selalu bersedia membantu nasabah d. karyawan tidak terlalu sibuk, sehingga dapat menanggapi permintaan nasabah

Lanjutan Tabel 1

Konsep	Variabel	Indikator	Item
	Jaminan	Pengetahuan dan kesopanan karyawan	a. karyawan yang dapat dipercaya b. karyawan dapat memberikan rasa aman kepada nasabah ketika nmelakukan transaksi c. karyawan bersikap sopan dan ramah d. karyawan memiliki kemampuan yang memadai mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan sistem perbankan
	Empati	Kepedulian terhadap nasabah	a. karyawan melayani nasabah dengan cara yang simpati b. karyawan memahami kebutuhan spesifik para nasabah c. kesediaan mendengarkan saran dan keluhan dari nasabah
Kepuasan Nasabah	Tingkat Kepuasan	Tanggapan Nasabah	a. Tingkat Kepentingan (Sangat penting,penting, cukup penting, kurang penting, tidak penting) b. Tingkat Kinerja (Sangat baik,baik, cukup baik, kurang baik, tidak baik)

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Umar (2005:42) populasi merupakan kumpulan dari seluruh elemen yang menjadi obyek penelitian. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Tabungan Bank BTN mulai bulan April 2006 sampai dengan bulan Maret tahun 2007 yang berjumlah 72.649 nasabah.

2. Sampel

Menurut Umar (2005:43) sampel ialah sebagian dari populasi. Pada penelitian ini untuk menentukan besarnya sampel digunakan rumus Slovin (Umar, 2005:78).

Rumus yang digunakan dalam pengambilan sampel sebagai berikut :

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N= ukuran populasi

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

Berdasarkan informasi yang diterima bahwa jumlah nasabah Tabungan sampai bulan Maret tahun 2007 adalah sebanyak 72.649 nasabah, maka besarnya sampel size adalah sebanyak 100 responden yang dapat dibuktikan dari perhitungan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{72.649}{1 + 72.649\,(10\%)^2}$$

$$n = 99{,}86$$

Atau menjadi 100 nasabah karena untuk lebih mudah dibulatkan ke atas.

a) Responden

Responden adalah orang yang diberi pertanyaan yang kemudian diminta jawabanya oleh peneliti.

b) Tehnik Pengambilan Sampel

Tehnik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan :

- Purposive sampling

  Adalah tehnik pengambilan sampel dimana pemilihan sampel berdasarkan pada karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut paut dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Hal ini dikarenakan populasinya adalah nasabah tabungan PT. Bank BTN (Persero) Kancab Solo.

E. Tehnik Pengumpulan Data

Adapun tehnik pengumpulan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah :

1. Wawancara

   Yaitu pengumpulan data yang dilakukan dengan tanya jawab langsung dengan pihak-pihak yang bersangkutan untuk mendapatkan data dan keterangan yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Kuesioner

   Merupakan cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan pada responden yang akan diteliti untuk diisi. Menurut Umar (2005:49) kuisioner merupakan pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan harapan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dokumen yang dimiliki oleh Bank BTN Cabang Solo yang berhubungan dengan penelitian. Data-data yang di ambil berupa jumlah nasabah, sejarah perusahaan, produk-produk Bank BTN.

F. Sumber Data

Berdasarkan cara memperolehnya data dibagi menjadi dua (Umar, 2005:42), penelitian ini menggunakan data :

1. Data Primer, yaitu data yang didapat sumber pertama baik dari individu atau perorangan sepereti hasil wawancara atau pengisian kuisioner yang biasa dilakukan peneliti.
2. Data Sekunder, yaitu data data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain.

G. Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Ancok dalam Singarimbun dan Efendi (1995:122) validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Sedangkan Cooper dan Emory (1996:160) menyatakan bahwa validitas menyatakan sejauh mana perbedaan yang didapatkan melalui alat

pengukur mencerminkan perbedaan yang sesungguhnya diantara responden yang diteliti.

Dalam mengukur valid tidaknya suatu alat menurut Singarimbun dan Efendi (1995:137) dapat menggunakan teknik korelasi *product moment*, yang rumusnya sebagai berikut:

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

Keterangan :

r = korelasi product moment

N = banyaknya sampel

X = skor pertanyaan

Y = skor total

Bila signifikansi hasil korelasi lebih kecil dari 0,05 (5%) maka dinyatakan valid dan sebaliknya dinyatakan tidak valid. Berikut nilai Validitas masing-masing instrumen penelitian.

a. Validitas Instrumen Tingkat Kepentingan (*Importance*)

Tabel 2

Hasil Uji Validitas Instrumen (Kepentingan)

Variabel	Item	r	Sig	Keterangan
X_1	$X_{1.1}$	0,686	0,000	Valid
	$X_{1.2}$	0,719	0,000	Valid
	$X_{1.3}$	0,782	0,000	Valid
	$X_{1.4}$	0,755	0,000	Valid
X_2	$X_{2.1}$	0,643	0,000	Valid
	$X_{2.2}$	0,682	0,000	Valid
	$X_{2.3}$	0,741	0,000	Valid
	$X_{2.4}$	0,734	0,000	Valid
X_3	$X_{3.1}$	0,699	0,000	Valid
	$X_{3.2}$	0,727	0,000	Valid
	$X_{3.3}$	0,735	0,000	Valid
	$X_{3.4}$	0,644	0,000	Valid
X_4	$X_{4.1}$	0,814	0,000	Valid
	$X_{4.2}$	0,716	0,000	Valid
	$X_{4.3}$	0,564	0,000	Valid
	$X_{4.4}$	0,716	0,000	Valid
X_5	$X_{5.1}$	0,812	0,000	Valid
	$X_{5.2}$	0,638	0,000	Valid
	$X_{5.3}$	0,844	0,000	Valid

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

b. Nilai Validitas Instrumen Kinerja (*Perfomance*)

Tabel 3

Hasil Uji Validitas Instrumen (Kinerja)

Variabel	Item	r	Sig	Keterangan
X_1	$X_{1.1}$	0,725	0,000	Valid
	$X_{1.2}$	0,690	0,000	Valid
	$X_{1.3}$	0,611	0,000	Valid
	$X_{1.4}$	0,723	0,000	Valid
X_2	$X_{2.1}$	0,739	0,000	Valid
	$X_{2.2}$	0,677	0,000	Valid
	$X_{2.3}$	0,682	0,000	Valid
	$X_{2.4}$	0,713	0,000	Valid
X_3	$X_{3.1}$	0,769	0,000	Valid
	$X_{3.2}$	0,764	0,000	Valid
	$X_{3.3}$	0,659	0,000	Valid
	$X_{3.4}$	0,624	0,000	Valid
X_4	$X_{4.1}$	0,726	0,000	Valid
	$X_{4.2}$	0,780	0,000	Valid
	$X_{4.3}$	0,633	0,000	Valid
	$X_{4.4}$	0,709	0,000	Valid
X_5	$X_{5.1}$	0,809	0,000	Valid
	$X_{5.2}$	0,670	0,000	Valid
	$X_{5.3}$	0,806	0,000	Valid

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

2. Reliabilitas

Reliabilitas menurut Ancok dalam Singarimbun dan Efendi adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten maka alat poengukur tersebut reliabel.

Menurut Arikunto (2002:171), untuk menguji tingkat reliabilitas, dalam penelitian ini digunakan metode Alpha Cronbach :

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1}\right)\left(1-\frac{\sum \sigma b^2}{\sigma \tau^2}\right) \text{ dimana } \sigma = \frac{\sum x^2 - \frac{\sum x^2}{n}}{n}$$

Keterangan :

r = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

σ_b^2 = jumlah varians butir

σ_1^2 = varians total

Instrumen dapat dikatakan andal (reliabel) bila memiliki koefisien keandalan reliabilitas sebesar 0,6 atau lebih (Arikunto 1993). Arikunto (1993) menentukan kriteria indek reliabilitas adalah sebagai berikut :

Tabel 4

Kriteria Indeks Kofiesien Reliabilitas

No.	Interval	Kriteria
1.	<0,200	sangat rendah
2.	0,200-0,399	Rendah
3.	0,400-0,599	Cukup
4.	0,600-0,799	Tinggi
5.	0,800-1,00	sangat tinggi

Uji reliabilitas yang digunakan adalah dengan Alpha Cronbach. Bila alpha lebih kecil dari 0,6 maka dinyatakan tidak reliabel dan sebaliknya dinyatakan reliabel. Hasil pengujian reliabilitas terhadap semua variabel ditunjukkan tabel di bawah ini

a. Nilai Reliabilitas Instrumen Tingkat Kepentingan (*Importance*)

Tabel 5

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen (Kepentingan)

B. Variabel	Alpha	C. Keterangan
X_1	0,7108	Reliabel
X_2	0,6434	Reliabel
X_3	0,6496	Reliabel
X_4	0,6562	Reliabel
X_5	0,6522	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

b.. Nilai Reliabilitas Instrumen Tingkat Instrumen Kinerja (*Perfomance*)

Tabel 6

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen (Kinerja)

D. Variabel	Alpha	E. Keterangan
X_1	0,6284	Reliabel
X_2	0,6542	Reliabel
X_3	0,6654	Reliabel
X_4	0,6680	Reliabel
X_5	0,6448	Reliabel

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

H. Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data penelitian ini, tehnik yang digunakan adalah Important Perfomance Analisys (Martilla dan James, 1997) atau Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja.

Dalam perhitungan ini ada dua buah variabel yang diwakili oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja (*perfomance*) perusahaan dalam upayanya memberikan kepuasan kepada pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan (*importance*) pelanggan. Tingkat kepentingan ini adalah kepentingan menurut harapan pelanggan.

Langkah-langkah yang ditempuh dalam metode *Importance-Perfomance Analisys* adalah sebagai berikut :

1. **Pembobotan Tingkat Kepentingan (*Importance*)**

   Dalam penelitian ini digunakan skala Likert yang terdiri dari 5 tingkat yang berguna untuk mengetahui derajat kepentingan atau ketidakpentingan responden terhadap variabel kualitas pelayanan.

   Bobot penilaianya adalah sebagai berikut :

   1. Jawaban sangat penting diberi bobot 5
   2. Jawaban penting diberi bobot 4
   3. Jawaban cukup penting diberi bobot 3
   4. Jawaban kurang penting diberi bobot 2
   5. Jawaban tidak penting diberi bobot 1

2. Pembobotan Tingkat Kinerja (*Perfomance*)

Untuk kinerja atau pelaksanaan diberikan penilaian dengan bobot sebagai berikut :

1. Jawaban sangat baik diberi bobot 5
2. Jawaban baik diberi bobot 4
3. Jawaban cukup baik diberi bobot 3
4. Jawaban kurang baik diberi bobot 2
5. Jawaban tidak baik diberi bobot 1

3. Menghitung nilai kesesuaian antara *Importance* dan *Perfomance*

Tingkat Kesesuaian adalah hasil perbandingan skor Kinerja dengan skor Kepentingan. Tingkat Kesesuaian inilah yang menentukan urutan prioritas faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} x100\%$$

Dimana :*Xi* = pelayanan atau kinerja

Yi= tingkat kepentingan pelanggan

Apabila nilai dari tingkat kesesuaian yang diperoleh semakin besar, menunjukkan bahwa tingkat kepentingan nasabah dapat dipenuhi oleh perusahaan atau tingkat kinerja/pelaksnaan dari perusahaan telah sesuai dengan harapan nasabah.

4. Diagram Kartesius

Importance-Perfomance Analisys dalam operasionalnya menggunakan sebuah matrik, yaitu diagram kartesius dimana sumbu mendatar (X) diisi olah skor tingkat kinerja, sedangkan sumbu tegak (Y) diisi oleh skor tingkat kepentingan.

Rumusnya adalah sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum x_1}{n}$$

Dimana : $\bar{X}$ = skor rata-rata tingkat pelayanan/kinerja

n = jumlah responden

$$\bar{Y} = \frac{\sum y_1}{n}$$

Dimana : $\bar{Y}$ = skor rata-rata tingkat kepentingan

n = jumlah responden

Selanjutnya dihitung X (rata-rata dari rata-rata skor tingkat Kinerja) dan Y (nilai rata-rata dari rata-rata skor tingkat Kepentingan).

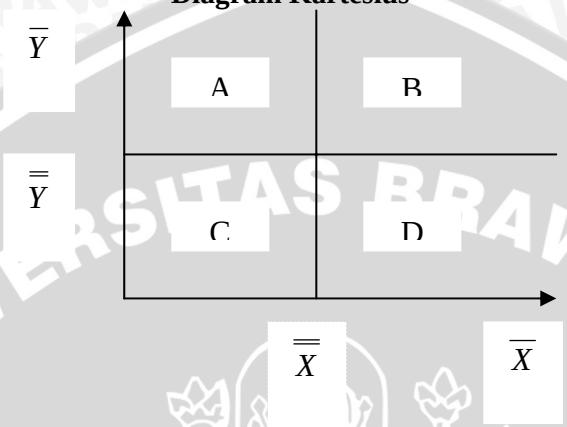
$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1} \bar{X}_i}{K}$$ $\bar{\bar{X}}$ = rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelayanan

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1} \bar{Y}_i}{K}$$ $\bar{\bar{Y}}$ = rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan

Dimana K merupakan banyaknya atribut pelayanan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Kemudian tingkat atribut tersebut dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam Diagram Kartesius seperti pada gambar :

Gambar 4
Diagram Kartesius



Sumber : Supranto, Pengukuran Kepuasan Pelanggan (`97:242)

Keterangan :

A : Merupakan faktor atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan nasabah termasuk unsur jasa yang dianggap penting namun manejemen belum melaksanakan sesuai keinginan nasabah (prioritas utama).

B : Merupakan unsur jasa pokok telah dilaksanakan(pertahankan prestasi).

C : Merupakan bagian yang kurang penting mempengaruhi bagi nasabah, pelaksanaanya oleh bank biasa-biasa saja (prioritas rendah).

D : Merupakan faktor yang mempengaruhi nasabah kurang penting, akan tetapi pelaksanaanya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi memuaskan (berlebihan).

BAB IV
PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Sejarah dan Perkembangan Bank BTN (Persero)

Dengan maksud mendidik masyarakat agar gemar menabung, pemerintah melalui pemerintah Hindia Belanda melalui Koninklijk Besluit No. 27 tanggal 16 Oktober 1897 mendirikan POSTSPAARBANK, yang kemudian terus hidup dan berkembang secara tercatat hingga tahun 1939 telah memiliki 4empat cabang yaitu Jakrta, Medan, Surabaya, dan Makasar. Pada tahunb 1940 kegiatanya terganggu, sebagai akibat penyerbuan Jerman atas Netherland yang mengakibatkan penarikan tabungan besar-besaran dalam waktu yang relative singkat (rush). Namun demikian keadaan keuangan POSTSPAABANK pulih kembali pada tahun 1941.

Tahun 1942 Hindia Belanda menyerah tanpa syarat kepada pemerintahan Jepang. Jepang membekukan kegiatan POSTSPAABANK dan mendirikan TYOKIN KYOKU sebuah bank yang bertujuan untuk menarik dana masyarakat melalui tabungan. Usaha Pemerintah Jepang ini tidak sukses karena dilakukan denagn paksaan. TYOKIN KYOKU hanya mendirikan satu cabang yaitu cabang Yogyakarta.

Proklamasi kemerdekaan RI 17 Agustus 1945 telah memberikan inspirasi kepada Bp. Darmosoetanto untuk memprakarsai pengambilalihan

TYOKIN KYOKU dari pemerintah Jepang ke pemerintah RI dan terjadilah penggantian nama menjadi KANTOR TABUNGAN POS. Bp. Darmosoetanto ditetapkan oleh pemerintah RI menjadi direktur yang pertama. Tugas pertama KANTOR TABUNGAN POS adalah melakukan penukaran uang jepang dengan Oeang Republik Indonesia (ORI). Tetapi kegiatan KANTOR TABUNGAN POS tidak berumur panjang karena agresi Belanda (Desember 1946) mengakibatkan didudukinya semua kantor termasuk kantor cabang , dari KANTOR TABUNGAN POS hingga tahun 1949. saat KANTOR TABUNGAN POS dibuka kembali (1949), nama KANTOR TABUNGAN POS diganti menjadi BANK TABUNGAN RI. Sejak kelahiranya sampai berubah nama BANK TABUNGAN POS RI, lembaga ini bernaung di bawah Kementrian Perhubungan.

Banyak kejadian bernilai sejarah sejak tahun 1950 tetapi yang substantive bagi sejarah BTN adalah dikeluarkanya UU Darurat No. 9 th. 1950 tgl. 9 Februari 1950 yang mengubah nama "POSTSPAABANK IN INDONESIA" berdasarkan staatsblat No. 295 th. 1941 menjadi BANK TABUNGAN POS dan memindahkan induk kementrian dari Kementrian Perhubungan ke Kementrian Keuangan di bawah Menteri Urusan Bank Sentral. Walaupun dengan UU Darurat tersebut masih bernama BANK TABUNGAN POS, tetapi tanggal 9 Februari 1950 ditetapkan sebagai Hari dan Tanggal lahir BANK TABUNGAN NEGARA. Nama BANK TABUNGAN POS menurut UU Darurat tersebut dikukuhkan dengan UU No. 36 th. 1953 tanggal 18

Desember 1953. Perubahan nama BANK TABUNGAN POS menjadi BANK TABUNGAN NEGARA didasarkan pada PERPU No. 4 th. 1963 tgl. 22 Juni 1963 yang kemudian dikuatkan dengan UU No. 2 th. 1964 tgl. 25 Mei 1964.

Penegasan status BANK TABUNGAN NEGARA sebagai bank milik nagara ditetapakan dengan UU No. 20 th. 1968 tgl. 19 Desember 1968 yang sebelumnya (sejak tahun 1964) BANK TABUNGAN NEGARA menjadi BNI unit V. Jika tugas utama saat pendirian POSTAPAABANK (1897) sampai dengan BANK TABUNGAN NEGARA (1968) adalah bergerak dalam linkup penghimpunan dana masyarakat melalui tabungan, maka sejak tahun 1974 BANK TABUNGAN NEGARA ditambah tugasnya yaitu memberikan pelayanan KPR dan untuk pertama kalinya penyaluran KPR terjadi pada tanggal 10 Desember 1976, karena itu tanggal 10 Desember diperingati sebagai hari KPR bagi BTN.

Bentuk hokum BTN mengalami perubahan lagi pada tahun 1992, yaitu dengan dikeluarkanya PP No. 24 th. 1992 tgl 29 April 1992 yang merupakan pelaksanaan dari UU No. 7 th. 1992 bentuk hokum BTN berubah menjadi Perusahaan Perseroan. Sejak itu nama BTN menjadi PT.BANK TABUNGAN NEGARA (PERSERO) dengan call name Bank BTN. Berdasarkan kajian konsultan independent, Price Waterhouse Coopers, Pemerintah melalui Menteri BUMN dalam surat nomor S-544/M-MBU/2002 tanggal 22 Agustus 2002 memutuskan Bank BTN sebagai Bank Umum dengan focus bisnis pembiayaan perumahan tanpa subsidi.

2. Visi dan Misi Bank BTN (Persero)

a. Visi Bank BTN (Persero)

Menjadi Bank yang terkemuka dalam pembiayaan perumahan dan mengutamakan kepuasan nasabah.

b. Misi Bank BTN (Persero)

1) Memberikan pelayanan unggul dalam pembiayaan perumahan dan industri yang terkait, serta menyediakan produk dan jasa perbankan lainya.
2) Menyiapkan dan mengembangkan sumber daya manusia yang berkualitas dan professional serta memiliki integritas tinggi.
3) Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi berkelanjutan sesuai kebutuhan nasabah.
4) Melaksanakan manajemen perbankan yang sehat sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan Good Corporate Governance untuk meningkatkan *Shareholder Value.*
5) Mempedulilkan kepentingan masyarakat dan lingkungannya.

3. Motto Bank BTN (Persero)

Motto Bank BTN (Persero) adalah “Bank BTN adalah Bank Keluarga Indonesia”. Hal ini dimaksudkan agar masayarakat Indonesia percaya bahwa Bank BTN merupakan lembaga keuangan yang dapat dipercaya oleh masayrakat Indonesia pada umumnya.

4. Sejarah Kantor Bank BTN (Persero) Cabang Solo dan Lokasinya

Pada awalnya Bank BTN kantor cabang Solo merupakan pecahan dari Bank BTN Kantor Cabang Yogyakarta pada tahun 1985, dimana waktu itu belum menjadi kantor cabang melainkan kantor cabang pembantu. Hal ini dikarenakan jumlah penduduk dan nasabah di wilayah Solo masih sedikit. Seiring dengan semakin berkembangnya jumlah penduduk di wilayah Solo maka jumlah nasabah Bank BTN Kantor Cabang Pembantu di wilayah tersebut meningkat. Dari situlah maka Bank BTN Kantor Cabang Pembantu Wilayah Solo berubah menjadi Bank BTN Kantor Cabang yang kapasitasnya setingkat di atas kantor cabang pembantu. Kemudian Bank BTN Kantor Cabang Solo memilih lokasi di jalan Slamet Riyadi No.282 dikarenakan lokasi tersebut sangat strategis, berada dipinggir jalan besar dan merupakan jalan utama kota Solo.

5. Produk-produk BTN

a. Produk kredit

1) Kredit griya utama

Kredit ini diberikan untuk pembelkian rumah/apartemen/ rusun, berikut tanah dengan standar bangunan minimal sama dengan standar tehnis rumah bersubsidi.

2) Kredit griya multi

Kredit ini diberikan untuk bebagai keperluan seperti renovasi rumah, modal kerja, sekolah atau kebutuhan konsumtif lainya.

3) Kredit yasa griya

   Kredit yang digunakan kepada pengembang atau kopersi untuk membantu modal kerja dalam rangka pembiayaan pembangunan proyek perumahan.

4) Kredit swa griya

   Kredit yang diberikan untuk keperluan membangun rummah diatas tanah milik sendiri.

5) Kredit pemilikan ruko

   Kredit yang diberikan oleh bank untuk membeli Rumah Toko guna dihuni dan digunakan sebagai toko.

6) Kredit swadana

   Kredit yang diberikan kepada nasabah yang memerlukan dana segera dengan jaminan tabungan atau deposito yang ditempatkan di Bank BTN.

7) Kredit perumahan perusahaan

   Kredit bkepada perusahaan untuk penyediaan fasilitas perumahan dinas perusahaan ataupun fasilitas pemilikan rumah pegawai yang didasarkan pada kerja sama antara BTN dengan perusahaan dalam mendukung program perumahan.

8) Kredit Usaha Mikro & Kecil (KUMK)

   Tujuan kredit ini adalah untuk meningkatkan akses Usaha Mikro dan Kecil terhadap dana pinjaman yang berasal dari Surat Utang Pemerintah/SUP untuk pembiayaan investasi dan Modal Kerja dengan persyaratan yang relatif ringan dan terjangkau.

b. Produk dana

1) Tabungan Batara

Manfaat yang didapat antara lain,

- Mendapatkan kartu ATM Batara
- Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan disemua kantor cabang/online
- Bunga bersaing
- Fasilitas rekening bersama
- Fasilitas auto debet
- Fasilitas auto transfer
- Fasilitas asuransi jiwa maksimal Rp.25jt

2) Tabungan e-Batara Pos

Manfaat yang didapat antara lain,

- Penyetoran dan penarikan dapat dilakukan di outlet BTN dan Kantor Pos online
- Bebas biaya administrasi
- Memperoleh kartu ATM
- Dapat digunakan untuk berbagai transaksi

3) Tabungan Haji Nawaitu

Manfaat yang didapat antara lain,

- Memproleh nomor alokasi porsi keberangkatan beribadah haji

- Dapat dibuka diloket Bank BTN yang terhubung dengan siskohat Departemen Agama
- Penarikan dan penyetoran dapat dilakukan diseluruh loket Bank BTN

4) Tabungan Batara Prima

Manfaat yang didapat antara lain,

- Bunga bersaing
- Memperoleh bonus apabila tidak menarik dana selama 2 bulan
- Memperoleh fasilitas point reward yang dapat ditukarkan dengan hadiah langsung
- Memperoleh asuransi jiwa bebas premi untuk penabung perorangan

c. Produk jasa

1) rtgs (real time gross settlement)

Yaitu system transfer dana online dalam mata uang rupiah yang penyelesainya dilakukan per-transaksi secara individual.

2) Penerimaan biaya perjalanan ibadah haji (bpih)

Layanan memberikan kepastian keberangkatan ibadah haji berkat system online dan SISKOHAT.

3) Sms banking

Layanan ini terdiri beberapa macam misalnya, penggantian PIN sms, informasi Saldo, Informasi Transaksi, Informasi Kurs Mata Uang, Informasi

Suku Bunga, Pemindah Bukuan, Pembayaran KPR dan tagihan lainya, Pembelian Pulsa Isi Ulang.

4) Penerimaan pembayaran tagihan telkom, pln, hp, dan isi ulang hp

   Yaitu layanan yang berkaitan dengan penerimaan pembayaran berbagai tagihan secara online, biasanya dapat dilakukan melalui ATM Batara, Pemindahbukuan, Auto debit, Loket BTN secara tunai.

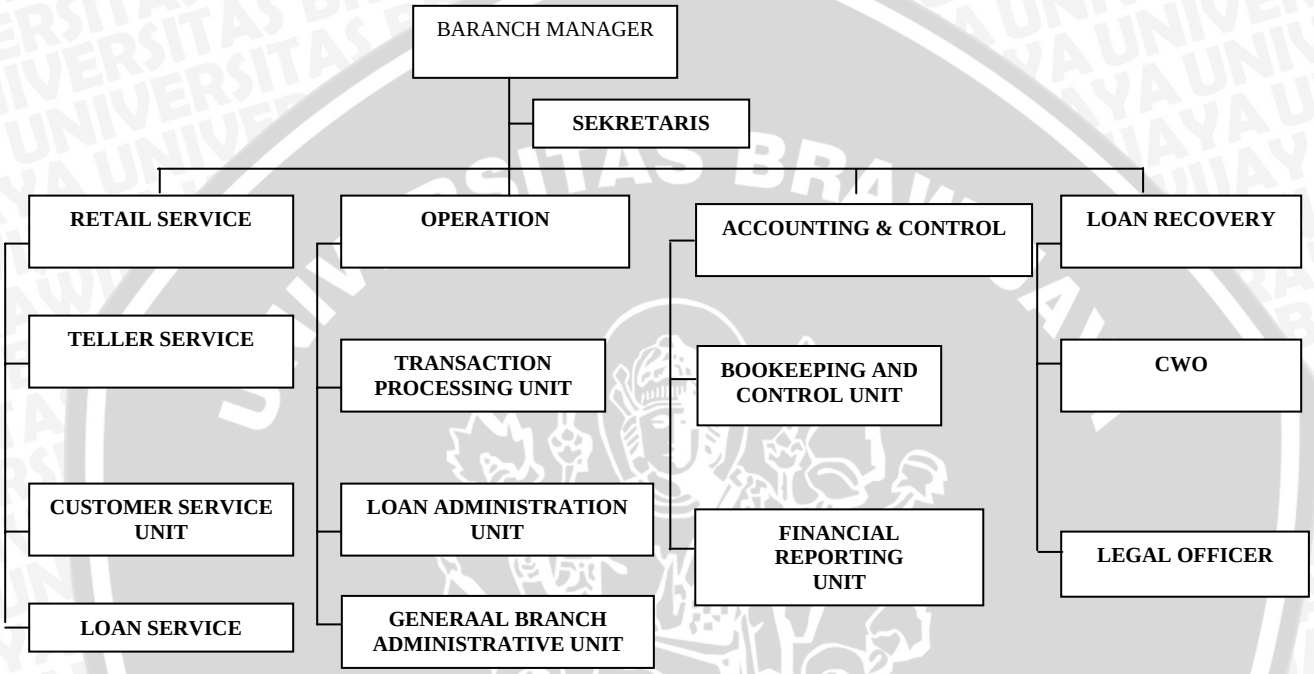
5) Penerimaan pembayaran pajak

   Yaitu layanan mengenai penerimaan pembayaran pajak secara online dengan Ditjen Pajak melalui loket Bank BTN untuk berbagai jenis pajak, antara lain Pajak Penghasilan, Pajak Pertambahan Nilai, Pajak lainya.

5. Struktur Organisasi Bank BTN (Persero)

a. Struktur Organisasi

Gambar 5
Struktur Organisasi Bank BTN (Persero) Kantor Cabang Solo



Sumber : Bank BTN (Persero) KanCab Solo 2007

b. Uraian tugas dan wewenang

1) *Branch Manager*

- Melakukan kontrol terhadap seluruh pelaksanaan MTSi
- Melakukan pengawasan melekat
- Melakukan otorisasi sesuai kewenangan yangf diberikan
- Melakukan service quality level terhadap nasabah-nasabah prima
- Melakukan supervise di dalam menjalankan fungsi manajemen

- Melakuakn penjualan produk dana, kredit, feebased income dan peningkatan penggunaan fitur produk
- Mempertahankan brand image BTN di wilayah kerja

2) *Sekretaris*

- Mengatur segala aktivitas manajemen dan administrasi bagi kepentingan manajemen
- Membantu manajemen dalam berkomunikasi dengan semua pihak termasuk dengan pihak ekstern cabang

3) *Section Head Retail Service*

- Melakukan fungsi supervise sebagai Head Retail Service
- Melakukan fungsi otorisasi sesuai batas kewenangan
- Melakukan perencanaan dan penetapan strategi bisnis di unit nkerja yang menjadi tanggung jawabnya sesuai kebijakan bank
- Melakukan fungsi pelaporan kepada Branch Manager di unit terkait
- Melakukan fungsi perencanaan, bimbingan dan pembinaan serta penilaian terhadap pegawai yang disupervisi

4) *Section Head Operational*

- Melakukan supervise atas kebenaran proses administrasi nasabah giro
- Melakukan supervise atas kebenaran proses transaksi pembayaran kredit
- Melakukan supervise atas kebenaran prosesbiaya praRealisasi
- Melakukan supervise atas kebenaran proses Blokir saldo rekening

- Melakukan supervise atas kebenaran proses Transaksi Tabungan, Giro, dsb.

5) *Section Head Accounting and Control*

- Melakukan supervise atas kebenaran proses administrasi atas transaksi
- Melakukan supervise atas kebenaran proses penyelesaian suspense dan rekening selisih lainya
- Melakukan supervise atas pemeriksaan atas kebenaran semua transaksi operasional bank
- Melakukan supervise atas proses coordinator dalam rangka pemeriksaan pihak ekstern dan intern
- Melakukan supervise atas penyelesaian klaim nasaba

6) *Section Head Loan Recovery*

- Menetapkan rencana strategi serta kebijakan pembinaan, penyelamatan, serta penyelesaian kredit
- Melakukan supervise terhadap bawahanya
- Melakukan supervise dan memeriksa proses pembinaan kredit ritel
- Melakukan supervise dan memeriksas proses restrukturisasi kredit
- Melakukan supervise dan memeriksa proses pembinaan debitur kolektif

B. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin

Dari hasil kuisioner yang telah disebarkan, maka dapat dilihat data jenis kelamin dari 100 responden sebagai berikut :

Tabel 6
Jumlah responden / nasabah berdasar jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah (orang)	%
Laki-laki	64	64%
Perempuan	36	36%
Total	100	100 %

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari data tersebut tampak bahwa jumlah responden laki-laki lebih besar daripada responden perempuan. Jumlah responden laki-laki sebesar 64% (64 orang) dan jumlah responden perempuan 36% (orang).

2. Tingkat Usia

Dari hasil kuisioner yang telah disebarkan, maka dapat dilihat data berdasar usia dari 100 responden sebagai berikut :

Tabel 7
Jumlah responden / nasabah berdasar tingkat usia

Tingkat usia	Jumlah (orang)	%
18-23	21	21 %
24-29	12	12 %
30-35	19	19 %
36-41	24	24 %
42-47	11	11 %
48-53	9	9 %
54-59	4	4 %
Total	100	100 %

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa tingkat usia tertinggi yaitu pada usia antara 36-41 yaitu 24 % (24 orang), hal ini dimungkinkan tingkat

usia produktif orang dalam bekerja sehingga transaksi yang mereka lakukan pada saat jam istirahat bekerja atau pulang bekerja. Urutan kedua adalah antara 18-23 yaitu 21 % (21 orang). Tingkat usia paling rendah yaiu antara 54-59 yaitu hanya 4 % atau empat orang saja.

3. Jenis Pekerjaan

Dari hasil kuisioner yang telah disebarkan, maka dapat dilihat data jenis pekerjaan dari 100 responden sebagai berikut :

Tabel 8
Jumlah responden / nasabah berdasar jenis pekerjaan

Jenis pekerjaan	Jumlah (orang)	%
Pelajar	15	15 %
Pegawai Negeri	28	28 %
Pegawai Swasta	27	27 %
Wiraswasta	19	19 %
Lain-lain	11	11 %
Total	100	100 %

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari data di atas tampak bahwa jenis pekerjaan yang paling banyak oleh responden adalah Pegawai Negeri sebesar 28% (28 orang), kemudian diikuti dengan jenis pekerjaan Pegawai Swasta sebesar 27% (27 orang) dan yang paling sedikit adalah lain-lain sebesar 11% (11 orang).

4. Tingkat Pendidikan

Dari hasil kuisioner yang telah disebarkan, maka dapat dilihat data tingkat pendidikan dari 100 responden sebagai berikut :

Tabel 9
Jumlah responden / nasabah berdasar tingkat pendidikan terakhir

Tingkat pendidikan	Jumlah (orang)	%
SMA	20	20 %
DIPLOMA	18	18 %
SARJANA	37	37 %
S-2	14	14 %
Lain-lain	11	11 %
Total	100	100 %

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa masing-masing tingkat pendidikan terakhir responden yang terbesar adalah mayoritas Sarjana (S-1) sebesar 37% (37 orang) sedangkan tingkat pendidikan terakhir terendah adalah lain-lain sebesar 11% (11 orang).

5. Perkembangan jumlah Nasabah

Tabel 10
Perkembangan jumlah nasabah tabungan per bulan

Perbulan 2006/2007	Jumlah	Kenaikan/ Penurunan
April	72.825	-
Mei	72.999	174
Juni	73.215	216
Juli	73.316	101
Agustus	73.617	301
September	73.777	160
Oktober	74.111	334
November	74.324	213
Desember	72.163	2.261 (-)
Januari	72.785	622
Februari	72.613	172
Maret	72.649	36

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Perkembangan jumlah nasabah Bank BTN Kantor Cabang Solo memang mengalami naik turunnya jumlah nasabah. Hal ini terlihat pada bulan

November-Desember 2006 dengan penurunan jumlah nasabah tabungan yang sangat tajam sekali yaitu 2.261 nasabah. Hal ini dapat disebabkan beberapa hal, misalnya ada nasabah pindah dari produk satu ke produk lainnya. Selain itu hangusnya tabungan dikarenakan saldo yang dimiliki kurang dari saldo minimal sehingga secara otomatis akan terhapus dari daftar nasabah. Kenaikan jumlah nasabah terbesar terjadi pada bulan Desember-Januari yaitu sejumlah 622 nasabah, lebih besar dibandingkan kenaikan jumlah nasabah dibulan-bulan sebelumnya. Dimungkinkan pergantian tahun juga mempengaruhi orang untuk membuka rekening tabungan yang baru.

C. Analisa dan Pembahasan Tiap Faktor/Atribut

Sebelum menganalisa lebih jauh mengenai hasil kuisioner yang didapatkan, penulis ingin menjelaskan sekali lagi mengenai pentingnya mengapa kepuasan nasabah menarik untuk dibahas. Hal ini karena focus dari dinamika perbaikan kualitas perbankan terlatak pada kepuasan nasabah. Nasabah adalah semua orang yang menuntut suatu bank untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu dan karena itu bank harus mampu memberikan *performance* perbankan (Sipahuntar,2002 :1).

Ketepatan strategi pelayanan ditentukan oleh bank dalam menyampaikan kualitas jasa yang ditawarkan, diukur melalui perbandingan antara *service perceived* dengan *service expextation*. Oleh karena itu dalam analisis ini penulis menggunakan metode *Importance Perfomance Analysis*. Atribut produk dan jasa

yang berkualitas serta manajemen dan kualitas jasa yang tinggi pada dasarnya merupakan standar tingkat kepuasan nasabah, oleh karena itu mkepuasan nasabah merupakan ukuran untuk menegtahui tingkat manajemen kualitas, kualitas jasa dan jasa sebagai cermin terhadap strategi pelayanan dan pemasaran yang diterapkan oleh bank. Hal ini berarti manajemen kualitas dan kualitas jasa telah dapat memenuhi *customer needs.*

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa dari seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan dengan kinerja (hasil suatu produk dan jasa) terhadap harapanya. Dengan kata lain, kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja di bawah harapan maka terjadi ketidakpuasan dan sebaliknya. Kepuasan yang tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap bank, bukan hanya preferensi rasional dan hasilnya adalah kesetiaan pada bank yang tinggi. Maka dari itu bank perlu memahami kinerja yang diinginkan dari sudut pandang nasabah.

Jasa yang ditawarkan oleh BTN adalah memberikan kepercayaan kepada nasabah, maka dari itu kepercayaan hanya dapat diukur dengan perasaan emosional dan rasional. Hal ini hanya dapat diperlihatkan dan diukur dengan adanya tingkat kepuasan nasabah, karena kepuasan nasabah menciptakan kelekatan emosional terhadap bank dan kepuasan yang tercipta dapat meningkatkan *perfomace* perbankan.

1. Analisis Item

a) Bukti Fisik

Tabel 11
Penampilan karyawan rapi

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	57	57 %	285	Sangat baik	31	31 %	155
Penting	41	41 %	164	Baik	50	50 %	200
Cukup penting	2	2 %	6	Cukup baik	17	17 %	51
Kurang penting	0	0 %	0	Kurang baik	2	2 %	4
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	455	Jumlah	100	100 %	410

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 57 % responden menganggap penampilan karyawan yang rapi adalah sangat penting, 41 % responden menganggap penampilan tersebut penting, 0 % responden menganggap cukup penting, 0 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 31 % responden menganggap penampilan karyawan yang rapi sudah sangat baik, 50 % responden menyatakan baik, 17 % responden menyatakan cukup baik, 2 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (410:455)x 100% = 90,11 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 9,89 % dari 100 % yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

Tabel 12
Fasilitas fisik memadai

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	18	18 %	90	Sangat baik	14	14 %	70
Penting	66	66 %	264	Baik	64	64 %	256
Cukup penting	14	14 %	42	Cukup baik	22	22 %	66
Kurang penting	2	2 %	4	Kurang baik	0	0 %	0
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	400	Jumlah	100	100 %	392

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 18 % responden menganggap fasilitas fisik yang memadai adalah sangat penting, 66 % responden menganggap penting, 14 % responden menganggap cukup penting, 2 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 14 % responden menganggap fasilitas fisik yang memadai sudah sangat baik, 64 % responden menyatakan baik, 22 % responden menyatakan cukup baik, 0 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (392:400)x 100 % = 98 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 12 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

Tabel 13
Fasilitas fisik menarik

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	53	53 %	265	Sangat baik	40	40 %	200
Penting	44	44 %	176	Baik	55	55 %	220
Cukup penting	3	3 %	9	Cukup baik	5	5 %	15
Kurang penting	0	0 %	0	Kurang baik	0	0 %	0
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	450	Jumlah	100	100 %	435

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 53 % responden menganggap fasilitas fisik yang menarik adalah sangat penting, 44 % responden menganggap penting, 3 % responden menganggap cukup penting, 0 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 40 % responden menganggap fasilitas fisik yang menarik sudah sangat baik, 55 % responden menyatakan baik, 5 % responden menyatakan cukup baik, 0 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (435:450)x 100 % = 96,67 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 3,33 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

Tabel 14
Peralatan modern

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	25	25 %	125	Sangat baik	18	18 %	90
Penting	48	48 %	192	Baik	50	50 %	200
Cukup penting	27	27 %	81	Cukup baik	32	32 %	96
Kurang penting	0	0 %	0	Kurang baik	0	0 %	0
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	398	Jumlah	100	100 %	386

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 25 % responden menganggap peralatan yang modern adalah sangat penting, 48 % responden menganggap penting, 27 % responden menganggap cukup penting, 0 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 18 % responden menganggap peralatan yang modern sudah sangat baik, 50 % responden menyatakan baik, 32 % responden menyatakan cukup baik, 0 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (386:398)x 100 % = 96,98 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 3,02 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

b) Kehandalan

Tabel 15
Menyediakan pelayanan cepat seperti yang dijanjikan

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	61	61 %	305	Sangat baik	19	19 %	95
Penting	36	36 %	144	Baik	62	62 %	248
Cukup penting	3	3 %	9	Cukup baik	18	18 %	54
Kurang penting	0	0 %	0	Kurang baik	1	1 %	2
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	458	Jumlah	100	100 %	399

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 61 % responden menganggap pelayanan cepat seperti yang dijanjikan adalah sangat penting, 36 % responden menganggap penting, 3 % responden menganggap cukup penting, 0 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 19 % responden menganggap pelayanan yang cepat seperti yang dijanjikan sudah sangat baik, 62 % responden menyatakan baik, 18 % responden menyatakan cukup baik, 1 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (399:458)x 100 % = 87,12 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 12,88 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

Tabel 16
Kemudahan prosedur pelayanan

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	75	75 %	375	Sangat baik	23	23 %	115
Penting	25	25 %	100	Baik	58	58 %	232
Cukup penting	0	0 %	0	Cukup baik	19	19 %	57
Kurang penting	0	0 %	0	Kurang baik	0	0 %	0
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	475	Jumlah	100	100 %	404

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 75 % responden menganggap kemudahan prosedur pelayanan adalah sangat penting, 25 % responden menganggap penting, 0 % responden menganggap cukup penting, 0 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 23 % responden menganggap kemudahan prosedur pelayanan sudah sangat baik, 58 % responden menyatakan baik, 19 % responden menyatakan cukup baik, 0 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (404:475)x 100 % = 85,05 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 14,95 % dari 100 % yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

Tabel 17
Kecepatan dalam pelayanan

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	57	57 %	285	Sangat baik	17	17 %	85
Penting	36	36 %	144	Baik	55	55 %	220
Cukup penting	5	5 %	15	Cukup baik	25	25 %	75
Kurang penting	2	2 %	4	Kurang baik	2	2 %	4
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	1	1 %	1
Jumlah	100	100 %	448	Jumlah	100	100 %	385

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 57 % responden menganggap kecepatan dalam pelayanan adalah sangat penting, 36 % responden menganggap penting, 5 % responden menganggap cukup penting, 2 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 17 % responden menganggap kecepatan dalam pelayanan pelayanan sudah sangat baik, 55 % responden menyatakan baik, 25 % responden menyatakan cukup baik, 2 % responden menjawab kurang baik, dan 1 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (385:448)x 100 % = 85,94 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 14,06 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas

Tabel 18
Karyawan mampu menangani masalah yang dihadapi nasabah

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	67	67 %	335	Sangat baik	18	18 %	90
Penting	28	28 %	112	Baik	56	56 %	224
Cukup penting	5	5 %	15	Cukup baik	23	23 %	69
Kurang penting	0	0 %	0	Kurang baik	3	3 %	6
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	462	Jumlah	100	100 %	389

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 67 % responden menganggap kemampuan karyawan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah adalah sangat penting, 28 % responden menganggap penting, 5 % responden menganggap cukup penting, 0 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 18 % responden menganggap kemampuan karyawan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah sudah sangat baik, 56 % responden menyatakan baik, 23 % responden menyatakan cukup baik, 3 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (389:462)x 100 % = 84,19 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 15,81 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

c) Daya Tanggap

Tabel 19

Menginformasikan kepada nasabah waktu pelayanan yang diberikan perusahaan

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	23	23 %	115	Sangat baik	19	19 %	95
Penting	59	59 %	236	Baik	46	46 %	184
Cukup penting	18	18 %	64	Cukup baik	35	35 %	105
Kurang penting	0	0 %	0	Kurang baik	0	0 %	0
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	405	Jumlah	100	100 %	384

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 23 % responden menganggap informasi kepada nasabah tentang waktu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan adalah sangat penting, 59 % responden menganggap penting, 18 % responden menganggap cukup penting, 0 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 19 % responden menganggap informasi kepada nasabah tentang waktu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sudah sangat baik, 46 % responden menyatakan baik, 35 % responden menyatakan cukup baik, 0 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (384:405)x 100 % = 94,81 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan lebih 5,19 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

Tabel 20
Pelayanan yang segera kepada nasabah

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	49	49 %	245	Sangat baik	25	25 %	125
Penting	50	50 %	200	Baik	55	55 %	220
Cukup penting	1	1 %	3	Cukup baik	20	20 %	60
Kurang penting	0	0 %	0	Kurang baik	0	0 %	0
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	448	Jumlah	100	100 %	405

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 49 % responden menganggap pelayanan yang segera kepada nasabah adalah sangat penting, 50 % responden menganggap penting, 1 % responden menganggap cukup penting, 0 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 25 % responden menganggap pelayanan yang segera kepada nasabah sudah sangat baik, 55 % responden menyatakan baik, 20 % responden menyatakan cukup baik, 0 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (405:448)x 100% = 90,40 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 9,6 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

Tabel 21
Karyawan selalu bersedia membantu nasabah

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	50	50 %	250	Sangat baik	23	23 %	115
Penting	42	42 %	168	Baik	60	60 %	240
Cukup penting	8	8 %	24	Cukup baik	17	17 %	51
Kurang penting	0	0 %	0	Kurang baik	0	0 %	0
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	442	Jumlah	100	100 %	406

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 50 % responden menganggap karyawan selalu bersedia membantu nasabah adalah sangat penting, 42 % responden menganggap penting, 8 % responden menganggap cukup penting, 0 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 23 % responden menganggap karyawan selalu bersedia membantu nasabah sudah sangat baik, 60 % responden menyatakan baik, 17 % responden menyatakan cukup baik, 0 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (406:442)x 100% = 91,85 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 8,15 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

Tabel 22
Karyawan tidak terlalu sibuk

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	46	46 %	230	Sangat baik	13	13 %	65
Penting	47	47 %	188	Baik	62	62 %	248
Cukup penting	7	7 %	21	Cukup baik	25	25 %	75
Kurang penting	0	0 %	0	Kurang baik	0	0 %	0
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	439	Jumlah	100	100 %	388

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 46 % responden menganggap karyawan tidak terlalu sibuk adalah sangat penting, 47 % responden menganggap penting, 7 % responden menganggap cukup penting, 0 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 13 % responden menganggap karyawan tidak terlalu sibuk sudah sangat baik, 62 % responden menyatakan baik, 25 % responden menyatakan cukup baik, 0 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (388:439)x 100% = 88,38 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 11,62 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

d) Jaminan

Tabel 23
Karyawan yang dapat dipercaya

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	76	76 %	380	Sangat baik	35	35 %	175
Penting	20	20 %	80	Baik	59	59 %	236
Cukup penting	3	3 %	9	Cukup baik	6	6 %	18
Kurang penting	1	1 %	2	Kurang baik	0	0 %	0
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	471	Jumlah	100	100 %	429

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 76 % responden menganggap karyawan yang dapat dipercaya adalah sangat penting, 20 % responden menganggap penting, 3 % responden menganggap cukup penting, 1 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 35 % responden menganggap karyawan yang dapat dipercaya sudah sangat baik, 59 % responden menyatakan baik, 6 % responden menyatakan cukup baik, 0 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (429:471)x 100% = 91,08 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 8,02 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

Tabel 24
Karyawan memberikan rasa aman kepada nasabah saat bertransaksi

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	73	73 %	365	Sangat baik	38	38 %	190
Penting	22	22 %	88	Baik	54	54 %	216
Cukup penting	4	4 %	12	Cukup baik	7	7 %	21
Kurang penting	1	1 %	2	Kurang baik	1	1 %	2
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	467	Jumlah	100	100 %	429

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 73 % responden menganggap rasa aman yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah adalah sangat penting, 22 % responden menganggap penting, 4 % responden menganggap cukup penting, 1 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 38 % responden menganggap rasa aman yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah sudah sangat baik, 54 % responden menyatakan baik, 7 % responden menyatakan cukup baik, 1 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (429:467)x 100 % = 91,86 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 8,04 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

Tabel 25
Karyawan bersikap sopan dan ramah

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	66	66 %	330	Sangat baik	56	56 %	280
Penting	32	32 %	128	Baik	42	42 %	168
Cukup penting	2	2 %	6	Cukup baik	1	1 %	3
Kurang penting	0	0 %	0	Kurang baik	1	1 %	2
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	464	Jumlah	100	100 %	453

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 66 % responden menganggap sikap sopan dan ramah oleh karyawan adalah sangat penting, 32 % responden menganggap penting, 2 % responden menganggap cukup penting, 0 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 53 % responden menganggap sikap sopan dan ramah oleh karyawan sudah sangat baik, 54 % responden menyatakan baik, 7 % responden menyatakan cukup baik, 1 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (453:464)x 100 % = 97,62 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 2,38 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

Tabel 26
Karyawan memiliki kemampuan yang memadai mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan system perbankan

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	65	65 %	325	Sangat baik	52	52 %	260
Penting	24	24 %	96	Baik	34	34 %	136
Cukup penting	10	10 %	30	Cukup baik	12	12 %	36
Kurang penting	1	1 %	2	Kurang baik	2	2 %	4
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	453	Jumlah	100	100 %	436

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 65 % responden menganggap kemampuan karyawan yang memadai mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan system perbankan adalah sangat penting, 24 % responden menganggap penting, 10 % responden menganggap cukup penting, 1 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 52 % responden menganggap kemampuan karyawan yang memadai mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan system perbankan sudah sangat baik, 34 % responden menyatakan baik, 12 % responden menyatakan cukup baik, 2 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (436:453)x 100% = 96,25 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 3,75 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

e) Empati

Tabel 27
Karyawan melayani nasabah dengan cara simpatik

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	15	15 %	75	Sangat baik	14	14 %	70
Penting	45	45 %	180	Baik	49	49 %	196
Cukup penting	29	29 %	87	Cukup baik	33	33 %	99
Kurang penting	7	7 %	14	Kurang baik	2	2 %	4
Tidak penting	4	4 %	4	Tidak baik	2	2 %	2
Jumlah	100	100 %	360	Jumlah	100	100 %	371

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 15 % responden menganggap rasa simpati dari karyawan saat melayani adalah sangat penting, 45 % responden menganggap penting, 29 % responden menganggap cukup penting, 7 % responden menjawab kurang penting, dan 4 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 14 % responden menganggap rasa simpati dari karyawan saat melayani sudah sangat baik, 49 % responden menyatakan baik, 33 % responden menyatakan cukup baik, 2 % responden menjawab kurang baik, dan 2 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (371:360)x 100% = 103,05 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan lebih 3,05 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa puas.

Tabel 28
Karyawan memahami kebutuhan spesifik nasabah

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	31	31 %	155	Sangat baik	31	31 %	155
Penting	59	59 %	236	Baik	57	57 %	228
Cukup penting	9	9 %	27	Cukup baik	11	11 %	33
Kurang penting	1	1 %	2	Kurang baik	1	1 %	2
Tidak penting	0	0 %	0	Tidak baik	0	0 %	0
Jumlah	100	100 %	420	Jumlah	100	100 %	418

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 31 % responden menganggap pemahaman terhadap kebutuhan spesifik nasabah adalah sangat penting, 59 % responden menganggap penting, 9 % responden menganggap cukup penting, 1 % responden menjawab kurang penting, dan 0 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 31 % responden menganggap pemahaman terhadap kebutuhan spesifik nasabah sudah sangat baik, 57 % responden menyatakan baik, 11 % responden menyatakan cukup baik, 1 % responden menjawab kurang baik, dan 0 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (418:420)x 100% = 99,52 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan kurang 0,48 % dari 100 % yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa tidak puas.

Tabel 29
Kesediaan mendengarkan keluhan dan dan saran dari nasabah

Pernyataan	Kepentingan (I)			Pernyataan	Kinerja (P)		
	Orang	%	Bobot		Orang	%	Bobot
Sangat penting	17	17 %	85	Sangat baik	12	12 %	60
Penting	40	40 %	160	Baik	47	47 %	188
Cukup penting	31	31 %	93	Cukup baik	36	36 %	108
Kurang penting	8	8 %	16	Kurang baik	4	4 %	8
Tidak penting	4	4 %	4	Tidak baik	1	1 %	1
Jumlah	100	100 %	358	Jumlah	100	100 %	365

Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari tabel di atas dapat dilihat berdasar tingkat kepentingan (*importance*) bahwa 17 % responden menganggap kesediaan mendengarkan keluhan dan dan saran dari nasabah adalah sangat penting, 40 % responden menganggap penting, 31 % responden menganggap cukup penting, 8 % responden menjawab kurang penting, dan, 4 % responden menjawab tidak penting.

Sedangkan kinerja (*perfomance*) didapat prosentase 12 % responden menganggap kesediaan mendengarkan keluhan dan dan saran dari nasabah sudah sangat baik, 47 % responden menyatakan baik, 36 % responden menyatakan cukup baik, 4 % responden menjawab kurang baik, dan 1 % responden menyatakan tidak baik.

Kesesuaian tngkat kepuasan pada item ini didapat dari perbandingan antara jumlah bobot terhadap penilaian atas kinerja dengan jumlah bobot terhadap penilaian atas kepentingan responden, yaitu (365:358)x 100% = 101,95 %. Sehingga diperoleh tingkat kesesuaian atau tingkat kepuasan lebih 1,95 % dari 100% yang diharapkan responden, sehingga dapat dikatakan sebagian responden merasa puas.

D. Analisis Diagram Kartesius

Tabel 30
Hasil Perhitungan Rata-rata
Nilai Kinerja dan Kepentingan

Item	Kinerja (X)	Kepentingan (Y)	$\overline{X}$	$\overline{Y}$
1. Penampilan karyawan yang rapi	410	455	4,10	4,55
2. Fasilitas fisik yang memadai	392	400	3,92	4,00
3. Fasilitas fisik yang menarik	435	450	4,35	4,50
4. Peralatan yang modern	386	398	3,86	3,98
5. Pelayanan cepat seperti yang dijanjikan	399	458	3,99	4,58
6. Memudahan prosedur pelayanan	404	475	4,04	4,75
7. Kecepatan dalam pelayanan	385	448	3,85	4,48
8. Karyawan mampu menangani masalah yang dihadapi nasabah	389	462	3,89	4,62
9. Menginformasikan waktu pelayanan yang diberikan perusahaan	384	405	3,84	4,05
10. Pelayanan yang segera oleh karyawan	405	448	4,05	4,48
11. Karyawan selalu bersedia membantu nasabah	406	442	4,06	4,42
12. Karyawan tidak terlalu sibuk sehingga dapat melayani nasabah dengan segera	388	439	3,88	4,39
13. Karyawan yang dapat dipercaya	429	471	4,29	4,71
14. Karyawan dapat memberikan rasa aman kepada nasabah ketika melakukan transaksi	429	467	4,29	4,67
15. Karyawan bersikap sopan dan ramah	453	464	4,53	4,64
16. Kemampuan karyawan yang memadai	436	453	4,36	4,53
yang berkaitan dengan system perbankan				
17. Karyawan melayani dengan simpatik	371	360	3.71	3,60
18. Karyawan paham kebutuhan spesifik nasabah	418	420	4,18	4,20
19. Karyawan bersedia mendengar keluhan dan saran dari nasabah	365	358	3,65	3,58
$\overline{\overline{X}}$ **dan** $\overline{\overline{Y}}$			**4,04**	**4,35**

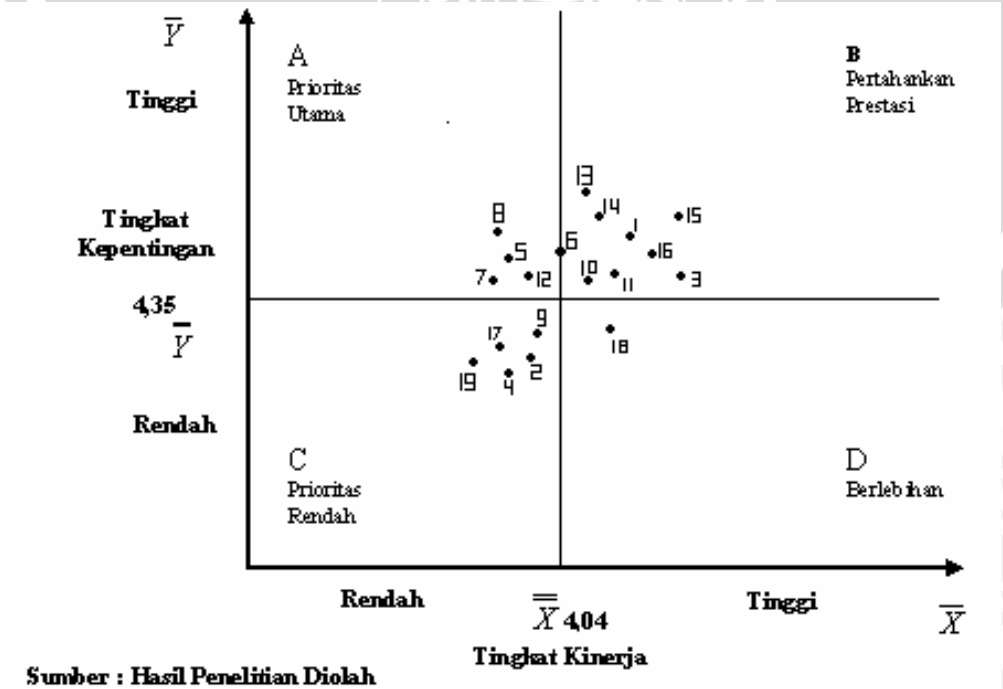
Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Untuk dapat melihat posisi item-item yang diteliti dalam Diagram Kartesius, maka sebelumnya perlu dilakukan perhitungan untuk mendapatkan posisi masing-masing item-item dalam Diagram Kartesius, yaitu dengan cara menghitung nilai rata-rata penilaian tingkat kepentingan dan penilaian terhadap kinerja, keduanya merupakan nilai batas obyektif dalam diagram kartesius.

Berdasar tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata tingkat kinerja ($\overline{X}$) berkisar antara 3,65 samapai dengan 4,53, sedangkan rata-rata tingkat kepentingan ($\overline{Y}$) berkisar antara 3,58 sampai dengan 4,75. Batas obyektif tingkat kinerja ($\overline{\overline{X}}$) adalah 4,04 dan batas obyektif tingkat kepentingan ($\overline{\overline{Y}}$) adalah 4,35. Posisi tiap-tiap item akan ditunjukkan oleh titik-titik koordinat (X,Y) pada Diagram Kartesius.

Gambar 6

Diagram Kartesius Hasil Analisis



Sumber : Hasil Penelitian Diolah

Dari Diagram Kartesius terlihat bahwa letak dari unsur-unsur pelaksanaan faktor-faktor atau atribut yang membuat nasabah merasa puas terbagi menjadi empat bagian.

Adapun interprestasi dari Diagram Kartesius dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran A

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan nasabah berada dalam kuadran ini, keberadaan item-item inilah yang dinilai sangat penting oleh nasabah namun PT. Bank BTN Kantor Cabang Solo belum melaksanakan sesuai dengan harapan nasabah sehingga dianggap tidak memuaskan

Dalam hal ini yang termasuk di kuadran A merupakan prioritas utama dalam pembenahan artinya atribut yang berada di kuadran ini memiliki skor rata-rata kinerja dibawah batas obyektif 4,35 tetapi skor rata-rata tingkat kepentingan melampaui batas obyektif yaitu 4,04.

Item-item yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

a. Menyediakan pelayanan tepat seperti yang dijanjikan (5), misalnya ketepatan seorang manajer dalam hal janji bertemu dengan nasabah untuk membahas masalah pengajuan kredit. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 3,99 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,58 dengan tingkat kesesuaian sebesar 87,12 %, tingkat kepuasan kurang 12,88 % dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

b. Kemudahan dalam prosedur pelayanan (6), misalnya kemudahan dalam hal pengajuan kredit oleh nasabah, kemudahan dalam transaksi. Hal ini sangat penting sekali mengingat tidak semua nasabah mengerti semua pelayanan yang diberikan oleh pihan bank. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 4,04 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,75 dengan tingkat kesesuaian sebesar 85,05 %, tingkat kepuasan 14,95 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

c. Kecepatan dalam pelayanan (7), item ini sangat penting sekali karena waktu yang dimiliki oleh nasabha dalam melakukan transaksi bisa saja sangat terbatas dan harus dilakukan dengan segera karena akan dilanjutkan dengan kegiatan lainnya yang mungkin jaug lebih penting. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 3,85 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,48 dengan tingkat kesesuaian sebesar 85,94 %, tingkat kepuasan 14,06 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

d. Karyawan mampu menangani masalah yang dihadapi oleh nasabah (8), hal ini penting sekali karena untuk berjaga-jaga apabila sewaktu-waktu nasabah mempunyai masalah yang harus diselesaikan diwaktu itu juga sehingga karyawan harus dapat menyelesaikan masalah tersebut. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 3,89 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,62 dengan tingkat kesesuaian sebesar 84,19 %, tingkat kepuasan

15,81 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

e. Karyawan tidak terlalu sibuk sehingga dapat melayani nasabah dengan segera (12), misalkan saja karyawan harus mengutamakan nasabah yang akan melakukan transaksi dan menyisihkan kegiatan lainnya yang kurang penting. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 3,88 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,39 dengan tingkat kesesuaian sebesar 88,38 %, tingkat kepuasan 11,62 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

2. Kuadran B

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan nasabah PT. Bank BTN Kantor Cabang Solo berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat pelaksanaanya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan nasabah, sehingga dapat memuaskan nasabah.

Dalam hal ini yang termasuk di kuadran B merupakan hal yang harus dipertahankan artinya atribut yang berada di kuadran ini memiliki skor rata-rata kinerja diatas batas obyektif 4,35, sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan juga berada diatas batas obyektif yaitu 4,04.

Item-item yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

a. Penampilan karyawan yang rapi (1), hal ini merupakan penampilan cara berpakaian, kerapian, dan kebersihan dari karyawan bank. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 4,10 sedangkan skor rata-rata tingkat

kepentingan nasabah 4,55 dengan tingkat kesesuaian sebesar 90,11 %, tingkat kepuasan 9,89 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

b. Fasilitas fisik yang menarik (3), merupakan penampakan dari fasilitas fisik dari kantor, misalkan saja warna, bentuk, penampilan fasilitas fisik yang dapat dilihat oleh nasabah di dalam kantor. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 4,35 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,50 dengan tingkat kesesuaian sebesar 98 %, tingkat kepuasan 2 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

c. Pelayanan yang segera dari karyawan (10), hal ini hampir sama dengan kecepatan dalam pelayanan akan tetapi lebih difokuskan pada saat nasabah akan melakukan transaksi. Item ini mempuinyai skor rata-rata kinerja 4,05 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,48 dengan tingkat kesesuaian sebesar 90,40 %, tingkat kepuasan 9,6 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

d. Karyawan selalu bersedia membantu nasabah (11), hal ini berkaitan dengan sikap mendahulukan dari karyawan dalam hal melayani nasabah. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 4,06 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,42 dengan tingkat kesesuaian sebesar 91,85 %, tingkat kepuasan 8,15 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

e. Karyawan yang dapat dipercaya (13), misalkan karyawan dapat melakukan tugasnya dengan baik dan tidak melakukan kesalahan saat melakukan transaksi. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 4,29 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,71 dengan tingkat kesesuaian sebesar 91,08 %, tingkat kepuasan 8,02 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

f. Karyawan dapat memberikan rasa aman kepada nasabah ketika melaksanakan transaksi (14), misalkan adanya petugas keamanan di kantor sehingga nasabah merasa aman dari kegiatan kejahatan. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 4,29 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,67 dengan tingkat kesesuaian sebesar 91,86 %, tingkat kepuasan 8,04 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

g. Karyawan bersikap sopan dan ramah (15), misalkan pertanyaan dari karyawan dengan sikap sopan. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 4,53 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,64 dengan tingkat kesesuaian sebesar 97,62 %, tingkat kepuasan 2,38 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

h. Karyawan memiliki kemampuan yang memadai mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan sistem perbankan (16), hal ini merupakan sesuatu yang harus dimiliki oleh setiap karyawan karena untuk memperlancar kegiatan transaksi dari nasabah. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 4,36

sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,53 dengan tingkat kesesuaian sebesar 96,25 %, tingkat kepuasan 3,75 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

3. Kuadran C

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan nasabah PT. Bank BTN Kantor Cabang Solo berada dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi nasabah, sedangkan pelaksanaan kinerjanya biasa-biasa saja.

Dalam hal ini yang termasuk di kuadran C merupakan hal yang kurang penting bagi nasabah artinya atribut yang berada di kuadran ini memiliki skor rata-rata kinerja dibawah batas obyektif 4,35, sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan juga berada dibawah batas obyektif yaitu 4,04.

Item-item yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

a. Tersedia fasilitas fisik yang memadai (2), misalkan tempat parkir yang luas, tempat duduk yang nyaman, ruang tunggu yang nyaman dengan dilengkapi televisi agar nasabah saat menunggu tidak terlalu jenuh. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 3,92 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,55 dengan tingkat kesesuaian sebesar 98 %, tingkat kepuasan 2 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.
b. Peralatan yang modern (4), merupakan peralatan yang menunjang kegiatan dari suatu bank, misalkan saja tersedianya mesin ATM. Item ini mempunyai

skor rata-rata kinerja 3,86 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,55 dengan tingkat kesesuaian sebesar 96,98 %, tingkat kepuasan 3,02 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

c. Menginformasikan kepada nasabah waktu pelayanan yang diberikan perusahaan (9), misalkan saja informasi mengenai jam kerja dari perusahaan. dengan skor rata-rata kinerja 3,84 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,05 dengan tingkat kesesuaian sebesar 94,81 %, tingkat kepuasan 5,19 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

d. Karyawan melayani nasabah dengan cara yang simpatik (17), hal ini berkaitan dengan sikap yang ditunjukkan oleh karyawan yang seakan-akan karyawan benar-benar ingin melayani nasabah dengan baik. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 3,71 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 3,60 dengan tingkat kesesuaian sebesar 103,05 %, tingkat kepuasan 3,05 % lebih dari 100 % sehingga dapat dikatakan sudah memenuhi tingkat kepentingan nasabah atau nasabah merasa puas.

e. Kesediaan mendengarkan keluhan dan saran dari nasabah (19),ini merupakan sesuatu yang sangat penting sekali guna memperbaiki kualitas pelayanan oleh pihak perusahaan karena ini merupakan salah satu alat dalam pengukuran kepuasan pelanggan. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 3,65 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 3,58 dengan tingkat

kesesuaian sebesar 101,95 %, tingkat kepuasan 1,95 % lebih dari 100 % sehingga dapat dikatakan sudah memenuhi tingkat kepentingan nasabah atau nasabah merasa puas.

4. Kuadran D

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan nasabah PT. Bank BTN Kantor Cabang Solo berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya,hal ini terutama karena disebabkan pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya item pelayanan tersebut, akan tetapi pelaksanaanya dilakukan dengan baik sekali oleh perusahaan sehingga sangat memuaskan..

Dalam hal ini yang termasuk di kuadran D merupakan atribut yang berada memiliki skor rata-rata kinerja diatas batas obyektif 4,35, sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan berada dibawah batas obyektif yaitu 4,04.

Item-item yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

a. Karyawan memahami kebutuhan spesifik nasabah (18), misalkan sikap ramah, mempersilahkan nasabah saat memasuki bank dari karyawan. Item ini mempunyai skor rata-rata kinerja 4,18 sedangkan skor rata-rata tingkat kepentingan nasabah 4,20 dengan tingkat kesesuaian sebesar 99,52 %, tingkat kepuasan 0,48 % kurang dari 100 % sehingga dapat dikatakan kurang memenuhi tingkat kepentingan nasabah.

Interpretasi Hasil Penelitian

Sesuai dengan teori kepuasan pelanggan yang dikemukakan oleh Tse dan Wilton (1988) dalam Tjiptono bahwa terdapat dua variabel utama yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu *perceive perfomace* (kinerja perusahaan) dengan *expectations* (harapan pelanggan). Apabila *perceive perfomance* (kinerja perusahaan) melebihi atau setara dengan *exspectation* (harapan/tingkat kepentingan), maka pelanggan akan puas dan sebaliknya maka pelanggan tidak akan puas. Dengan melihat hasil dan analisis diagram kartesius di atas, perusahaan hendaknya harus lebih berkonsentrasi pada unsur pelayanan dalam kuadran A yaitu tingkat kepentingan nasabah tinggi dalam hal ini harapan nasabah sedangkan tingkat kinerja perusahaan rendah yang menghasilkan nasabah merasa tidak puas, kondisi tersebut sesuai dengan teori yang telah dikemukakan oleh Tse dan Wilson dalam Tjiptono. Misalkan saja kemudahan dalam prosedur pelayanan oleh perusahaan, hal ini sangat penting sekali mengingat harapan nasabah akan kemudahan prosedur pelayanan tinggi akan tetapi perusahaan memberikan kinerja yang rendah. Hal ini dapat terjadi dimungkinkan tidak semua nasabah mengetahui dan mengerti mengenai prosedur pelayanan dalam melakukan transaksi perbankan sehingga menginginkan prosedur pelayanan yang dipermudah.

Hal lain yang perlu dilakukan oleh pihak perusahaan misalnya dalam hal kecepatan dalam melayani nasabah, perusahaan diharapkan mampu untuk melayani nasabah dengan cepat karena waktu yang dimiliki oleh nasabah mungkin sangat sedikit untuk melakukan suatu transaksi dikarenakan mungkin ada pekerjaan lain

yang akan dilakukan. Dengan terlaksananya hal tersebut mungkin akan membuat nasabah merasa puas terhadap pelayanan perusahaan. Item-item lain yang berada di kuadran ini adalah kemudahan dalam prosedur pelayanan, kecepatan dalam pelayanan, karyawan mampu menangani masalah yang dihadapi oleh nasabah, karyawan tidak terlalu sibuk sehingga dapat melayani nasabah dengan segera.

Sedangkan pada unsur-unsur pelayanan di kuadran B, yaitu tingkat kepentingan dalam hal ini harapan nasabah yang tinggi dan kinerja perusahaan yang juga tinggi. Jadi dapat dikatakan nasabah merasa puas terhadap kualitas pelayanan bank karena harapan nasabah (*expectations*) yang tinggi setara dengan kinerja perusahaan (*perceive perfomance*) yang tinggi / baik pula. Dalam hal ini perusahaan diharuskan tetap mempertahankan unsur pelayanan agar tetap berjalan dengan baik, tetapi tidak ada salahnya perusahaan meningkatkan kinerja pelayanannya agar nasabah mendapatkan lebih dari yang diharapkannya. Item-item yang berada di kuadran ini adalah penampilan karyawan yang rapi, fasilitas fisik yang menarik, pelayanan yang segera dari karyawan, karyawan selalu bersedia membantu nasabah, karyawan yang dapat dipercaya, karyawan dapt memberikan rasa aman kepada nasabah ketika melaksanakan transaksi, karyawan bersikap sopan dan ramah, karyawan memiliki kemampuan yang memadai mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan sistem perbankan.

Di kuadran C, yaitu tingkat kepentingan dalam hal ini harapan nasabah (*expectation*) yang rendah terhadap tingkat kinerja perusahaan, akan tetapi tingkat kinerja perusahaan juga rendah sehingga dapat dikatakan hal ini dinilai kurang

penting bagi nasabah, dikarenakan walaupun kinerja (*perfomance*) perusahaan begitu rendah tetapi nasabahpun juga tidak berharap lebih terhadap kinerja bank tersebut. Akan tetapi seharusnya perusahaan dapat meningkatkan kinerja pelayanannya sehingga menjadi nilai tambah bagi perusahaan. Selain itu bagi Bank BTN sebagai perusahaan jasa, unsur pelayanan produktivitas karyawan harus benar-benar diperhatikan. Item-item yang berada di kuadran ini adalah tersedia fasilitas fisik yang memadai, peralatan yang modern, menginformasikan kepada nasabah waktu pelayanan yang diberikan perusahaan, karyawan melayani nasabah dengan cara yang simpatik, kesediaan mendengarkan keluhan dan saran dari nasabah.

Pada kuadran D, yaitu tingkat kepentingan dalam hal ini harapan nasabah (*expectations*) yang rendah sedangkan tingkat kinerja perusahaan (*perfomance*) tinggi, sehingga sehingga dapat dikatakan kinerja bank (*perfomance*) melebihi harapan nasabah (*expectations*) yang artinya nasabah merasa puas, akan tetapi hal ini dianggap kurang penting karena tingkat kepentinga nasabah akan kualitas pelayanan bank hanya rendah saja. Dalam hal ini perusahaan hanya mempertahankan saja pelayanan yang telah dilakukan, namun diharapkan jangan sampai terjadi penurunan kinerja. Item yang berada di kuadran ini adalah karyawan memahami kebutuhan spesifik nasabah.

BAB V
PENUTUP

Berdasarkan hasil pengolahan data dan uraian-uraian lain pada bab-bab sebelumnya, pada bab ini dapat diambil suatu kesimpulan dari hasil penelitian dan juga saran bagi pengembangan penelitian yang akan dilakukan dimasa mendatang.

A. Kesimpulan

Dari hasil analisa yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya maka dapat diambil beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Dasar yang digunakan untuk mengembangkan atribut kualitas pelayanan pada PT. Bank BTN (Persero) Tbk. KanCab Solo adalah dengan menggunakan dimensi utama *Service Quality* meliputi : Bukti Fisik, Kehandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati. Dari hasil pengembanganya didapatkan 19 atribut kualitas pelayanan yang secara spesifik menggunakan dinilai sehingga mencerminkan kualitas pelayanan secara menyeluruh.
2. Dari pengolahan data dengan analisis kepentingan dan kinerja pelayanan (Importance Perfomance Analysis) dapoat diketahui bagaimana tingkat kepentingan nasdabah terhadap suatu atribut pelayanan dan bagaimana penilaian mereka terhadap kinerja perusahaan.
3. Atribut-atribut yang memiliki tingkat kepentingan tinggi di mata nasabah namun kinerjanya masih dinilai kurang memuaskan, sehingga harus diprioritaskan dalam pembenahannya adalah :

a) Menyediakan pelayanan tepat seperti yang dijanjikan (5)
b) Kemudahan dalam prosedur pelayanan (6)
c) Kecepatan dalam pelayanan (7)
d) Karyawan mampu menangani masalah yang dihadapi oleh nasabah (8)
e) Karyawan tidak terlalu sibuk sehingga dapat melayani nasabah dengan segera (12)

Atribut-atribut pelayanan yang harus dipertahankan oleh perusahaan karena sudah dianggap memuaskan oleh nasabah adalah :

a) Penampilan karyawan yang rapi (1)
b) Fasilitas fisik yang menarik (3)
c) Pelayanan yang segera dari karyawan (10)
d) Karyawan selalu bersedia membantu nasabah (11)
e) Karyawan yang dapat dipercaya (13)
f) Karyawan dapt memberikan rasa aman kepada nasabah ketika melaksanakan transaksi (14)
g) Karyawan bersikap sopan dan ramah (15)
h) Karyawan memiliki kemampuan yang memadai mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan sistem perbankan (16)

Kemudian atribu-atribut yang dianggap kurang penting dan pelaksanaannya oleh perusahaan hanya biasa-biasa saja adalah :

a) Tersedia fasilitas fisik yang memadai (2)
b) Peralatan yang modern (4)

c) Menginformasikan kepada nasabah waktu pelayanan yang diberikan perusahaan (9)

d) Karyawan melayani nasabah dengan cara yang simpatik (17)

e) Kesediaan mendengarkan keluhan dan saran dari nasabah (19)

Terakhir adalah atribut-atribut yang dianggap kurang penting oleh nasabah akan tetapi pihak perusahaan melaksanakannya secara berlebihan, yaitu :

a) Karyawan memahami kebutuhan spesifik nasabah (18)

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka terdapat beberapa hal yang menurut peneliti sebaiknya dilakukan oleh PT. Bank BTN (Persero) KanCab Solo, diantaranya :

1. Mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, yaitu memprioritaskan perbaikan atribut kualitas pelayanan yang berada di kuadran A, yaitu atribut yang dianggap sangat6 penting oleh nasabah akan tetapi pihak perusahaan belum melaksanakannya sesuai keinginan nasabah, sehingga dianggap tidak memuaskan. Perbaikan kualitas pelayanan juga harus dilakukan di kuadran C karena atribut ini dilaksanakan oleh PT. Bank BTN (Persero) KanCab Solo hanya biasa-biasa saja walaupun sebenarnya dianggap kurang penting oleh nasabah.
2. Mempertahankan dan meningkatkan atribut kualitas pelayanan yang berada di kuadran B, yaitu atribut kualitas pelayanan yang berhasil dilaksanakan oleh

PT. Bank BTN (Persero) KanCab Solo, untuk itu wajib dipertahanklan karena dianggap sangat penting oleh nasabah dan sangat memuaskan.

3. Pihak perusahaan seharusnya melakukan pengukuran terhadap kepuasan nasabah secara berkala sehingga dapat diketahui perkembangan kinerja perusahaan.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsini, 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.

Kotler, Philip. Edisi Millenium Jilid 2. *Manajemen Pemasaran*. Jakrta. Penerbit Prenhallindo.

Kotler & Amstrong. 2001. Edisi kedelapan jilid 2. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta. Penerbit ERLANGGA.

Rahardja, Pratama. 1990. *Uang dan Perbankan*. Jakarta. Penerbit : Rineka Cipta.

Santosa, Ruddy Tri ,Drs.MM. 1997. *Mengenal Dunia Perbankan.* Yogyakarta. Penerbit ANDI.

Singarimbun, Masri & Sofian effendi (Editor), 1989. *Metode Penelitian Survei*. Cetakan ke 2. LP3ES. Jakarta.

Stanton, J William. 1986. Edisi ketujuh jilid 2. *Prinsip Pemasaran***.** Jakarta. Penerbit ERLANGGA.

Supranto, J. 2001. *Pengukuran Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta. Penerbit Rineka Cipta.

Tjiptono, Fandi.1999. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Penerbit ANDI.

----------.2001. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Penerbit ANDI.

----------.2002. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Yogyakarta. Penerbit ANDI.

Umar, Husein SE, MM, MBA. 2005. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Thesis Bisnis*. Jakarta. Penerbit PP RajaGrafindo Persada.

Yazid. 2005. *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta. Penerbit Ekounesia.

http://www.deliveri.org/guidelines/mise/proj_papers/pp_3i.htm

http://www.ekafood.co/strategipemasaran4.htm

http://www.infobanknews.com/artikel/rubrik/artikel.php?aid=448

www.btn.co.id

UNIVERSITAS BRAWIJAYA repository.ub.ac

DATA (KEPENTINGAN)

RESP	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4	X5.1	X5.2	X5.3	X5
1	4	4	5	4	17	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	12
2	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	4	5	5	14
3	4	3	5	5	17	4	5	3	4	16	3	4	3	4	14	5	5	5	5	20	3	4	2	9
4	5	2	4	3	14	4	5	4	5	18	3	4	4	4	15	3	5	3	5	16	4	5	3	12
5	4	4	4	3	15	5	5	4	5	19	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	5	4	4	13
6	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20	3	4	3	4	14	4	4	4	4	16	3	4	3	10
7	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	5	5	3	13
8	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	12
9	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	12
10	4	3	4	3	14	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	5	5	5	3	18	4	3	3	10
11	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
12	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	4	4	5	3	16	5	5	5	5	20	3	5	3	11
13	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	3	11
14	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18	4	5	5	5	19	4	5	4	3	16	2	3	2	7
15	4	4	4	5	17	4	4	3	3	14	3	4	4	4	15	3	3	4	3	13	3	3	3	9
16	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	3	4	3	10
17	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19	3	4	5	12
18	4	4	4	3	15	3	5	3	3	14	3	4	3	5	15	2	2	5	2	11	3	4	3	10
19	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	5	5	4	3	17	3	4	3	10
20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	5	5	4	5	19	4	4	5	13
21	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	4	5	4	13
22	5	4	5	5	19	5	4	2	4	15	3	4	4	4	15	5	5	5	5	20	3	4	3	10
23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	3	4	3	10
24	5	4	5	4	18	5	5	4	4	18	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	3	5	5	13
25	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	4	5	5	14
26	5	3	4	3	15	5	4	5	5	19	4	4	5	5	18	5	4	4	4	17	2	3	3	8
27	4	3	4	4	15	4	4	4	5	17	3	4	4	4	15	5	5	5	4	19	3	4	3	10
28	5	4	5	5	19	4	5	4	5	18	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	4	14
29	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	3	5	4	5	17	5	4	5	5	19	4	4	4	12
30	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19	4	5	5	14
31	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	4	5	5	4	18	5	5	5	4	19	4	4	5	13
32	4	3	4	3	14	3	4	4	5	16	4	4	4	5	17	5	5	4	4	18	4	4	2	10
33	4	4	5	3	16	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	5	5	4	5	19	4	4	4	12

UNIVERSITAS BRAWIJAYA repository.ub.ac

RESP	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4	X5.1	X5.2	X5.3	X5
34	5	3	5	4	17	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	3	5	5	18	2	4	1	7
35	4	3	4	4	15	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	4	4	5	18	3	5	3	11
36	4	3	4	3	14	5	4	5	5	19	4	4	4	4	16	5	5	5	3	18	2	4	2	8
37	5	4	4	3	16	3	4	4	5	16	4	4	4	4	16	5	5	4	3	17	4	4	4	12
38	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18	4	4	5	4	17	5	5	4	5	19	3	4	3	10
39	5	4	4	3	16	4	5	5	3	17	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	5	5	14
40	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	4	4	3	11
41	5	4	5	4	18	4	5	5	4	18	4	4	4	5	17	5	4	5	5	19	4	4	4	12
42	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	4	4	4	12
43	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	5	4	4	13
44	5	4	4	4	17	4	5	4	4	17	4	4	5	5	18	4	4	5	4	17	4	4	4	12
45	5	4	5	4	18	5	5	5	4	19	4	5	5	4	18	5	5	5	3	18	3	4	3	10
46	5	4	4	5	18	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	3	5	4	12
47	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	4	5	4	13
48	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15	3	4	4	4	15	5	5	4	5	19	5	3	4	12
49	4	4	4	3	15	5	5	4	5	19	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	3	3	4	10
50	5	5	5	3	18	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19	4	5	3	12
51	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	5	4	3	16	5	5	5	5	20	4	4	4	12
52	4	4	5	3	16	5	5	4	5	19	3	5	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	3	11
53	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	1	4	4	9
54	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	3	5	4	12
55	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	4	5	5	5	19	4	4	3	11
56	4	3	4	5	16	4	4	4	5	17	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	4	5	5	14
57	3	4	4	3	14	5	5	5	4	19	3	4	5	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	12
58	5	5	5	4	19	4	5	5	5	19	4	5	5	4	18	5	4	5	5	19	5	5	5	15
59	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	5	5	3	4	17	5	5	4	5	19	3	4	1	8
60	5	5	5	4	19	5	4	3	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	1	4	1	6
61	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18	5	4	5	3	17	5	5	5	5	20	4	4	4	12
62	4	4	4	3	15	4	5	4	5	18	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19	3	5	4	12
63	4	4	5	4	17	4	5	5	5	19	4	4	3	5	16	5	5	5	5	20	5	4	4	13
64	4	3	3	3	13	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	12
65	4	3	4	4	15	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
66	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	4	5	14

UNIVERSITAS BRAWIJAYA repository.ub.ac

RESP	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4	X5.1	X5.2	X5.3	X5
67	5	5	5	5	20	5	4	2	4	15	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	5	4	5	14
68	4	4	3	3	14	5	5	4	4	18	3	5	4	4	16	5	4	5	4	18	4	4	3	11
69	5	4	5	4	18	5	4	4	4	17	4	3	3	3	13	3	3	4	5	15	1	2	2	5
70	5	3	4	4	16	5	4	4	5	18	4	4	4	3	15	5	5	4	4	18	3	4	4	11
71	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	5	5	5	15
72	3	4	5	3	15	4	4	5	5	18	4	5	5	5	19	4	3	5	5	17	4	5	3	12
73	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	4	5	5	5	19	4	5	5	14
74	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18	4	5	4	13
75	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	2	5	4	11
76	4	4	4	3	15	4	5	5	5	19	3	4	4	3	14	5	5	4	5	19	3	3	4	10
77	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	4	5	18	5	5	5	4	19	4	4	4	12
78	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	3	5	4	12
79	5	3	4	4	16	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	5	5	5	5	20	5	5	3	13
80	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	4	5	4	18	3	5	4	12
81	5	5	5	5	20	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	2	10
82	4	4	4	3	15	5	5	4	5	19	4	4	4	5	17	4	5	3	3	15	3	3	3	9
83	5	4	5	4	18	4	5	5	4	18	4	4	5	4	17	4	4	4	5	17	3	4	3	10
84	5	4	4	4	17	5	5	4	5	19	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19	4	4	4	12
85	4	4	4	3	15	5	5	4	5	19	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	3	4	1	8
86	5	4	5	4	18	5	4	5	3	17	3	4	4	3	14	4	4	4	3	15	4	3	2	9
87	4	4	5	4	17	5	5	4	5	19	3	4	4	5	16	4	5	5	4	18	2	4	3	9
88	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	4	4	5	13
89	4	4	4	3	15	4	5	5	5	19	4	5	4	5	18	5	4	4	4	17	4	4	3	11
90	4	2	3	4	13	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19	3	4	4	11
91	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	12
92	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	3	5	5	5	18	5	5	5	4	19	5	5	5	15
93	5	4	5	4	18	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	3	5	4	12
94	5	4	5	4	18	5	5	5	4	19	3	4	4	4	15	5	4	5	3	17	2	4	4	10
95	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	5	5	5	4	19	5	4	4	13
96	5	4	4	5	18	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	4	4	5	5	18	1	4	2	7
97	5	4	4	3	16	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	5	5	5	4	19	4	4	4	12
98	5	5	4	4	18	4	5	5	4	18	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	4	5	3	12
99	4	4	4	3	15	4	5	5	4	18	4	4	5	5	18	4	5	4	4	17	4	4	3	11
100	5	4	5	5	19	4	4	5	4	17	5	4	3	5	17	4	5	4	5	18	4	4	3	11
RATA2	4,55	4,00	4,50	3,98	17,03	4,58	4,75	4,48	4,62	18,43	4,05	4,48	4,42	4,39	17,34	4,71	4,67	4,64	4,53	18,55	3,60	4,20	3,59	11,39

UNIVERSITAS BRAWIJAYA repository.ub.ac

DATA (KINERJA)

RESP	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4	X5.1	X5.2	X5.3	X5
1	5	3	3	4	15	4	5	4	3	16	4	4	3	4	15	4	4	5	4	17	3	5	3	11
2	2	3	4	4	13	4	4	3	5	16	3	4	4	4	15	5	5	5	5	20	3	4	4	11
3	3	3	5	3	14	4	3	4	4	15	4	3	5	4	16	4	2	5	2	13	4	5	4	13
4	3	4	4	3	14	3	4	4	5	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	5	4	13
5	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	5	13
6	3	4	5	4	16	4	4	4	4	16	3	4	5	5	17	4	4	5	5	18	5	5	4	14
7	4	4	4	4	16	4	4	3	5	16	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	4	4	3	11
8	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	5	5	15
9	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	4	4	4	12
10	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	4	12
11	4	4	4	4	16	3	4	3	4	14	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	4	14
12	5	4	4	4	17	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19	5	5	3	13
13	5	4	5	4	18	4	4	4	3	15	5	4	4	5	18	4	5	5	5	19	5	5	2	12
14	4	4	4	3	15	3	3	3	4	13	4	4	5	4	17	4	5	4	4	17	2	2	2	6
15	4	3	3	3	13	4	5	4	4	17	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16	4	4	3	11
16	4	3	4	4	15	4	5	4	4	17	4	3	3	4	14	5	5	4	4	18	4	4	3	11
17	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15	3	3	4	4	14	4	4	4	5	17	4	4	3	11
18	4	4	5	4	17	3	4	3	2	12	3	4	3	4	14	4	3	5	5	17	3	5	4	12
19	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15	3	5	5	4	17	5	5	5	4	19	5	4	4	13
20	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19	4	5	4	4	17	4	5	5	5	19	4	5	5	14
21	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17	4	4	4	12
22	3	4	4	3	14	5	4	5	4	18	3	3	4	4	14	5	5	5	5	20	4	4	3	11
23	4	4	5	3	16	4	4	3	3	14	3	4	4	4	15	4	4	5	5	18	4	4	5	13
24	5	5	4	4	18	4	3	2	3	12	3	3	3	4	13	4	5	4	4	17	4	4	4	12
25	4	4	5	3	16	4	5	4	4	17	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	4	5	5	14
26	5	3	5	3	16	4	4	4	3	15	3	4	5	4	16	5	5	5	5	20	4	4	5	13
27	4	3	5	4	16	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	4	4	5	4	17	4	3	3	10
28	4	4	4	3	15	3	4	5	4	16	3	3	5	3	14	4	4	4	5	17	3	3	3	9
29	5	4	5	3	17	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	4	4	4	12
30	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	5	5	18	3	4	3	10
31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19	4	4	4	12
32	4	4	4	3	15	4	3	4	4	15	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	3	11
33	3	3	4	4	14	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	4	5	5	18	4	5	4	13

UNIVERSITAS BRAWIJAYA repository.ub.ac

RESP	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4	X5.1	X5.2	X5.3	X5
34	4	3	4	4	15	3	3	4	3	13	3	3	4	3	13	5	5	4	3	17	1	4	2	7
35	4	3	4	4	15	4	5	5	4	18	3	3	5	3	14	5	5	5	5	20	5	5	5	15
36	3	3	4	3	13	4	4	4	3	15	3	3	3	3	12	3	3	4	5	15	4	4	3	11
37	4	4	4	3	15	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	3	4	5	5	17	5	4	4	13
38	4	3	5	3	15	3	4	4	2	13	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	3	5	3	11
39	5	4	5	4	18	4	4	4	5	17	4	4	4	3	15	5	4	4	4	17	4	4	4	12
40	2	5	5	3	15	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	12
41	3	4	5	3	15	3	3	4	4	14	3	3	4	4	14	5	5	5	4	19	3	5	4	12
42	5	5	5	3	18	5	5	4	4	18	3	4	4	4	15	5	5	5	5	20	5	4	5	14
43	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	12
44	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	12
45	3	3	4	4	14	4	3	4	4	15	3	4	4	4	15	5	5	5	4	19	3	4	4	11
46	4	4	5	5	18	4	5	5	4	18	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	4	5	4	13
47	3	3	5	4	15	4	4	3	3	14	4	3	5	5	17	5	5	5	3	18	5	5	4	14
48	5	4	3	4	16	4	3	3	5	15	5	5	4	3	17	4	5	5	5	19	5	5	3	13
49	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	5	4	13
50	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	15
51	5	4	4	3	16	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	3	4	11
52	5	4	5	5	19	5	4	5	5	19	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19	3	5	4	12
53	5	4	5	5	19	4	3	4	3	14	4	4	5	4	17	4	5	5	5	19	4	4	4	12
54	4	4	4	5	17	4	3	4	3	14	4	4	3	4	15	4	5	5	4	18	3	3	3	9
55	5	4	4	5	18	3	4	4	5	16	4	4	4	3	15	5	5	4	5	19	4	4	4	12
56	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	3	3	3	3	12	4	3	5	3	15	3	4	3	10
57	3	4	5	4	16	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	4	12
58	3	4	5	5	17	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	3	5	4	12
59	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	2	10
60	5	5	5	5	20	5	5	3	3	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	3	5	5	13
61	5	4	4	5	18	5	4	4	4	17	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	4	4	4	12
62	4	4	5	5	18	4	4	4	3	15	3	4	4	3	14	5	5	4	5	19	3	4	4	11
63	4	4	5	4	17	4	4	3	3	14	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	5	4	5	14
64	5	4	4	4	17	5	4	4	3	16	3	3	3	3	12	4	3	4	3	14	3	4	3	10
65	4	4	3	3	14	2	4	2	2	10	5	5	5	4	19	5	4	5	5	19	4	5	5	14
66	4	3	4	3	14	4	4	3	3	14	3	4	4	4	15	4	4	2	5	15	3	3	3	9

UNIVERSITAS BRAWIJAYA repository.ub.ac

RESP	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4	X5.1	X5.2	X5.3	X5
67	4	4	4	4	16	4	5	1	4	14	4	5	4	4	17	4	5	5	2	16	1	5	1	7
68	4	4	4	3	15	4	5	4	4	17	3	4	4	4	15	4	4	5	4	17	4	4	3	11
69	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	5	4	5	3	17	4	4	4	3	15	2	3	3	8
70	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	4	5	4	17	4	5	5	4	18	5	5	4	14
71	5	5	5	5	20	4	3	5	4	16	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20	4	4	3	11
72	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	4	5	4	4	17	5	4	5	5	19	3	4	4	11
73	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	5	5	18	4	5	4	13
74	5	5	5	4	19	4	3	4	4	15	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17	4	5	4	13
75	5	4	5	5	19	4	4	3	4	15	3	4	4	3	14	4	4	4	4	16	3	4	3	10
76	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	4	4	5	5	18	3	5	3	11
77	3	3	4	4	14	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	4	4	3	15	3	4	3	10
78	4	3	4	4	15	3	4	5	4	16	5	4	5	4	18	4	5	5	5	19	3	4	4	11
79	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	3	4	4	4	15	4	4	5	4	17	4	4	4	12
80	3	4	4	3	14	3	4	3	4	14	4	3	4	4	15	4	3	4	3	14	3	4	3	10
81	5	5	4	4	18	4	4	5	4	17	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	12
82	4	3	4	4	15	3	3	4	3	13	3	3	3	3	12	4	4	4	3	15	3	4	3	10
83	4	3	4	3	14	3	3	3	4	13	3	4	4	4	15	4	4	5	5	18	3	4	3	10
84	3	4	5	4	16	5	4	3	3	15	4	4	4	3	15	5	4	5	4	18	4	4	4	12
85	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15	4	4	3	4	15	4	4	5	4	17	3	3	4	10
86	4	4	3	4	15	3	3	3	4	13	4	3	4	3	14	3	4	4	4	15	3	4	3	10
87	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	3	4	4	5	16	5	4	4	4	17	4	3	3	10
88	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	4	5	3	5	17	5	5	5	4	19	4	5	4	13
89	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	4	5	3	3	15	4	4	5	5	18	4	4	3	11
90	5	4	5	5	19	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	3	4	4	11
91	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	12
92	4	4	4	3	15	5	4	3	4	16	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	4	4	4	12
93	4	5	5	4	18	4	5	4	4	17	5	5	5	3	18	4	5	5	5	19	4	5	4	13
94	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15	3	4	3	3	13	4	4	4	4	16	3	4	3	10
95	3	4	4	3	14	4	3	3	4	14	3	5	3	4	15	4	4	4	5	17	3	3	3	9
96	4	4	4	3	15	4	4	3	4	15	4	4	4	3	15	3	4	4	4	15	3	4	3	10
97	4	4	4	4	16	4	3	4	4	15	4	4	3	4	15	4	4	4	5	17	3	4	4	11
98	4	4	4	3	15	3	3	3	3	12	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	9
99	4	3	4	4	15	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	5	4	4	5	18	3	4	3	10
100	4	4	4	4	16	3	4	5	3	15	4	4	4	3	15	3	3	4	3	13	4	3	3	10
RATA2	4,10	3,92	4,35	3,86	16,23	3,99	4,04	3,85	3,89	15,77	3,84	4,05	4,06	3,88	15,83	4,29	4,29	4,53	4,36	17,47	3,71	4,18	3,65	11,54

DISTRIBUSI FREKUENSI (KINERJA)
Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	17	17.0	17.0	19.0
	4	50	50.0	50.0	69.0
	5	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	22	22.0	22.0	22.0
	4	64	64.0	64.0	86.0
	5	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	5.0	5.0	5.0
	4	55	55.0	55.0	60.0
	5	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	32	32.0	32.0	32.0
	4	50	50.0	50.0	82.0
	5	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	18	18.0	18.0	19.0
	4	62	62.0	62.0	81.0
	5	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	19.0	19.0	19.0
	4	58	58.0	58.0	77.0
	5	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	2	2.0	2.0	3.0
	3	25	25.0	25.0	28.0
	4	55	55.0	55.0	83.0
	5	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	23	23.0	23.0	26.0
	4	56	56.0	56.0	82.0
	5	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	35	35.0	35.0	35.0
	4	46	46.0	46.0	81.0
	5	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	20	20.0	20.0	20.0
	4	55	55.0	55.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	17.0	17.0	17.0
	4	60	60.0	60.0	77.0
	5	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	25	25.0	25.0	25.0
	4	62	62.0	62.0	87.0
	5	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	6.0	6.0	6.0
	4	59	59.0	59.0	65.0
	5	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	7	7.0	7.0	8.0
	4	54	54.0	54.0	62.0
	5	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	1	1.0	1.0	2.0
	4	42	42.0	42.0	44.0
	5	56	56.0	56.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	12	12.0	12.0	14.0
	4	34	34.0	34.0	48.0
	5	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	2	2.0	2.0	4.0
	3	33	33.0	33.0	37.0
	4	49	49.0	49.0	86.0
	5	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	11	11.0	11.0	12.0
	4	57	57.0	57.0	69.0
	5	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X5.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	4	4.0	4.0	5.0
	3	36	36.0	36.0	41.0
	4	47	47.0	47.0	88.0
	5	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

UJI VALIDITAS INSTRUMEN (KINERJA)
Correlations

Correlations

		X1	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
X1	Pearson Correlation	1	.725**	.690**	.611**	.723**
	Sig. (1-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.1	Pearson Correlation	.725**	1	.381**	.130	.377**
	Sig. (1-tailed)	.000	.	.000	.099	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.690**	.381**	1	.347**	.240**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.	.000	.008
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.611**	.130	.347**	1	.325**
	Sig. (1-tailed)	.000	.099	.000	.	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.723**	.377**	.240**	.325**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.008	.000	.
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Correlations

Correlations

		X2	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
X2	Pearson Correlation	1	.739**	.677**	.682**	.713**
	Sig. (1-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.1	Pearson Correlation	.739**	1	.460**	.287**	.388**
	Sig. (1-tailed)	.000	.	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.677**	.460**	1	.238**	.267**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.	.009	.004
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.682**	.287**	.238**	1	.320**
	Sig. (1-tailed)	.000	.002	.009	.	.001
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.713**	.388**	.267**	.320**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.004	.001	.
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Correlations

Correlations

		X3	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
X3	Pearson Correlation	1	.769**	.764**	.659**	.624**
	Sig. (1-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.1	Pearson Correlation	.769**	1	.517**	.353**	.232**
	Sig. (1-tailed)	.000	.	.000	.000	.010
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.764**	.517**	1	.278**	.336**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.	.003	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.659**	.353**	.278**	1	.255**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.003	.	.005
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.624**	.232**	.336**	.255**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.010	.000	.005	.
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Correlations

Correlations

		X4	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
X4	Pearson Correlation	1	.726**	.780**	.633**	.709**
	Sig. (1-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.1	Pearson Correlation	.726**	1	.566**	.325**	.264**
	Sig. (1-tailed)	.000	.	.000	.000	.004
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.780**	.566**	1	.318**	.359**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.633**	.325**	.318**	1	.248**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.001	.	.006
	N	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.709**	.264**	.359**	.248**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.004	.000	.006	.
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Correlations

Correlations

		X5	X5.1	X5.2	X5.3
X5	Pearson Correlation	1	.809**	.670**	.806**
	Sig. (1-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.1	Pearson Correlation	.809**	1	.309**	.492**
	Sig. (1-tailed)	.000	.	.001	.000
	N	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.670**	.309**	1	.320**
	Sig. (1-tailed)	.000	.001	.	.001
	N	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.806**	.492**	.320**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.001	.
	N	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

repository.ub.ac.id

UJI RELIABILITAS INSTRUMEN (KINERJA)

Reliability

****** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X1.1	4.1000	.7454	100.0
2.	X1.2	3.9200	.5976	100.0
3.	X1.3	4.3500	.5752	100.0
4.	X1.4	3.8600	.6966	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
Scale	16.2300	3.2698	1.8083	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
X1.1	12.1300	1.8718	.4131	.2390	.5598
X1.2	12.3100	2.1353	.4451	.2353	.5364
X1.3	11.8800	2.3289	.3475	.1899	.5996
X1.4	12.3700	1.9324	.4400	.2203	.5347

Reliability Coefficients   4 items
Alpha =   .6284   Standardized item alpha =   .6315

Reliability

****** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X2.1	3.9900	.6435	100.0
2.	X2.2	4.0400	.6501	100.0
3.	X2.3	3.8500	.7571	100.0

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

4.	X2.4	3.8900	.7233	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
Scale	15.7700	3.7951	1.9481	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
X2.1	11.7800	2.3552	.5194	.2997	.5326
X2.2	11.7300	2.5021	.4232	.2288	.5945
X2.3	11.9200	2.3572	.3719	.1428	.6347
X2.4	11.8800	2.3087	.4382	.2035	.5840

Reliability Coefficients 4 items
Alpha = .6542 Standardized item alpha = .6600

Reliability

****** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X3.1	3.8400	.7208	100.0
2.	X3.2	4.0500	.6723	100.0
3.	X3.3	4.0600	.6328	100.0
4.	X3.4	3.8800	.6077	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
Scale	15.8300	3.4759	1.8644	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
X3.1	11.9900	1.9292	.5129	.3155	.5501

X3.2	11.7800	2.0117	.5307	.3202
.5387				
X3.3	11.7700	2.3203	.3917	.1611
.6331				
X3.4	11.9500	2.4318	.3560	.1422
.6537				

Reliability Coefficients 4 items
Alpha = .6654 Standardized item alpha = .6620

Reliability

****** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X4.1	4.2900	.5738	100.0
2.	X4.2	4.2900	.6403	100.0
3.	X4.3	4.5300	.5766	100.0
4.	X4.4	4.3600	.7722	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
Scale	17.4700	3.3425	1.8283	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
X4.1	13.1800	2.1491	.5138	.3455	.5656
X4.2	13.1800	1.9269	.5657	.3787	.5207
X4.3	12.9400	2.3398	.3800	.1488	.6438
X4.4	13.1100	1.9373	.3763	.1508	.6703

Reliability Coefficients 4 items
Alpha = .6680 Standardized item alpha = .6796

Reliability

****** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X5.1	3.7100	.8077	100.0
2.	X5.2	4.1800	.6572	100.0
3.	X5.3	3.6500	.7833	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
Scale	11.5400	2.9782	1.7257	3

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
X5.1	7.8300	1.3748	.5020	.2680	.4790
X5.2	7.3600	1.8893	.3636	.1324	.6598
X5.3	7.8900	1.4120	.5116	.2737	.4641

Reliability Coefficients   3 items

Alpha =   .6448   Standardized item alpha =   .6415

DISTRIBUSI FREKUENSI (KEPENTINGAN)

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2.0	2.0	2.0
	4	41	41.0	41.0	43.0
	5	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	14	14.0	14.0	16.0
	4	66	66.0	66.0	82.0
	5	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	3.0	3.0	3.0
	4	44	44.0	44.0	47.0
	5	53	53.0	53.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	27	27.0	27.0	27.0
	4	48	48.0	48.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	3.0	3.0	3.0
	4	36	36.0	36.0	39.0
	5	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	25	25.0	25.0	25.0
	5	75	75.0	75.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	5	5.0	5.0	7.0
	4	36	36.0	36.0	43.0
	5	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	5.0	5.0	5.0
	4	28	28.0	28.0	33.0
	5	67	67.0	67.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	18.0	18.0	18.0
	4	59	59.0	59.0	77.0
	5	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.0	1.0	1.0
	4	50	50.0	50.0	51.0
	5	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	8.0	8.0	8.0
	4	42	42.0	42.0	50.0
	5	50	50.0	50.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	7.0	7.0	7.0
	4	47	47.0	47.0	54.0
	5	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	3	3.0	3.0	4.0
	4	20	20.0	20.0	24.0
	5	76	76.0	76.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	4	4.0	4.0	5.0
	4	22	22.0	22.0	27.0
	5	73	73.0	73.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2.0	2.0	2.0
	4	32	32.0	32.0	34.0
	5	66	66.0	66.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	10	10.0	10.0	11.0
	4	24	24.0	24.0	35.0
	5	65	65.0	65.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.0	4.0	4.0
	2	7	7.0	7.0	11.0
	3	29	29.0	29.0	40.0
	4	45	45.0	45.0	85.0
	5	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	9	9.0	9.0	10.0
	4	59	59.0	59.0	69.0
	5	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X5.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.0	4.0	4.0
	2	8	8.0	8.0	12.0
	3	31	31.0	31.0	43.0
	4	40	40.0	40.0	83.0
	5	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

UJI VALIDITAS INSTRUMEN (KEPENTINGAN)

Correlations

Correlations

		X1	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
X1	Pearson Correlation	1	.686**	.719**	.782**	.755**
	Sig. (1-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.1	Pearson Correlation	.686**	1	.324**	.385**	.391**
	Sig. (1-tailed)	.000	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.719**	.324**	1	.511**	.285**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.	.000	.002
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.782**	.385**	.511**	1	.448**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.755**	.391**	.285**	.448**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.002	.000	.
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Correlations

Correlations

		X2	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
X2	Pearson Correlation	1	.643**	.682**	.741**	.734**
	Sig. (1-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.1	Pearson Correlation	.643**	1	.356**	.190*	.315**
	Sig. (1-tailed)	.000	.	.000	.029	.001
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.682**	.356**	1	.371**	.339**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.741**	.190*	.371**	1	.384**
	Sig. (1-tailed)	.000	.029	.000	.	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.734**	.315**	.339**	.384**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.001	.000	.000	.
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Correlations

Correlations

		X3	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
X3	Pearson Correlation	1	.699**	.727**	.735**	.644**
	Sig. (1-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.1	Pearson Correlation	.699**	1	.320**	.343**	.256**
	Sig. (1-tailed)	.000	.	.001	.000	.005
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.727**	.320**	1	.480**	.322**
	Sig. (1-tailed)	.000	.001	.	.000	.001
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.735**	.343**	.480**	1	.221*
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.	.014
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.644**	.256**	.322**	.221*	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.005	.001	.014	.
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

Correlations

Correlations

		X4	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
X4	Pearson Correlation	1	.814**	.716**	.564**	.716**
	Sig. (1-tailed)	.	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.1	Pearson Correlation	.814**	1	.625**	.356**	.353**
	Sig. (1-tailed)	.000	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	.716**	.625**	1	.100	.291**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.	.161	.002
	N	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	.564**	.356**	.100	1	.245**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.161	.	.007
	N	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	.716**	.353**	.291**	.245**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.002	.007	.
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

Correlations

Correlations

		X5	X5.1	X5.2	X5.3
X5	Pearson Correlation	1	.812**	.638**	.844**
	Sig. (1-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X5.1	Pearson Correlation	.812**	1	.297**	.496**
	Sig. (1-tailed)	.000	.	.001	.000
	N	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	.638**	.297**	1	.373**
	Sig. (1-tailed)	.000	.001	.	.000
	N	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	.844**	.496**	.373**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

UJI RELIABILITAS INSTRUMEN (KEPENTINGAN)

Reliability

****** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X1.1	4.5500	.5389	100.0
2.	X1.2	4.0000	.6356	100.0
3.	X1.3	4.5000	.5596	100.0
4.	X1.4	3.9800	.7245	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
Scale	17.0300	3.2819	1.8116	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
X1.1	12.4800	2.2319	.4718	.2250	.6653
X1.2	13.0300	2.0294	.4685	.2811	.6660
X1.3	12.5300	2.0092	.6049	.3794	.5897
X1.4	13.0500	1.8258	.4757	.2577	.6722

Reliability Coefficients   4 items

Alpha =   .7108   Standardized item alpha =   .7196

Reliability

****** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X2.1	4.5800	.5538	100.0
2.	X2.2	4.7500	.4352	100.0
3.	X2.3	4.4800	.6887	100.0
4.	X2.4	4.6200	.5822	100.0

Statistics for Scale	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	18.4300	2.5304	1.5907	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
X2.1	13.8500	1.7045	.3591	.1694	.6176
X2.2	13.6800	1.7754	.4878	.2419	.5537
X2.3	13.9500	1.3813	.4168	.2128	.5932
X2.4	13.8100	1.5090	.4771	.2280	.5354

Reliability Coefficients 4 items
Alpha = .6434 Standardized item alpha = .6589

Reliability

****** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X3.1	4.0500	.6416	100.0
2.	X3.2	4.4800	.5218	100.0
3.	X3.3	4.4200	.6385	100.0
4.	X3.4	4.3900	.6178	100.0

Statistics for Scale	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	17.3400	2.8731	1.6950	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
X3.1	13.2900	1.7635	.4096	.1698	.5969

X3.2	12.8600	1.8590	.5213	.2951 .5309
X3.3	12.9200	1.6905	.4667	.2718 .5544
X3.4	12.9500	1.9066	.3428	.1314 .6412

Reliability Coefficients 4 items
Alpha = .6496 Standardized item alpha = .6568

Reliability

****** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X4.1	4.7100	.5738	100.0
2.	X4.2	4.6700	.6039	100.0
3.	X4.3	4.6400	.5226	100.0
4.	X4.4	4.5300	.7171	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
Scale	18.5500	2.9167	1.7078	4

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
X4.1	13.8400	1.6509	.6352	.4903	.4532
X4.2	13.8800	1.8036	.4613	.4163	.5714
X4.3	13.9100	2.1837	.2977	.1716	.6701
X4.4	14.0200	1.6764	.3910	.1537	.6347

Reliability Coefficients 4 items
Alpha = .6562 Standardized item alpha = .6615

Reliability

****** Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   (A L P H A)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	X5.1	3.6000	.9640	100.0
2.	X5.2	4.2000	.6356	100.0
3.	X5.3	3.5800	.9968	100.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
Scale	11.3800	4.1168	2.0290	3

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
X5.1	7.7800	1.8703	.4996	.2607	.5055
X5.2	7.1800	2.8764	.3879	.1557	.6630
X5.3	7.8000	1.6970	.5492	.3021	.4286

Reliability Coefficients   3 items

Alpha =   .6522   Standardized item alpha =   .6560