



UNIVERSITAS INDONESIA

ANALISA KEPUASAN PELANGGAN DENGAN METODE SERVQUAL

UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN

DI PT. BANK JABAR CABANG DEPOK

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

AFAN LULUK DEWANTO

0606043364

FAKULTAS TEKNIK

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

DEPOK

JUNI 2009

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
Dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
Telah saya nyatakan benar**

Nama : Afan Luluk Dewanto

NPM : 0606043364

Tanda Tangan :

Tanggal : 12 Juli 2009



PERSETUJUAN

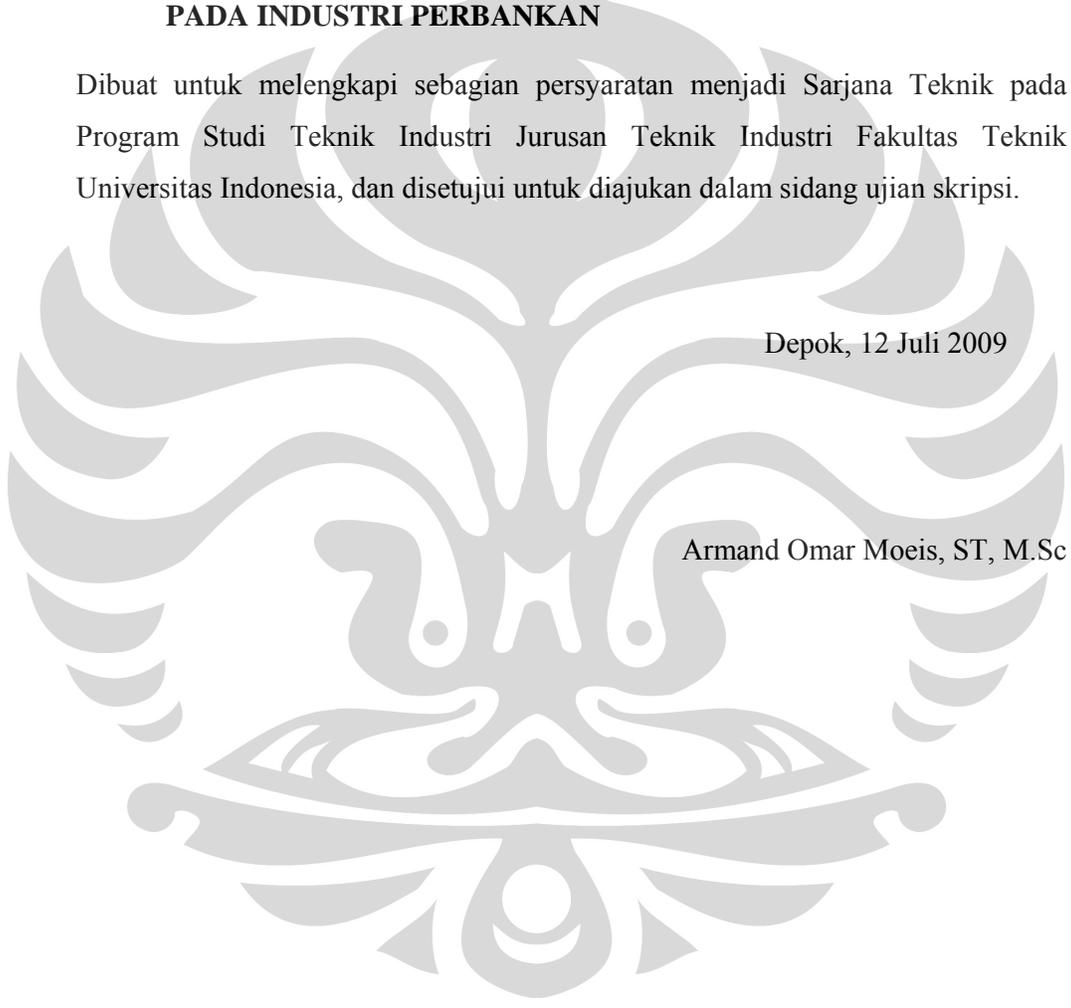
skripsi dengan judul :

**ANALISA KEPUASAN PELANGGAN UNTUK MENINGKATKAN
KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE SERVQUAL
PADA INDUSTRI PERBANKAN**

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Indonesia, dan disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian skripsi.

Depok, 12 Juli 2009

Armand Omar Moeis, ST, M.Sc



HALAMAN PENGESAHAN

Sripsi ini diajukan oleh :
Nama : Afan Luluk Dewanto
NPM : 0606043364
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : Analisa kepuasan pelanggan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dengan metode SERVQUAL pada industri perbankan

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Jurusan Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Indonesia

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Armand Omar Moeis, ST, M.Sc (.....)
Penguji : Ir. Amar Rachman, MEIM. (.....)
Penguji : Isti Surjandari, Ir.,Ph.D (.....)
Penguji : Arian Dhini,ST., MT (.....)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 12 Juli 2009

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat nikmat dan rahmatNya penulis berhasil menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk melengkapi salah satu persyaratan kelulusan Program Sarjana di Departemen Teknik Industri Universitas Indonesia.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis mendapatkan bantuan dari berbagai pihak untuk itu penulis ingin berkenan menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr.Ir Yuri M Z., MEng selaku Ketua Departemen Teknik Industri
2. Bapak Armand Omar Moeis. ST, M.Sc. selaku dosen pembimbing skripsi
3. Dosen-dosen Teknik Industri Universitas Indonesia
4. Para Nasabah Bank
5. Bapak dan Ibu penulis yang senantiasa memberikan doa dan dukungan moral maupun materil serta Agung Cahyono dan Ariati Dewi.
6. Heriana yang selalu menemani penulis
7. Wadyo, Yosa, Yoga, Illie, menyemangati penulis untuk menyelesaikan skripsi
8. Kawan-kawan Teknik Industri
9. Seluruh karyawan Teknik Industri

Penulis menyadari masih terdapat banyak kekurangan dan kesalahan didalam skripsi ini karena keterbatasan yang dimiliki penulis, untuk itu penulis terbuka terhadap kritik dan saran bagi pembaca sekalian.

Akhir kata semoga apa yang telah dibuat oleh penulis ini bermanfaat bagi kita semua.

Depok, 12 Juli 2009

UNIVERSITAS INDONESIA
PROGRAM SARJANA
DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
Skripsi, 12 Juli 2009

Afan Luluk Dewanto

ANALISA KEPUASAN PELANGGAN UNTUK MENINGKATKAN KUALITAS PELAYANAN DENGAN METODE SERVQUAL PADA INDUSTRI PERBANKAN

Kata Kunci : Kualitas, *service*, **SERVQUAL**

ABSTRAK

Perbankan sebagai salah satu perusahaan menyediakan jasa dalam bidang perbankan harus selalu memperhatikan kualitas pelayanannya, hal ini dilakukan agar para nasabah mendapatkan kepuasan yang dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas pelanggan kepada perusahaan. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah dengan cara mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Metode yang digunakan adalah metode analisis faktor, dan *SERVQUAL*. Analisis faktor digunakan untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Pengukuran tingkat kepuasan nasabah dengan metode *SERVQUAL*, agar dapat diketahui faktor-faktor apa saja yang harus diperhatikan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan di dunia perbankan. Salah satu cara untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan, yaitu dengan mengidentifikasi seberapa besar tanggapan konsumen mengenai pelayanan yang diterima (*persepsi*) dan harapan pelanggan (*ekspektasi*), sehingga dapat melihat kesenjangan (*gap*) dari keduanya. Sarana pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu wawancara, studi lapangan. Metode yang digunakan yaitu Analisis Faktor dan *SERVQUAL* dengan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu : *Reliability, Responsiveness, Assurance, Tangibles, Emphaty*.

DAFTAR ISI

halaman	
Halaman judul	ii

Halaman Pernyataan Orisinalitas	iii
Halaman Persetujuan.....	iv
Halaman Pengesahan	v
Kata Pengantar	vi
Halaman Pernyataan Persetujuan Publikasi	vii
Abstrak	viii
Daftar Isi	ix
Daftar Lampiran	x
BAB I PENDAHULUAN	1
Latar Belakang Masalah	1
Diagram Keterkaitan Masalah	2
Perumusan Permasalahan.....	3
Tujuan Penelitian	3
Ruang Lingkup Penelitian	3
Metodologi Penelitian.....	4
Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1 Kualitas	6
2.2 Jasa.....	7
2.3 Kualitas Jasa	8
2.3.1 Dimensi Kualitas Jasa.....	10
2.3.2 Model kualitas jasa	11
2.4 Pengukuran Kualitas Jasa	13
2.4.1 Metode SERVQUAL	13
2.4.2 Kuisisioner	15
2.4.3 Penyusunan Skala	15
2.4.4 Uji Validitas dan Realibilitas.....	16
2.4.4.1 Uji Validitas	16
2.4.4.2 Uji Reliabilitas.....	17
2.4.5 Penentuan Jumlah Sampel Minimum	18
2.6 Service Blueprinting	18

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA 20

3.1 Profil Perusahaan	20
3.2 Visi, Misi dan Tujuan Bank X	21
3.2.1 Visi Bank X	21
3.2.2 Misi Bank X	21
3.2.3 Tujuan Bank X	22
3.3 Struktur Organisasi Bank X	22
3.4 Profil karyawan Bank X	23
3.5 Persiapan Pengumpulan Data	24
3.5.1 Identifikasi Atribut – Atribut Penelitian	24
3.5.2 Penyusunan Kuesioner	25
3.5.2.1 Penyusunan Skala Kuesioner	25
3.5.2.2 Pilot Sample	26
3.5.2.3 Perhitungan Jumlah Sampel Minimum	28
3.6 Pengumpulan dan Pengolahan Data	29
3.6.1 Karakteristik Responden	29
3.6.2 Nilai Ekspektasi Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Bank X	32
3.6.3 Nilai Persepsi Nasabah Terhadap Kinerja Pelayanan Bank X	35
3.6.4 Nilai Kualitas Pelayanan	38
3.7 Service Blueprinting Prosedur Transaksi	40

BAB IV ANALISA DATA..... 42

4.1 Analisa SERVQUAL Tiap Atribut Pada Tiap Dimensi	42
4.1.1 Dimensi Tangible	42
4.1.1.1 Nilai Ekspektasi	43
4.1.1.2 Nilai Persepsi	44
4.1.1.3 SERVQUAL Score	46
4.1.2 Dimensi Assurance	47
4.1.2.1 Nilai Ekspektasi	47
4.1.2.2 Nilai Persepsi	48
4.1.2.3 SERVQUAL Score	51
4.1.3 Dimensi Responsiveness	53
4.1.3.1 Nilai Ekspektasi	53

4.1.3.2 Nilai Persepsi.....	55
4.1.3.3 SERVQUAL Score.....	56
4.1.4 Dimensi Empathy	58
4.1.4.1 Nilai Ekspektasi.....	58
4.1.4.2 Nilai Persepsi.....	60
4.1.4.3 SERVQUAL Score.....	61
4.1.5 Dimensi Reliability.....	63
4.1.5.1 Nilai Ekspektasi	63
4.1.5.2 Nilai Persepsi	65
4.1.5.3 SERVQUAL Score	66
4.2 Analisa Tingkat Kepentingan Terhadap Setiap Dimensi	68
4.3 Analisa Perbandingan Skor Aktual Kualitas Pelayanan.....	69
4.4 Analisa Perbandingan Kualitas Pelayanan Setiap Dimensi.....	69
4.5 Analisa Blueprinting Prosedur Transaksi.....	71
BAB V KESIMPULAN	73
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1:	Kuesioner
-------------	-----------

Lampiran 2:	Tabel Nilai r Product Moment
Lampiran 3:	Perhitungan Nilai Korelasi
Lampiran 4:	Nilai Alpha Reliability
Lampiran 5:	Nilai Standar Deviasi Pilot Sample
Lampiran 6:	Data Kuesioner
Lampiran 7:	Perhitungan Nilai Ekspektasi dan Persepsi



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Laju perkembangan dunia dewasa ini sangat pesat di segala bidang, terutama meningkatnya perkembangan teknologi dalam dunia industri. Dengan adanya laju perkembangan yang pesat tersebut menimbulkan persaingan yang ketat dalam usaha perebutan pangsa pasar.

Komitmen akan kualitas pelayanan yang berorientasi pada pelanggan merupakan prasyarat utama dalam menunjang keberhasilan bisnis, terutama bisnis jasa. Produk industri jasa mempunyai sifat tidak tahan lama dan akan langsung habis begitu jasa itu diterima pelanggan. Kualitas jasa sangat tergantung dari siapa dan bagaimana jasa tersebut diberikan. Pelanggan jasa dalam hal ini terlibat langsung dalam proses produksi jasa itu sendiri.

Bagi perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, memuaskan nasabahnya adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat yang luas.

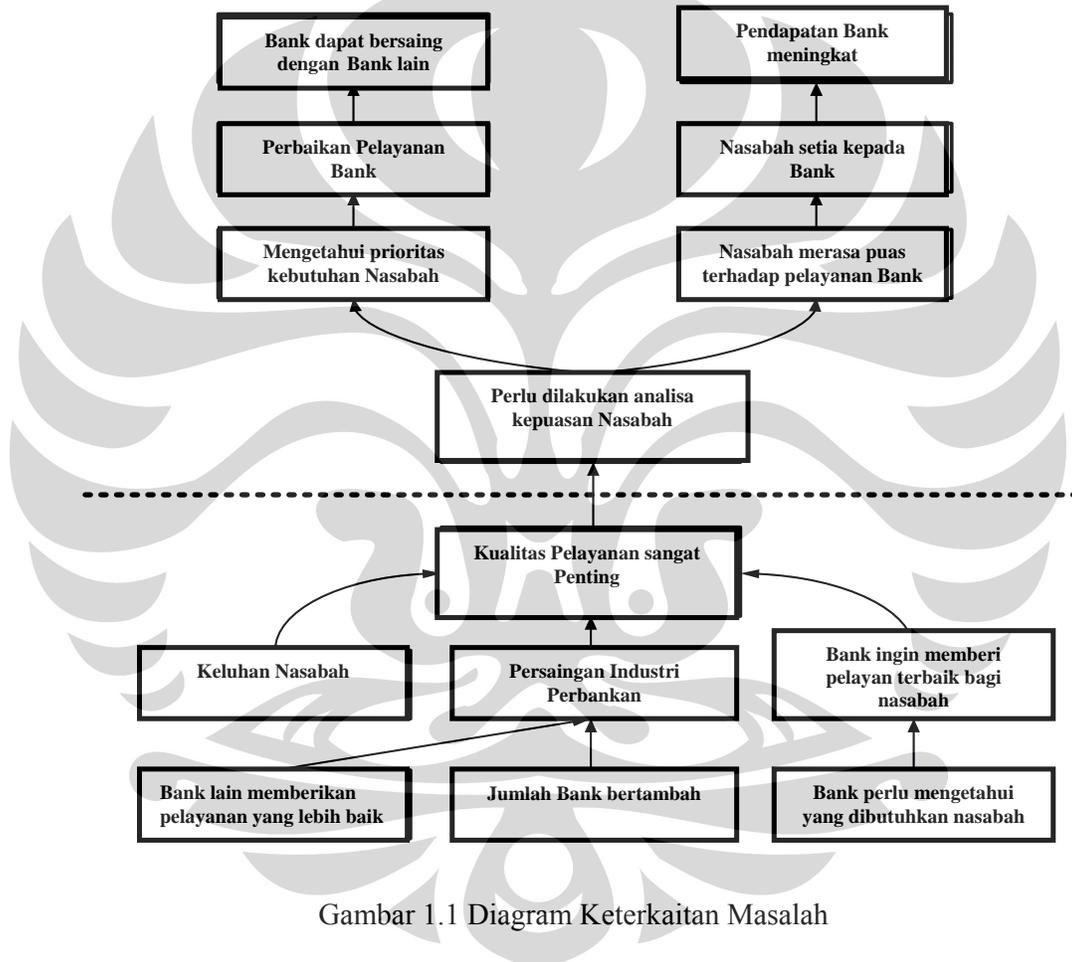
Untuk memenangkan persaingan dalam suatu perusahaan perbankan sangat sulit dengan kemajuan teknologi dan era globalisasi yang berkembang saat ini, menyebabkan cara pandang nasabah terhadap pelayanan suatu perusahaan semakin terdidik, sehingga nasabah semakin tahu akan hak-haknya yang harus diperoleh dari perusahaan perbankan tersebut.

PT. Bank X, merupakan salah satu perusahaan jasa yang bergerak di bidang perbankan, dimana salah satunya adalah pelayanan terhadap nasabah. Kepuasan nasabah harus lebih diperhatikan karena kebanyakan nasabah ingin melakukan transaksi yang simpel saja dan tidak membutuhkan waktu yang cukup lama. Dalam upaya untuk meminimasi ketidakpuasan nasabah, perusahaan harus mencari strategi bagaimana cara perusahaan dapat memberikan pelayanan yang terbaik buat nasabah atau konsumennya dengan menitikberatkan pada keinginan dan kepuasan pelanggan. Dengan meningkatkan mutu pelayanan oleh suatu perusahaan perbankan merupakan suatu cara yang nyata dalam memenangkan persaingan dan mempertahankan nasabah.

Salah satu metode untuk mengidentifikasi tingkat atau level kualitas pelayanan suatu industri ialah SERVQUAL, SERVQUAL dirancang untuk

mengukur kualitas jasa yang dirasakan oleh responden. SERVQUAL terdiri dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu kehandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), bentuk fisik (*tangible*), empati (*emphaty*) dan daya tanggap (*responsiveness*) dengan menganalisa kesenjangan (*gap*) yang terjadi akibat ketidaksesuaian antara harapan dan persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diterimanya.

1.2 Diagram Keterkaitan Masalah



Gambar 1.1 Diagram Keterkaitan Masalah

1.3 Perumusan Masalah

Sesuai dengan permasalahan yang diungkapkan diatas maka dapat dirumuskan bahwa pelanggan akan merasa puas jika mereka memperoleh kualitas layanan terbaik. Konsep kualitas yang berkembang di bidang perbankan dalam perekonomian telah menjadi faktor pendorong bagi para peneliti untuk melakukan

penelitian terhadap kualitas pelayanan jasa yang diberikan. Pengukuran kualitas pelayanan diperlukan untuk mengetahui keinginan pasien terhadap pelayanan yang telah diberikan, sehingga dapat diketahui sejauh mana kualitas pelayanan yang ditawarkan dapat memuaskan pelanggan dan penyebab timbulnya kesenjangan (*gap*) di antara ekspektasi dan persepsi Nasabah. Hasil pengukuran tersebut dapat menjadi bahan pertimbangan untuk melakukan perbaikan serta peningkatan kualitas pelayanan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah menentukan prioritas perbaikan aspek – aspek kualitas pelayanan PT.Bank X untuk meningkatkan kualitas pelayanannya.

1.5 Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bahasan yang disajikan dalam penelitian ini adalah penilaian kualitas pelayanan PT. Bank X.
2. Responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah Nasabah.
3. Analisa yang dilakukan hanya sebatas analisa hasil pengukuran kualitas pelayanan yang telah dilaksanakan.
4. Metode yang digunakan adalah metode SERVQUAL yang didasari oleh kemampuannya yang menganalisa bagaimana persepsi dan harapan pelanggan serta penggunaannya yang dirancang khusus untuk industri jasa. Analisa dikhususkan hanya pada gap 5 dimensi, dan Metode Analisis Faktor dengan menggunakan *software SPSS 12.0 for Windows*.

1.6 Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini yaitu:

1. Studi literatur, yaitu suatu cara memperoleh data sebagai penunjang dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini penulis mempelajari, menelaah teori-teori serta memahami dan mengutip pendapat para ahli yang relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini dan menambah literatur dari buku-buku dan bahan pustaka lainnya.
2. *Observasi*, merupakan proses pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan penelitian langsung di perusahaan.
3. *Wawancara/interview*, suatu cara pengumpulan data yang dilakukan melalui

wawancara dengan instansi yang terkait atau menanyakan kepada nasabah itu sendiri.

4. *Kuesioner*, merupakan proses pengumpulan data yang diperlukan dengan cara menyebarkan sejumlah kuesioner kepada para pelanggan PT. Bank X yang bersangkutan dalam penelitian. Berikut merupakan metodologi penelitian yang dilakukan penulis :

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika yang digunakan dalam penulisan skripsi ini diuraikan kedalam lima bab, yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Pembatasan Masalah, Metode Penelitian, serta Sistematika Penulisan yang menunjukkan gambaran umum pembahasan masalah.

BAB II DASAR TEORI

Berisi teori-teori dan konsep yang dijadikan dasar berpikir dan penyusunan kerangka pemecahan masalah, seperti konsep jasa, kualitas jasa, kepuasan pelanggan.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berisi mengenai gambaran umum perusahaan, data-data yang diperlukan baik data primer maupun data sekunder, yang kemudian data tersebut diolah sehingga dapat dijadikan suatu informasi dalam menyelesaikan permasalahan yang terjadi.

BAB IV ANALISA

Berisi interpretasi hasil pengolahan data penelitian dengan landasan teori yang dijabarkan dalam landasan teori.

BAB V KESIMPULAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan mengenai yang didapat dari hasil analisis pengolahan data.

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Kualitas

Kualitas adalah bagaimana suatu perusahaan dapat memuaskan kebutuhan konsumennya. Kebutuhan konsumen harus jelas didefinisikan untuk menghindari kesalahpahaman.

Dalam mendefinisikan kualitas produk, ada lima pakar utama dalam manajemen mutu terpadu (*total quality management*) yang saling berbeda pendapat. Di bawah ini dikemukakan pengertian kualitas dari lima pakar TQM :

1. Menurut Juran (Hunt, 1993 : 32), kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kecocokan penggunaan itu didasarkan atas lima ciri utama, yaitu :
 - a. teknologi, yaitu kekuatan atau daya tahan
 - b. psikologis, yaitu citra rasa atau status
 - c. waktu, yaitu kehandalan
 - d. kontraktual, yaitu adanya jaminan
 - e. etika, yaitu sopan santun, ramah dan jujur
2. Crosby (1979 : 58) menyatakan, bahwa kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang diisyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi dan produk jadi.

3. Deming (1982 : 176) menyatakan, bahwa kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar. Perusahaan harus benar – benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan.
4. Feigenbaum (1986 : 7) menyatakan, bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (full customer satisfaction). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.
5. Garvin dan Davis (1994) menyatakan, bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1997 : 564). Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang persepsi pelanggan.

2.2 Jasa

Jasa yang sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa. Valerie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner (1996 : 17) memberikan batasan tentang jasa sebagai berikut :

“service as all economic activities whose output is not a physical product or construction is generally consumed at that time it produced and provides added value in forms (such as convenience, amusement, comfort or health)”

Ini berarti, pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

Jasa didefinisikan oleh Kottler (1996 : 467) sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun¹.

Jasa mempunyai empat karakteristik utama, yaitu :

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa tidak memiliki wujud (*intangible*). Tidak seperti barang yang berbentuk fisik, jasa tidak dapat dilihat, dirasakan, diraba, didengar atau dicium sebelum dibeli. Untuk mengurangi ketidakpastian, konsumen akan mencari tanda atau bukti dari kualitas jasa. Mereka akan menarik kesimpulan mengenai kualitas jasa dari tempat, orang, peralatan, alat komunikasi, symbol dan harga yang mereka lihat.

2. *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Jasa biasanya dihasilkan dan dikonsumsi pada waktu yang bersamaan. Hal ini tidak berlaku pada barang fisik yang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan ke berbagai penjual, kemudian dikonsumsi. Konsumen hadir ketika saat jasa dilakukan, interaksi antara penyedia dan konsumen adalah ciri khusus dari pemasaran jasa.

3. *Variability* (bervariasi)

Jasa bersifat sangat variatif, karena bergantung kepada siapa penyediannya /provider dan kapan serta di mana jasa disediakan. Konsumen menyadari variabilitas yang tinggi dan sering membicarakannya dengan orang lain sebelum memilih penyedia jasa.

4. *Perishability* (mudah lenyap)

Jasa tidak dapat disimpan. Keberadaan nilai jasa hanya ada pada suatu periode waktu tertentu ketika jasa tersebut seharusnya digunakan. Sehingga tidak bisa dilakukan penyimpanan di luar waktu periode jasa tersebut.

¹ Nasution, M, N, *Op.Cit.*, hal 6

2.3 Kualitas Jasa

Ada beberapa definisi yang berbeda mengenai kualitas jasa. Salah Satu yang biasa digunakan sebagai definisi dari kualitas jasa ialah ; suatu tingkat di mana suatu jasa/layanan sesuai dengan kebutuhan atau ekspektasi konsumen (Lewis dan Mitchell,1990; Wisniewski dan Donnelly,1996). Menurut Zeithmal, Parasuraman, dan Berry (1990 : 19) kualitas jasa didefinisikan sebagai :

“The extent of discrepancy between customers expectations or desires and their perceptions.”

Jasa dinilai berkualitas jika memenuhi atau melampaui keinginan konsumen dari jasa tersebut. Kualitas jasa tidak hanya dinilai dari pemenuhan kebutuhan konsumen, namun juga dari cara penyedia jasa tersebut untuk selalu memenuhi dan menyediakan apa yang mungkin tidak dibutuhkan konsumen tapi merupakan keinginan mereka yang terkadang tersirat.

Dalam menentukan kualitas jasa, terdapat dua faktor utama yang mempengaruhinya, yaitu harapan konsumen dan persepsi konsumen terhadap jasa yang diberikan. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten.

Kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama (Gronroos dalam Hutt dan speh, 1992).

a. *Technical Quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas *output* (keluaran) jasa yang diterima pelanggan. Menurut Parasuraman, et al., (dalam Bojonc, 1991), *technical quality* dapat diperinci lagi menjadi :

1. *Search quality*, yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli, misalnya harga.
2. *Experience quality*, yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan setelah membeli atau mengkonsumsi jasa. Contohnya ketepatan waktu, kecepatan pelayanan dan kerapihan hasil.
3. *Credence quality*, yaitu yang sukar dievaluasi pelanggan, meskipun telah mengkonsumsi suatu jasa. Misalnya kualitas operasi jantung.

- b. *Functional quality*, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian suatu jasa.
- c. *Corporate image*, yaitu profit, reputasi, citra umum dan daya tarik khusus suatu perusahaan.

2.3.1 Dimensi Kualitas Jasa

Menurut Zeithmal, Parasuraman dan Berry terdapat sepuluh dimensi yang menentukan kualitas jasa (Parasuraman et al, 1985), yaitu :

1. *Tangibles*
Berupa bukti fisik jasa yang meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, peralatan komunikasi dan tenaga kerja.
2. *Reliability*
Kemampuan untuk memberikan jasa yang telah dijanjikan secara konsisten dan akurat.
3. *Responsiveness*
Kemauan atau kesiapan penyedia jasa untuk membantu pelanggan dan menyediakan layanan dengan segera.
4. *Competence*
Keahlian dan pengetahuan yang dimiliki penyedia jasa dalam melayani konsumen.
5. *Courtesy*
Menunjukkan sikap penyedia jasa, seperti sifat sopan santun, keramahan, perhatian dan penghargaan dari petugas.
6. *Credibility*
Meliputi ketulusan, kepercayaan dan kejujuran penyedia jasa.
7. *Communication*

Kemampuan untuk berbicara dengan cara yang mudah dimengerti oleh konsumen.

8. *Accessibility*

Kemudahan pelayanan yang mudah dijangkau dan dihubungi.

9. *Security*

Rasa bebas dari bahaya, resiko serta keraguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik, finansial dan kerahasiaan.

10. *Understanding the Customer*

Melakukan usaha-usaha untuk mengetahui konsumen dan kebutuhannya.

Dalam perkembangan selanjutnya, yaitu pada tahun 1988, Berry dan Parasuraman (dalam Fitzsimmons, 1994 : 190) menemukan bahwa dari sepuluh dimensi kualitas dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok. Kelima dimensi tersebut meliputi :

1. Bukti langsung (tangibles), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (reliability), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. Daya tanggap (responsiveness), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (assurance), mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu – ragan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2.3.2 Model Kualitas Jasa

Leonard L. Berry, A, Parasuraman, dan Valerie A. Zeithaml (1985) Model kualitas jasa yang dibuat mengidentifikasi lima kesenjangan (gap) yang dapat menyebabkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:

1. *Gap between customer expectation and management perception*

Gap ini mengenai perbedaan yang muncul karena top management tidak mengerti apa yang dianggap sebagai kualitas bagi konsumen. Gap pertama

timbul akibat kurangnya riset pasar, komunikasi yang kurang baik, dan terlalu banyaknya tingkat manajemen. Sehingga pihak manajemen tidak selalu dapat memahami secara tepat apa keinginan pelanggan.

2. *Gap between management perception and service quality specifications*

Gap ini disebabkan karena kurangnya komitmen manajemen pada kualitas pelayanan, standar kerja yang kurang baik dan tidak adanya penetapan tujuan. Sehingga pihak manajemen tak dapat merumuskan dengan tepat bagaimana cara untuk memuaskan pelanggan.

3. *Gap between service quality specifications and service delivery*

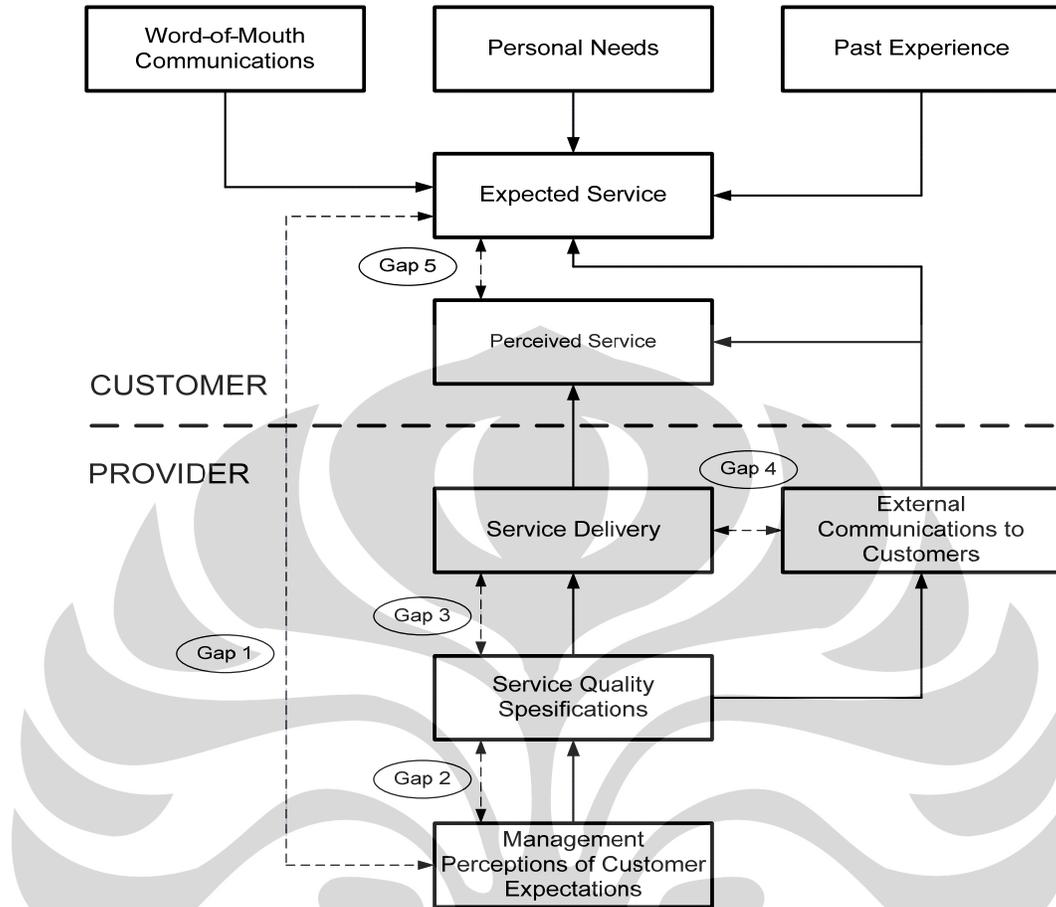
Gap ini terjadi karena beban kerja yang melampaui batas, ketidakpastian pembagian kerja, konflik antar pekerja, serta kemampuan pegawai dan jenis pekerjaan yang tak sesuai. Hal ini menyebabkan pegawai tidak dilatih dengan baik untuk menghadapi pelanggan.

4. *Gap between service delivery and external communication*

Gap ini disebabkan oleh komunikasi yang tidak terarah antara departemen pada suatu perusahaan dan kecenderungan penawaran yang berlebihan sehingga apa yang dijanjikan perusahaan tidak sesuai dengan jasa yang diberikan.

5. *Gap between perceived service and expected service*

Gap yang terjadi karena ada perbedaan antara harapan konsumen terhadap suatu pelayanan dengan apa yang dirasakan konsumen atas pelayanan tersebut.



Gambar 2.1. Service Quality Gap Model
(Sumber: Parasuraman, et al, 1985 : 44)

2.4 Pengukuran Kualitas Jasa

2.4.1 Metode SERVQUAL

Untuk mengukur gap antara harapan dengan persepsi konsumen atas pelayanan yang dirasakan seperti yang terlihat pada gap 5, maka Parasuraman et al. mengembangkan model pengukuran SERVQUAL (Service Quality/Kualitas Jasa). Gap yang terjadi antara ketidaksesuaian kinerja perusahaan dengan harapan pelanggan, di mana hal tersebut yang menjadi dasar pengukuran kualitas jasa.

Metode SERVQUAL bertujuan untuk mengukur lima dimensi kualitas jasa yang merupakan representasi dari sepuluh dimensi yang telah dijelaskan sebelumnya. Kelima dimensi ini disebut dapat disingkat dengan kriteria “RATER”, yaitu :

1. Tangibles (bukti fisik),

2. Reliability (keandalan),
3. Responsiveness (daya tanggap),
4. Assurance (jaminan),
5. Empathy (empati).

SERVQUAL merupakan skala multi-item yang terdiri dari dua kelompok pertanyaan, yaitu kelompok pertanyaan pertama yang bertujuan mengetahui harapan (ekspektasi) pelanggan terhadap layanan yang akan diberikan perusahaan dan kelompok pertanyaan kedua yang bertujuan mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa yang telah mereka terima.

Penilaian kualitas jasa diukur dengan menghitung kesenjangan (gap) yang terjadi akibat perbedaan nilai ekspektasi dan nilai persepsi terhadap kinerja kualitas jasa yang diterima pelanggan. Jika nilai yang didapat bernilai positif berarti perusahaan telah berhasil melebihi harapan para konsumennya dalam pemberian jasa yang berkualitas, untuk nilai yang negatif maka perusahaan harus memperbaiki kualitas jasa mereka, sedangkan untuk nilai nol maka kualitas jasa yang diberikan memenuhi harapan konsumen. Nilai SERVQUAL dihitung dengan rumus :

$$SERVQUAL\ score = Perception\ Score - Expectation\ Score$$

Tabel 2.1 di bawah ini memperlihatkan korelasi antara sepuluh dimensi sebelumnya dengan lima dimensi yang digunakan pada metode SERVQUAL.

Original Ten Dimensions for Evaluating service Quality	Tangibles	Reliability	Responsiveness	Assurance	Empathy
Tangibles					
Reliability					
Responsiveness					
Competence Courtesy Credibility Security					

Access					
Communication					
Understanding the Customer					

Tabel 2.1 Korelasi antara dimensi SERVQUAL dengan sepuluh dimensi dasar

(Sumber: Zeithaml, Parasuraman, Berry, Delivering Quality Service, 1990, hal 25)

Meskipun SERVQUAL hanya menggunakan lima dimensi, mereka tetap tercakup ke dalam sepuluh dimensi dasar dalam kualitas jasa. Definisi kelima dimensi SERVQUAL adalah sebagai berikut :

1. Tangibles, meliputi penampilan fisik, peralatan yang digunakan, personel dan material komunikasi.
2. Reliability, merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan sebelumnya secara baik dan akurat.
3. Responsiveness, merupakan kemauan untuk membantu konsumen dan memenuhi pelayanan yang diminta konsumen dengan segera.
4. Assurance, pengetahuan dan keramahan karyawan dalam melayani konsumen serta kemampuan dalam memberikan kepercayaan dan keyakinan.
5. Empathy, merupakan kepedulian, perhatian yang diberikan secara personal kepada konsumen.

2.4.2 Kuesioner

Kuesioner dapat dibedakan menjadi tiga jenis berdasarkan bentuk dari struktur pertanyaannya, yaitu :

1. Kuesioner terstruktur, yaitu kuesioner yang kemungkinan jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu sehingga responden tidak mempunyai kesempatan memberikan jawaban yang lain.
2. Kuesioner terbuka, yaitu kuesioner yang kemungkinan jawabannya tidak ditentukan terlebih dahulu, responden bebas dalam memberikan jawaban.
3. Kombinasi antara terstruktur dan terbuka, yaitu kuesioner yang jawabannya sudah ditentukan terlebih dahulu lalu terdapat juga pertanyaan terbuka yang memberikan kebebasan dalam menjawab.

Dalam menyusun kuesioner, maka hendaklah mengetahui petunjuk dalam pengerjaanya sehingga kuesioner yang disusun tidak menyulitkan responden.

Petunjuk – petunjuk tersebut adalah sebagai berikut :

- Pertanyaan menggunakan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti.
- Pertanyaan disusun secara jelas dan spesifik.
- Pertanyaan harus berhubungan dengan masalah dan sasaran penelitian.
- Pertanyaan tidak boleh menggiring responden untuk memberikan alternatif jawaban tertentu.
- Hindarkan pertanyaan yang membingungkan atau ambigu.
- Pertanyaan tidak boleh berisi hal – hal yang bersifat pribadi dan sensitive sehingga responden mungkin menolak menjawabnya.
- Hindarkan pertanyaan yang menghendaki pemikiran yang tajam.

2.4.3 Penyusunan Skala

Skala adalah suatu ukuran yang dibuat untuk mengurutkan responden dalam ukuran yang tepat berdasarkan variabel – variabel tertentu. Skala disusun berdasarkan penunjukkan skor pada pola – pola atribut. Skala yang digunakan dalam penelitian ini ialah skala Likert.

Penggunaan skala *likert* amat banyak dalam berbagai penelitian yang dilakukan untuk mencari dan mengukur perilaku, kepuasan, dan perilaku konsumen. Skala ini sudah terbukti mudah dimengerti oleh responden dalam memberikan penilaian terhadap suatu atribut.

Dalam banyak aplikasi, skala *likert* sering kali digunakan sebagai skala interval karena menggunakan rata-rata penilaian (*mean*). Dalam perhitungan skor SERVQUAL digunakan skala *likert*. Dan juga banyak penelitian-penelitian lain yang menggunakan skala *likert*, dan menempatkannya sebagai suatu skala interval.

Dalam skala Likert tidak diminta persetujuannya terhadap sesuatu, tetapi diminta untuk memilih jawaban – jawaban yang tersedia, setiap jawaban ini akan diberi nilai.

PENDAPAT	SKOR
Sangat Penting	5
Penting	4
Biasa Saja	3

Kurang Penting	2
Tidak Penting	1

Tabel 2.2 Skor Skala Likert

Terdapat variasi skala yang mungkin digunakan seperti 1-7, 1-9, 0-4. Semua skala ganjil ini mempunyai nilai tengah yang diberi label netral. Tetapi dapat pula digunakan skala genap. Pada situasi ini, responden dipaksa untuk menentukan apakah mereka puas atau tidak puas dalam pelayanan yang diberikan

2.4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

2.4.4.1 Uji Validitas

Validitas didefinisikan sebagai suatu tingkat kemampuan dari suatu instrumen untuk dapat mengungkapkan sesuatu menjadi sasaran pokok pengukuran. Semakin tinggi validitas suatu alat ukur maka semakin tepat pula alat ukur tersebut mengenai sasarannya. Analisis ini dapat dilakukan dengan mengetahui korelasi tiap – tiap butir pernyataan dengan nilai total yang diperoleh.

Suatu kuesioner dikatakan valid bilamana pernyataan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur dari kuesioner tersebut. Rumus umum untuk menghitung korelasi ini adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \quad 2.1$$

Dengan :

- r_{xy} = koefisien korelasi
- N = jumlah objek uji coba
- X = Butir pernyataan
- Y = faktor yang digunakan dalam penelitian

2.4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kepercayaan terhadap alat pengumpul data. Instrumen yang sudah dapat dipercaya akan menghasilkan

data yang dipercaya pula. Jika ingin memperoleh kepastian bahwa skor dari nilai kuesioner dapat mencerminkan suatu dimensi secara reliabel, maka kuesioner yang dibuat harus menunjukkan reliabilitas yang tinggi. Dalam penelitian ini, penulis memakai metode *Cronbach's alpha* sebagai metode untuk mengukur internal konsistensi setiap butir pernyataan, yang menggambarkan keterkaitan antar tiap pernyataan.

Rumus umum untuk memperkirakan reliabilitas alpha adalah :

$$R_{xy} = \frac{k}{k-1} \times \left(1 - \frac{\sum X_{ii}}{\sum X_{ii} + \sum X_{ij}} \right) \quad 2.2$$

Dengan : $i \neq j$

X_{ii} dan X_{ij} = elemen matriks korelasi

K = jumlah butir dalam dimensi

2.4.5 Penentuan Jumlah Sampel Minimum

Rumus perhitungan untuk menentukan ukuran jumlah sampel minimum adalah :

$$N_o = \left(\frac{\delta \times Z_{\alpha/2}}{e} \right)^2 \quad 2.3$$

Dengan :

N_o = jumlah sampel tanpa *finite population correction*

δ = standar deviasi populasi

$Z_{\alpha/2}$ = *significant level*, nilai distribusi normal untuk $\alpha/2$

α = maksimum penyimpangan rata-rata sampel dari populasi

e = nilai distribusi normal untuk $\alpha/2$

Jika jumlah sampel awal hasil perhitungan di atas mencapai 5 % dari populasi, maka digunakan rumus *finite population correction* sehingga jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{n_o \times N}{N + (n_o - 1)} \quad 2.4$$

Dengan :

- n = jumlah sampel minimum dengan finite population correction
 N = jumlah populasi

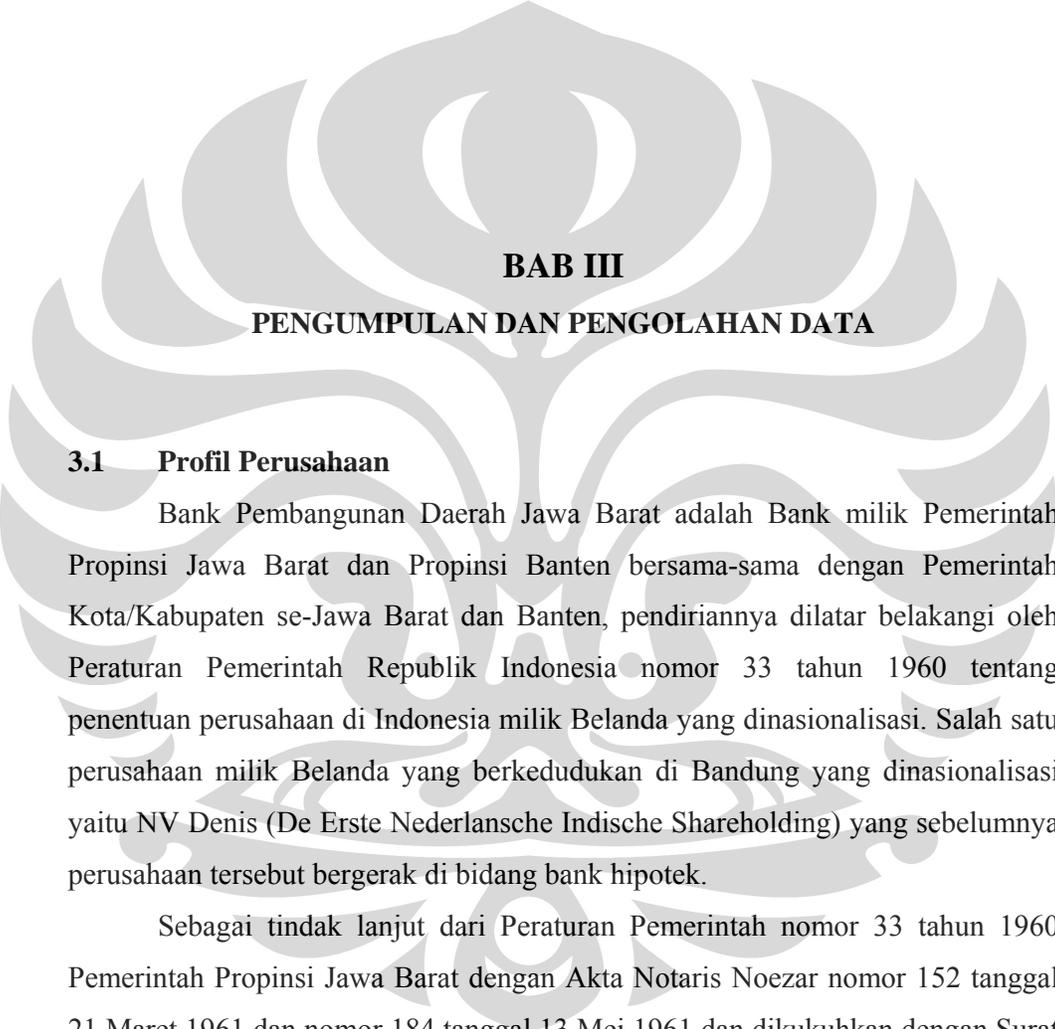
2.6 Service Blueprinting

Alat standar untuk desain proses jasa ialah flowchart, akhir – akhir ini flowchart disebut sebagai blueprinting untuk menekankan pentingnya sebuah desain proses. Salah satu metoda untuk melihat kualitas pelayanan jasa ialah melalui teknik yang dikenal sebagai *service blueprinting*². Tampilan unik dari pelayanan blueprint ialah perbedaan yang dibuat antara tingginya aspek kontak konsumen pada pelayanan (bagian dari proses yang dilihat konsumen) dan aktivitas – aktivitas yang tidak dilihat oleh konsumen. Perbedaan ini dibuat

dengan “*line of visibility*” pada *flowchart*. Teknik *blueprinting* digunakan untuk melihat sebuah proses, dan teknik ini sangat cocok untuk menggambarkan dan menganalisa proses yang terjadi dalam suatu organisasi.

Langkah pembuatan *blueprint* :

1. Identifikasi proses yang akan di blueprint
2. Identifikasi pelanggan atau segmen pelanggan
3. Petakan aktivitas proses dari sisi/pandangan pelanggan
4. Petakan aktivitas para karyawan dan/atau aktivitas teknologi yang melakukan kontak dengan pelanggan (secara langsung maupun tidak langsung)
5. Hubungkan kontak aktifitas dengan fungsi pendukung (*support functions*), sesuai dengan keterkaitannya.



BAB III

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

3.1 Profil Perusahaan

Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat adalah Bank milik Pemerintah Propinsi Jawa Barat dan Propinsi Banten bersama-sama dengan Pemerintah Kota/Kabupaten se-Jawa Barat dan Banten, pendiriannya dilatar belakangi oleh Peraturan Pemerintah Republik Indonesia nomor 33 tahun 1960 tentang penentuan perusahaan di Indonesia milik Belanda yang dinasionalisasi. Salah satu perusahaan milik Belanda yang berkedudukan di Bandung yang dinasionalisasi yaitu NV Denis (De Erste Nederlansche Indische Shareholding) yang sebelumnya perusahaan tersebut bergerak di bidang bank hipotek.

Sebagai tindak lanjut dari Peraturan Pemerintah nomor 33 tahun 1960 Pemerintah Propinsi Jawa Barat dengan Akta Notaris Noezar nomor 152 tanggal 21 Maret 1961 dan nomor 184 tanggal 13 Mei 1961 dan dikukuhkan dengan Surat Keputusan Gubernur Propinsi Jawa Barat nomor 7/GKDH/BPD/61 tanggal 20 Mei 1961, mendirikan PT Bank Karya Pembangunan dengan modal dasar untuk pertama kali berasal dari dana Kas Daerah sebesar Rp. 2.500.000,00.

Untuk menyempurnakan kedudukan hukum Bank Karya Pembangunan Daerah Jawa Barat, dikeluarkan Peraturan Daerah Propinsi Jawa Barat nomor

11/PD-DPRD/72 tanggal 27 Juni 1972 tentang kedudukan hukum Bank Karya Pembangunan Daerah Jawa Barat sebagai perusahaan daerah yang berusaha di bidang perbankan.

Selanjutnya melalui Peraturan Daerah Propinsi Jawa Barat nomor 1/DP-040/PD/1978 tanggal 27 Juni 1978, nama PD. Bank Karya Pembangunan Daerah Jawa Barat diubah menjadi Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat. Pada tahun 1992 aktivitas Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat ditingkatkan menjadi Bank Umum Devisa berdasarkan Surat Keputusan Direksi Bank Indonesia Nomor 25/84/KEP/DIR tanggal 2 November 1992.

Dalam rangka mengikuti perkembangan perekonomian dan perbankan, maka berdasarkan Perda nomor 22 Tahun 1998 dan Akta Pendirian Nomor 4 Tanggal 8 April 1999 berikut Akta Perbaikan Nomor 8 Tanggal 15 April 1999 yang telah disahkan oleh Menteri Kehakiman RI Tanggal 16 April 1999, bentuk hukum Bank X diubah dari Perusahaan Daerah (PD) menjadi Perseroan Terbatas (PT). Dalam rangka memenuhi permintaan masyarakat akan jasa layanan perbankan yang berdasarkan Syariah, maka sesuai dengan izin Bank Indonesia No. 2/18/DpG/DPIP tanggal 12 April 2000.

Sejak tanggal 15 April 2000 Bank X menjadi Bank Pembangunan Daerah pertama di Indonesia yang menjalankan dual banking system, yaitu memberikan layanan perbankan dengan system konvensional dan dengan system syariah. Untuk memberikan keleluasaan dalam melaksanakan ekspansi usaha, berdasarkan hasil Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) yang diselenggarakan pada tanggal 16 April 2001, disetujui peningkatan modal dasar Bank X menjadi Rp. 1 triliun. Selanjutnya berdasarkan hasil keputusan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) yang diselenggarakan pada tanggal 14 April 2004 dengan Akta No. 10 tanggal 14 April 2004, modal dasar Bank X dinaikkan dari Rp. 1 triliun menjadi Rp. 2 triliun. Melihat perkembangan yang terus meningkat dan prospek usaha yang terus membaik maka pada Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) yang diselenggarakan pada tanggal 5 April 2006 ditetapkan bahwa modal dasar Bank X naik dari Rp. 2 triliun menjadi Rp. 4 triliun.

3.2 Visi, Misi dan Tujuan Bank

3.2.1 Visi PT. Bank X

Menjadi Bank yang terbesar dan sehat yang berkantor pusat di Bandung.

3.2.2 Misi dan fungsi

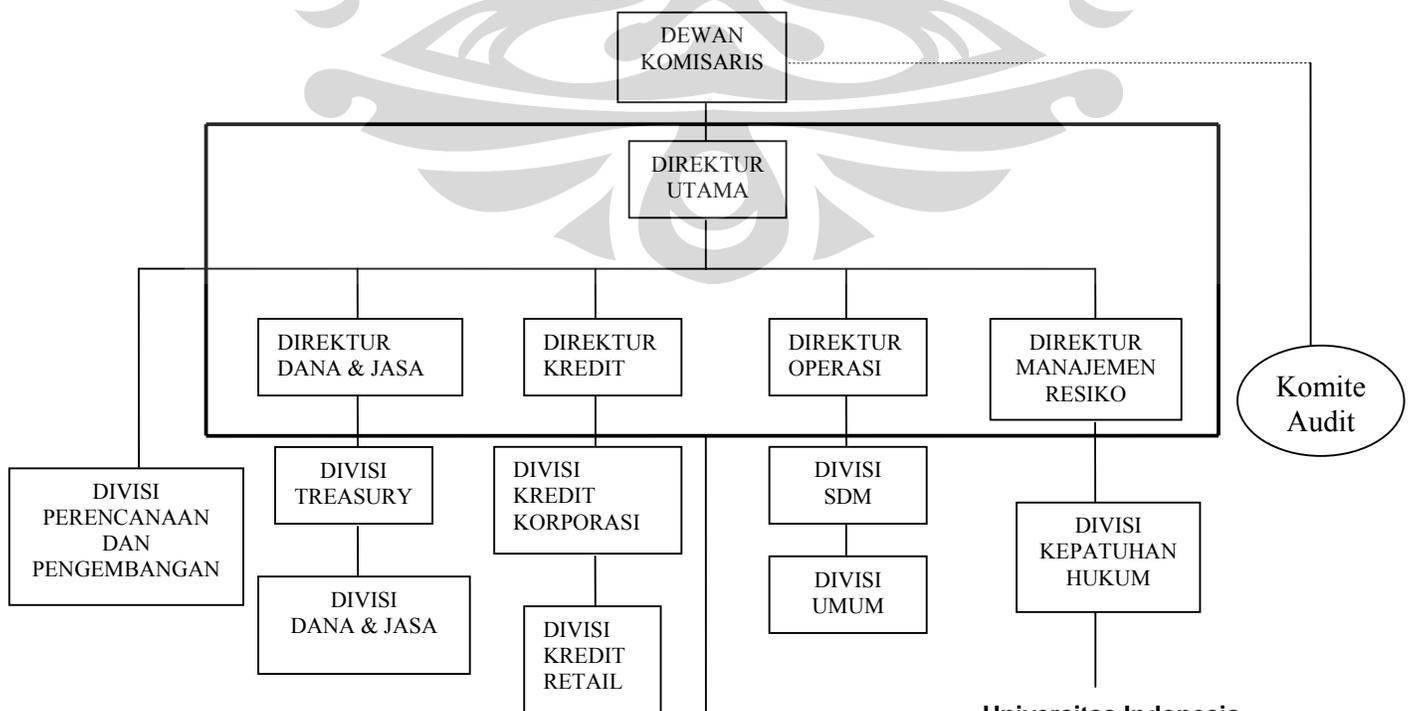
PT. Bank X sebagai salah satu alat kelengkapan otonomi daerah mempunyai misi dan fungsi, sebagai berikut :

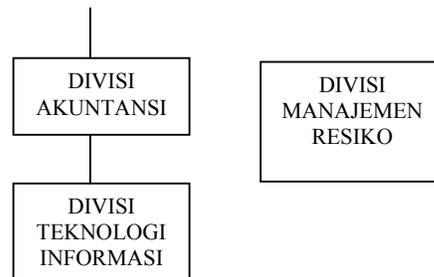
1. Penggerak dan pendorong laju pembangunan di daerah.
2. Melaksanakan penyimpanan uang daerah.
3. Salah satu sumber pendapatan asli daerah.
4. Bank Pembangunan Daerah (BPD) berperan dalam pembangunan daerah, membantu kredit – kredit kecil.

3.2.3 Tujuan PT. Bank X

PT. Bank X mempunyai tujuan menjadi bank yang terpercaya dengan pelayanan professional dan modern.

3.3 Struktur Organisasi cabang PT. Bank X





Gambar 3.1 Struktur organisasi cabang utama PT. Bank X

3.4 Profil karyawan cabang PT. Bank X

Profil Tingkat Pendidikan Karyawan PT. Bank X

Persentase Tingkat Pendidikan :

20 % SMA

32.5 % Program Diploma (D3)

42.5 % Gelar Sarjana (S1)

5 % Gelar Master (S2)

Berdasarkan profil tingkat pendidikan karyawan di atas, ternyata dalam menanggapi perkembangan teknologi masih ada sebagian karyawan yang kurang berusaha untuk menguasai teknologi tersebut, sehingga ini dapat menghambat perusahaan untuk berkembang

3.5 Pelayanan perbankan di PT. Bank X

Pada tabel 3.1 di bawah ini ialah jumlah transaksi dari tahun 2006 sampai tahun 2008.

Tabel 3.1 Data jumlah Transaksi

No	Tahun	Bulan	Jumlah Nasabah	Tahun	Bulan	Jumlah Nasabah	Tahun	Bulan	Jumlah Nasabah

1	2006	Januari	4230	2007	Januari	4860	2008	Januari	5770
2		Februari	4910		Februari	4630		Februari	4930
3		Maret	4450		Maret	5600		Maret	5090
4		April	4340		April	5270		April	5030
5		Mei	4870		Mei	5210		Mei	5330
6		Juni	4500		Juni	5500		Juni	4520
7		Juli	4950		Juli	5220		Juli	5200
8		Agustus	5140		Agustus	4850		Agustus	5040
9		September	5220		September	5300		September	3900
10		Oktober	4600		Oktober	4530		Oktober	4450
11		November	5090		November	4900		November	5210
12		Desember	5640		Desember	4910		Desember	5060
		Jumlah	57940		Jumlah	60780		Jumlah	59530

3.5 Persiapan Pengumpulan Data

3.5.1 Identifikasi Atribut Penelitian

Pada tahap ini dilakukan identifikasi atribut penelitian yang mencerminkan ekspektasi Nasabah akan sebuah Bank. Atribut ini merupakan hasil brainstorming dengan pihak Bank, Atribut ini merupakan penjabaran dari 5 dimensi yang digunakan dalam penelitian mengenai SERVQUAL, dimensi ini dijabarkan sebagai berikut :

1. *Tangibles*

- Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu nasabah dan lingkungannya
- Produk dan jasa layanan disediakan lengkap (tabungan, deposito, kredit, dll.)
- Kejelasan tanda-tanda tempat dilingkungan Bank (penyetoran, penarikan, penukaran mata uang, customer service, dll)
- Kelengkapan ruang pelayanan (alat tulis, koran, TV, dll)
- Ketersediaan tempat parkir yang luas
- Karyawan selalu berpenampilan rapi dan sopan

2. *Assurance*

- Kemampuan bank menyelesaikan masalah nasabah
- Adanya rasa aman, nyaman dan tenang pada saat bertransaksi
- Adanya keamanan dan kerahasiaan dana yang disimpan
- Adanya keamanan disekitar lokasi bank
- Keterampilan Karyawan dalam melakukan transaksi
- Karyawan mengerti dan mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan

3. *Responsiveness*

- Kecepatan dan keterampilan petugas penerimaan nasabah
- Kecepatan dan keterampilan petugas informasi dalam melayani nasabah
- Kemudahan proses menabung, deposito dan kredit bank
- Karyawan selalu cepat tanggap dalam membantu melayani nasabah
- Tersedianya fasilitas pembayaran rekening (contoh: listrik, telpon, pajak, dll)
- Adanya jaringan link dan ATM bersama dengan bank lain

4. *Empathy*

- Bank selalu memberi informasi mengenai produk dan jasa layanannya.
- Adanya bonus atau hadiah yang menarik bagi nasabah.
- Bank cepat tanggap dalam menanggapi keluhan, kritik dan saran nasabah
- Karyawan memiliki keramahan dan kesopanan dalam pelayanan.
- Keamanan dan kenyamanan lokasi Bank ketika menunggu transaksi.
- Kemudahan dalam mencapai lokasi Bank.

5. *Reliability*

- Penghitungan dan pencatatan hasil transaksi yang benar dan akurat
- Karyawan selalu menepati janji yang telah diberikan
- Pelayanan sama rata kepada semua nasabah
- Transaksi dapat diselesaikan dalam waktu relatif cepat

3.5.2 **Penyusunan Kuesioner**

Penyusunan kuesioner bertujuan untuk memperoleh data – data dari nasabah untuk mengetahui ekspektasi dan persepsi nasabah. Kuesioner dibagi menjadi 3 bagian, bagian pertama untuk mengukur ekspektasi, bagian kedua untuk mengukur persepsi nasabah dan bagian ketiga mengukur tingkat kepentingan dari tiap dimensi. Contoh kuesioner yang disebarkan pada nasabah dapat dilihat pada lampiran 1.

3.5.2.1 **Penyusunan Skala Kuesioner**

Seperti yang telah dijelaskan pada bab 2, dalam kuesioner ini digunakan ukuran skala *likert* 1 hingga 4 untuk menilai tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan pelayanan Bank kepada nasabah. Pada umumnya skala likert mempunyai ukuran 1 hingga 5, tetapi dalam penelitian menghilangkan nilai tengah yang diberi label netral ataupun biasa saja. Pada situasi ini, responden

dipaksa untuk menentukan apakah mereka puas atau tidak puas dalam pelayanan yang diberikan.

3.5.2.2 Pilot Sample

Sebelum kuesioner disebarluaskan, maka terlebih dahulu disebarluaskan kuesioner percobaan untuk menilai tingkat kemudahan pemahaman isi kuesioner. Penyebaran pilot sample dilakukan pada tanggal 8 Juni 2009 Apabila responden merasa kesulitan dalam memahami isi kuesioner, maka bahasa dalam kuesioner perlu diperbaiki atau jika perlu atribut kuesioner tersebut dihilangkan. Responden yang dipilih ialah nasabah bank. Jumlah kuesioner yang disebar dalam pilot sample adalah 35 dan jumlah kuesioner yang kembali adalah 25. Sedangkan kuesioner yang diisi lengkap sebanyak 24 kuesioner. Setelah kuesioner dinyatakan valid dan reliable, kemudian kuesioner disebarluaskan kembali kepada responden hingga mencapai jumlah sampel minimum.

- **Uji validitas**

Uji validitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur ini dapat mengukur apa yang ingin kita ukur. Pengujian ini dilakukan dengan mengkorelasikan butir pernyataan dengan nilai total dari 24 responden sebagai pilot sample. Langkah yang dilakukan :

1. Menentukan hipotesis
 - H_0 = terdapat korelasi antara setiap butir pernyataan dan skor penilaian total
 - H_1 = tidak terdapat korelasi antara butir pernyataan dan skor penilaian total
2. Menentukan nilai r kritis tabel

Nilai r kritis didapat dari r Product moment yang dapat dilihat dalam lampiran 2 dengan taraf signifikan (α) 5 % dengan jumlah sampel 24, maka $r_{24} = 0,404$.
3. Mencari r hasil.
4. Mengambil keputusan.

Terima H_0 jika $r \text{ hasil} > r \text{ kritis}$, dan sebaliknya.
5. Keputusan

Setelah dilakukan pencarian korelasi (r) untuk setiap butir pernyataan (lampiran 3), maka dapat dilihat dalam tabel 3.2 dan tabel 3.3 Bahwa r hasil lebih besar daripada r kritis. Jadi dapat disimpulkan bahwa H_0 diterima yang

berarti terdapat korelasi antara setiap butir pertanyaan dengan skor penilaian total.

Tabel 3.2 Uji validitas pernyataan ekspektasi

No Pernyataan	Koef Korelasi	Hasil	No Pertanyaan	Koef Korelasi	Hasil
T1	0,54	Valid	RS3	0,84	Valid
T2	0,58	Valid	RS4	0,72	Valid
T3	0,59	Valid	RS5	0,92	Valid
T4	0,59	Valid	RS6	0,79	Valid
T5	0,59	Valid	E1	0,58	Valid
T6	0,69	Valid	E2	0,84	Valid
A1	0,61	Valid	E3	0,76	Valid
A2	0,79	Valid	E4	0,92	Valid
A3	0,92	Valid	E5	0,83	Valid
A4	0,83	Valid	E6	0,88	Valid
A5	0,83	Valid	RE1	0,81	Valid
A6	0,74	Valid	RE2	0,90	Valid
RS1	0,71	Valid	RE3	0,68	Valid
RS2	0,81	Valid	RE4	0,88	Valid

Tabel 3.3 Uji validitas pernyataan persepsi

No Pertanyaan	Koef Korelasi	Hasil	No Pertanyaan	Koef Korelasi	Hasil
T1	0,54	Valid	RS3	0,63	Valid
T2	0,54	Valid	RS4	0,61	Valid
T3	0,49	Valid	RS5	0,77	Valid
T4	0,45	Valid	RS6	0,56	Valid
T5	0,48	Valid	E1	0,55	Valid
T6	0,73	Valid	E2	0,74	Valid
A1	0,76	Valid	E3	0,50	Valid
A2	0,59	Valid	E4	0,57	Valid
A3	0,52	Valid	E5	0,67	Valid
A4	0,56	Valid	E6	0,77	Valid
A5	0,69	Valid	RE1	0,44	Valid
A6	0,53	Valid	RE2	0,45	Valid
RS1	0,51	Valid	RE3	0,56	Valid
RS2	0,68	Valid	RE4	0,57	Valid

- **Uji Reliabilitas**

Pengujian realibilitas dilakukan dengan metode *Cronbach's Alpha* terhadap data yang diperoleh pada pilot sample. Perhitungan analisa realibilitas dapat dilakukan dengan menggunakan program *SPSS for windows*, kemudian akan diperoleh koefisien *alpha* (α) Cronbach. Pada SPSS nilai *alpha* yang memenuhi ialah sebesar 0,7. Berarti pernyataan dapat memenuhi uji realibilitas jika nilai *alpha* melebihi 0,7.

Hasil perhitungan SPSS untuk mendapatkan nilai *alpha* dapat dilihat pada lampiran 4, dari hasil tersebut dapat diketahui nilai *alpha* yang diperoleh untuk pilot sample ialah sebagai berikut :

1. Nilai Alpha untuk pernyataan ekspektasi = 0,9709
2. Nilai Alpha untuk pernyataan persepsi = 0,9266

Dari kedua nilai tersebut dapat diketahui bahwa untuk pernyataan ekspektasi dan pernyataan persepsi mempunyai nilai lebih dari 0,7. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner sudah reliable dan dapat digunakan untuk penelitian ini.

3.5.2.3 Perhitungan Jumlah sampel minimum

Untuk mengetahui jumlah sampel minimum digunakan standar deviasi terbesar dari data yang telah didapat pada pilot sample. Nilai standar populasi didapat dari estimasi standar deviasi sampel, standar deviasi pilot sample ialah 0,479 (Lampiran 5). Nilai Z yang dipergunakan ialah 1,96 yaitu berdasarkan dari tabel distribusi normal untuk tingkat kepercayaan 95%. Sedangkan tingkat kesalahan (error) yang diinginkan sebesar 10%, ini adalah toleransi terjadinya penyimpangan dari nilai sebenarnya. Rumus yang digunakan adalah :

$$no = \frac{\delta^2 Z^2}{e^2}$$

$$no = \frac{0,479^2 1,96^2}{0,1^2} = 88,14$$

Jadi jumlah sampel minimum yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebesar 90

3.6 Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada nasabah bank di Bank X secara random, data yang diperoleh dapat dilihat pada lampiran 6. Penyebaran kuesioner dilaksanakan pada tanggal 9 sampai 13 juni 2009. Setelah kuesioner disebar dan terkumpul kembali maka akan dilakukan perhitungan untuk mengetahui :

- Nilai ekspektasi nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank X.
- Nilai persepsi nasabah terhadap kinerja pelayanan Bank X
- Nilai tingkat kepentingan
- Nilai kualitas pelayanan

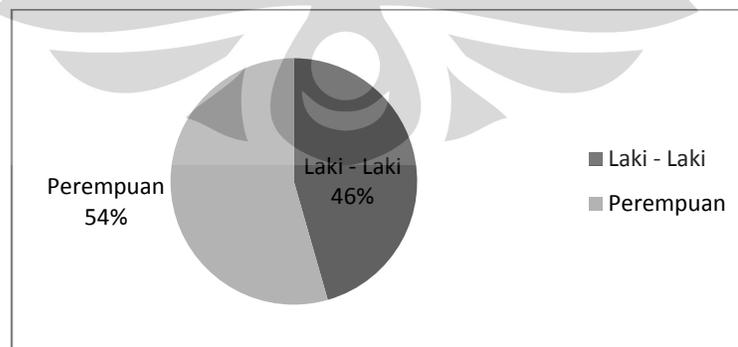
3.6.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden didapatkan dari kuesioner yang telah disebar, berupa informasi pribadi. Berikut adalah tabel penyebaran dan diagram lingkaran data informasi responden :

1. Jenis kelamin

Tabel 3.4 Persebaran jenis kelamin responden

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki - Laki	41
Perempuan	49



Gambar 3.1 Diagram lingkaran jenis kelamin responden

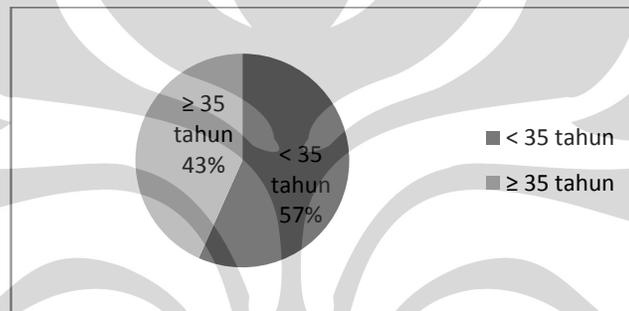
Dari diagram lingkaran di atas dapat dilihat bahwa proporsi nasabah pria dan wanita yang menjadi responden adalah hampir sama.

2. Usia

Tabel 3.5 Persebaran usia responden

Usia	Jumlah
< 35 tahun	51
≥ 35 tahun	39

Dari tabel di atas terlihat bahwa mayoritas responden berusia di bawah 35 tahun.

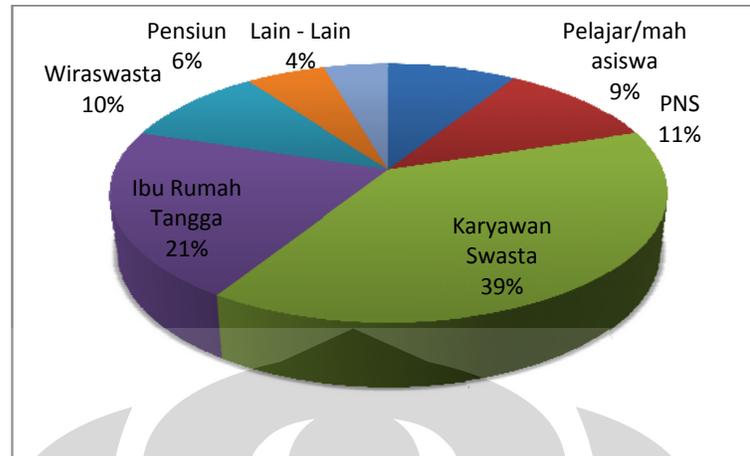


Gambar 3.2 Diagram lingkaran usia responden

3. Pekerjaan

Tabel 3.6 Persebaran pekerjaan responden

Pekerjaan	Jumlah
Pelajar/mahasiswa	8
PNS	10
Karyawan Swasta	35
Ibu Rumah Tangga	19
Wiraswasta	9
Pensiun	5
Lain - Lain	4

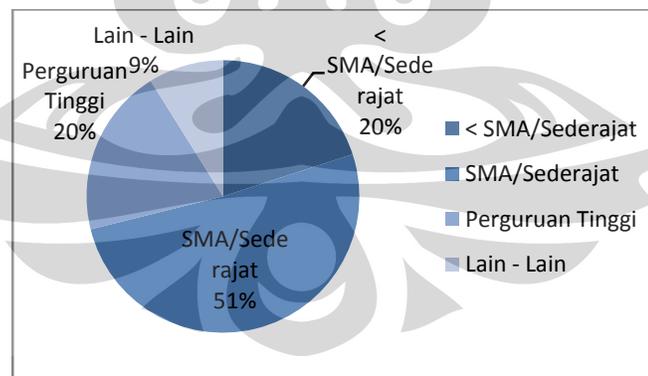


Gambar 3.3 Diagram lingkaran pekerjaan responden

5. Pendidikan

Tabel 3.7 Persebaran pendidikan responden

Pendidikan Terakhir	Jumlah
< SMA/Sederajat	18
SMA/Sederajat	46
Perguruan Tinggi	18
Lain - Lain	8



Gambar 3.4 Diagram lingkaran pekerjaan responden

3.6.2 Nilai Ekspektasi nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank X

Untuk mendapatkan nilai ekspektasi nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank X untuk setiap atribut pelayanan adalah dengan cara menghitung rata – rata bobot penilaian nasabah. Rumus perhitungan nilai ekspektasi nasabah adalah sebagai berikut :

$$TH_i = \frac{(H_1 \times 1) + (H_2 \times 2) + (H_3 \times 3) + (H_4 \times 4)}{N}$$

Dimana :

TH_i = Nilai ekspektasi nasabah terhadap atribut pelayanan i

H_1 = Jumlah nasabah dengan jawaban “tidak penting”

H_2 = Jumlah nasabah dengan jawaban “kurang penting”

H_3 = Jumlah nasabah dengan jawaban “penting”

H_4 = Jumlah nasabah dengan jawaban “sangat penting”

N = jumlah total responden

Di bawah ini ialah tabel 3.8 hasil perhitungan nilai ekspektasi nasabah terhadap seluruh atribut pelayanan Bank X (lampiran 7).

Tabel 3.8 Nilai ekspektasi setiap pernyataan

No	Pelayanan dan Fasilitas	Nilai Ekspektasi
	Tangible (bentuk fisik)	
1	Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu nasabah dan lingkungannya	3,88
2	Produk dan jasa layanan disediakan lengkap (tabungan, deposito, dll.)	3,87
3	Kejelasan tanda-tanda tempat dilingkungan Bank (penyetoran, penarikan, penukaran mata uang, customer service, dll)	3,84
4	Kelengkapan ruang pelayanan (alat tulis, Koran, TV, dll).	3,58
5	Ketersediaan tempat parkir yang luas.	3,61
	Karyawan selalu berpenampilan rapi dan sopan	3,54
	Assurance (jaminan)	
7	Keterampilan karyawan dalam melakukan transaksi	3,71
8	Adanya rasa aman, nyaman dan tenang pada saat bertransaksi	3,83
9	Adanya keamanan dan kerahasiaan dana yang disimpan	4,00
10	Adanya keamanan disekitar lokasi bank	3,93
11	Kemampuan bank menyelesaikan masalah nasabah.	3,95
12	Karyawan mengerti dan mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan	3,90

Responsiveness (Ketanggap)		
13	Kecepatan dan keterampilan petugas penerimaan nasabah	3,53
14	Adanya jaringan link dan ATM bersama Bank lain	3,75
15	Kemudahan proses menabung, deposito dan kredit bank	3,92
16	Karyawan selalu cepat tanggap dalam membantu melayani nasabah	3,86
17	Tersedianya fasilitas pembayaran rekening (contoh: listrik,telpon,pajak,dll)	3,82
18	Kecepatan dan keterampilan petugas informasi dalam melayani nasabah.	3,73
Empathy (kepedulian)		
19	Bank selalu memberi informasi mengenai produk dan jasa layanannya	3,86
20	Adanya bonus atau hadiah yang menarik bagi nasabah	3,84
21	Kemudahan dalam mencapai lokasi Bank	3,57
22	Karyawan memiliki keramahan dan kesopanan dalam pelayanan	3,83
23	Keamanan dan kenyamanan lokasi Bank ketika menunggu transaksi.	3,82
24	Bank cepat tanggap dalam menanggapi keluhan, kritik dan saran nasabah.	3,74
Reliability (keandalan)		
25	Pelayanan sama rata kepada semua nasabah	3,91
26	Karyawan selalu menepati janji yang telah diberikan	3,75
27	Penghitungan dan pencatatan hasil transaksi yang benar dan akurat.	3,86
28	Transaksi dilakukan dalam waktu relatif cepat	3,80

Contoh perhitungan nilai ekspektasi pada tabel di atas dilakukan pada pernyataan mengenai kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu nasabah dan lingkungannya.

$$H_1 = 0 ; H_2 = 0 ; H_3 = 10 ; H_4 = 80$$

$$TH_1 = \frac{(0 \times 1) + (0 \times 2) + (10 \times 3) + (80 \times 4)}{90} = \frac{350}{90} = 3,88$$

Pada tabel 3.8 terlihat nilai ekspektasi terhadap semua atribut. Kemudian selanjutnya akan dilakukan perhitungan terhadap masing – masing dimensi kualitas pelayanan dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$H_{ij} = \frac{\sum TH_{ij}}{n_i}$$

Dimana :

H_{ij} = Nilai ekspektasi nasabah pada dimensi j

TH_{ij} = Nilai ekspektasi nasabah terhadap atribut pelayanan i

n_i = Jumlah atribut dalam dimensi j

Sebagai contoh, diperlihatkan cara perhitungan untuk nilai ekspektasi terhadap dimensi tangible.

$$TH_1 = 3,88 ; TH_2 = 3,87 ; TH_3 = 3,84 ; TH_4 = 3,58 ; TH_5 = 3,61 ; TH_6 = 3,54$$

$$H_{\text{tangible}} = \frac{3,88+3,87+3,84+3,58+3,61+3,54}{6} = 3,72$$

Tabel 3.9 di bawah terlihat rangkuman dari nilai – nilai ekspektasi nasabah terhadap kelima dimensi.

Tabel 3.9 Nilai ekspektasi terhadap kelima dimensi

Dimensi	Nilai Ekspektasi
Tangible	3,01
Assurance	3,48
Responsiveness	3,02
Empathy	3,23
Reliability	3,09

3.6.3 Nilai Persepsi Nasabah Terhadap Kinerja Pelayanan Bank X

Seperti pada perhitungan nilai ekspektasi, nilai persepsi nasabah terhadap kinerja pelayanan Bank X untuk setiap atribut pelayanan dan dimensinya dapat dicari dengan rumus :

$$TP_i = \frac{(P_1 \times 1) + (P_2 \times 2) + (P_3 \times 3) + (P_4 \times 4)}{N}$$

Dimana :

- TP_i = Nilai persepsi nasabah terhadap atribut pelayanan i
- P₁ = Jumlah nasabah dengan jawaban “tidak memuaskan”
- P₂ = Jumlah nasabah dengan jawaban “kurang memuaskan”
- P₃ = Jumlah nasabah dengan jawaban “memuaskan”
- P₄ = Jumlah nasabah dengan jawaban “sangat memuaskan”
- N = Jumlah total responden

Contoh perhitungan untuk mendapatkan nilai persepsi untuk pernyataan kecepatan dan keterampilan petugas penerimaan nasabah adalah sebagai berikut :

$$P_1 = 2 ; P_2 = 6 ; P_3 = 64 ; P_4 = 18$$

$$TP_1 = \frac{(2 \times 1) + (6 \times 2) + (64 \times 3) + (18 \times 4)}{90} = \frac{277}{90} = 3,07$$

Pada tabel 3.11 di bawah ini dapat dilihat rangkuman perhitungan nilai persepsi untuk setiap pernyataan pelayanan Bank X.

Tabel 3.11 Nilai Persepsi setiap pernyataan

No	Pelayanan dan Fasilitas	Nilai Persepsi
	Tangible (bentuk fisik)	
1	Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu nasabah dan lingkungannya	3,20
2	Produk dan jasa layanan disediakan lengkap (tabungan, deposito, dll.)	3,05
3	Kejelasan tanda-tanda tempat dilingkungan Bank (penyetoran, penarikan, penukaran mata uang, customer service, dll)	3,11
4	Kelengkapan ruang pelayanan (alat tulis, Koran, TV, dll).	2,87
5	Ketersediaan tempat parkir yang luas.	3,05
6	Karyawan selalu berpenampilan rapi dan sopan	2,78
	Assurance (jaminan)	
7	Keterampilan karyawan dalam melakukan transaksi	3,12
8	Adanya rasa aman, nyaman dan tenang pada saat bertransaksi	3,64
9	Adanya keamanan dan kerahasiaan dana yang disimpan	3,73
10	Adanya keamanan disekitar lokasi bank	3,66
11	Kemampuan bank menyelesaikan masalah nasabah.	3,66
12	Karyawan mengerti dan mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan	3,12
	Responsiveness (Ketanggapan)	
13	Kecepatan dan keterampilan petugas penerimaan nasabah	3,07
14	Adanya jaringan link dan ATM bersama Bank lain	3,05
15	Kemudahan proses menabung, deposito dan kredit bank	3,17
16	Karyawan selalu cepat tanggap dalam membantu melayani nasabah	2,55
17	Tersedianya fasilitas pembayaran rekening (contoh: listrik, telpon, pajak, dll)	3,13
18	Kecepatan dan keterampilan petugas informasi dalam melayani nasabah.	3,15
	Empathy (kepedulian)	
19	Bank selalu memberi informasi mengenai produk dan jasa layanannya	3,48
20	Adanya bonus atau hadiah yang menarik bagi nasabah	3,26
21	Kemudahan dalam mencapai lokasi Bank	3,02
22	Karyawan memiliki keramahan dan kesopanan dalam pelayanan	3,31
23	Keamanan dan kenyamanan lokasi Bank ketika menunggu transaksi.	3,21
24	Bank cepat tanggap dalam menanggapi keluhan, kritik dan saran nasabah.	3,11

Reliability (keandalan)		
25	Pelayanan sama rata kepada semua nasabah	3,13
26	Karyawan selalu menepati janji yang telah diberikan	3,08
27	Penghitungan dan pencatatan hasil transaksi yang benar dan akurat.	3,04
28	Transaksi dapat diselesaikan dalam waktu relatif cepat	3,14

Setelah didapat nilai persepsi untuk setiap atribut pelayanan, maka kemudian dilakukan perhitungan nilai persepsi nasabah terhadap masing – masing dimensi kualitas pelayanan dengan menggunakan rumus :

$$P_{ij} = \frac{\sum TP_{ij}}{n_i}$$

Dimana :

P_{ij} = Nilai persepsi nasabah pada dimensi j

TP_{ij} = Nilai persepsi nasabah terhadap atribut pelayanan i

n_i = Jumlah atribut dalam dimensi j

Sebagai contoh diperlihatkan cara perhitungan untuk nilai persepsi terhadap dimensi assurance.

$TP_1 = 3,12$; $TP_2 = 3,64$; $TP_3 = 3,73$; $TP_4 = 3,66$; $TP_5 = 3,66$; $TP_6 = 3,12$

$$P_{assurance} = \frac{3,12+3,64+3,73+3,66+3,66+3,12}{6} = 3,48$$

Tabel 3.10 di bawah terlihat rangkuman dari nilai – nilai persepsi nasabah terhadap kelima dimensi.

Tabel 3.10 Nilai persepsi terhadap kelima dimensi

Dimensi	Nilai Persepsi
Tangible	3,01
Assurance	3,48
Responsiveness	3,02
Empathy	3,23
Reliability	3,09

3.6.4 Nilai Kualitas Pelayanan

Penilaian terhadap kualitas pelayanan dimaksudkan untuk menentukan prioritas tindakan perbaikan yang harus dilakukan oleh Bank X, sehingga didapatkan peningkatan kinerja pelayanannya. Penilaian ini didapatkan dari perhitungan terhadap nilai ekspektasi maupun nilai persepsi pada setiap dimensi yang telah dilakukan sebelumnya. Data ditampilkan dalam tabel yang akan dihitung rata – rata keseluruhan, hal ini bertujuan untuk mengetahui kontribusi tiap – tiap dimensi dalam nilai kualitas pelayanan.

Untuk memperoleh nilai kualitas pelayanan, dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu :

- a. SERVQUAL score, dimana nilai kualitas pelayanan didapatkan dari selisih nilai ekspektasi dengan nilai persepsi, seperti terlihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 3.11 SERVQUAL Score

Dimensi	Nilai Ekspektasi	Nilai Persepsi	SERVQUAL Score
Tangible	3,720	3,010	-0,710
Assurance	3,886	3,488	-0,398
Responsiveness	3,768	3,020	-0,748
Empathy	3,776	3,231	-0,545
Reliability	3,830	3,097	-0,733
Rata – Rata	3,796	3,169	-0,628

Sebagai contoh perhitungan untuk mendapatkan SERVQUAL Score pada dimensi reliability.

$$\text{SERVQUAL Score} = \text{Nilai Persepsi} - \text{Nilai Ekspektasi}$$

$$\text{SERVQUAL Score}_{\text{reliability}} = 3,830 - 3,097 = -0,733$$

- b. Weighted SERVQUAL Score (WSC), dalam perhitungan WSC dilakukan pembobotan dengan mengali nilai kualitas pelayanan (SERVQUAL Score) yang telah dihitung sebelumnya dengan nilai tingkat kepentingan nasabah untuk setiap dimensinya.

$$\text{WSC} = \text{SERVQUAL Score} \times \text{Nilai Tingkat Kepentingan}$$

Contoh perhitungan WSC pada dimensi Assurance :

$$\text{WSC}_{\text{assurance}} = -0,398 \times 12,71\% = -0,050$$

Tabel 3.12 Weighted SERVQUAL Score

Dimensi	Nilai Ekspektasi	Nilai Persepsi	SERVQUAL Score	Nilai tingkat kepentingan	WSC
Tangible	3,720	3,010	-0,710	22,68%	-0,161
Assurance	3,886	3,488	-0,398	12,71%	-0,050
Responsiveness	3,768	3,020	-0,748	23,88%	-0,178
Empathy	3,776	3,231	-0,545	17,41%	-0,094
Reliability	3,830	3,097	-0,733	23,41%	-0,171
Rata – Rata	3,796	3,169	-0,628	100,00%	-0,130

- c. Actual SERVQUAL Score (ASC). Nilai ini merupakan persentase perbandingan antara nilai persepsi atas pelayanan Bank X yang dirasakan nasabah dengan nilai ekspektasi, hal ini ditunjukkan pada tabel 3.13.

Tabel 3.13 Actual SERVQUAL Score

Dimensi	Nilai Ekspektasi	Nilai Persepsi	ASC
Tangible	3,720	3,010	80,91%
Assurance	3,886	3,488	89,75%
Responsiveness	3,768	3,020	80,14%
Empathy	3,776	3,231	85,56%
Reliability	3,830	3,097	80,86%
Rata – Rata	3,796	3,169	83,44%

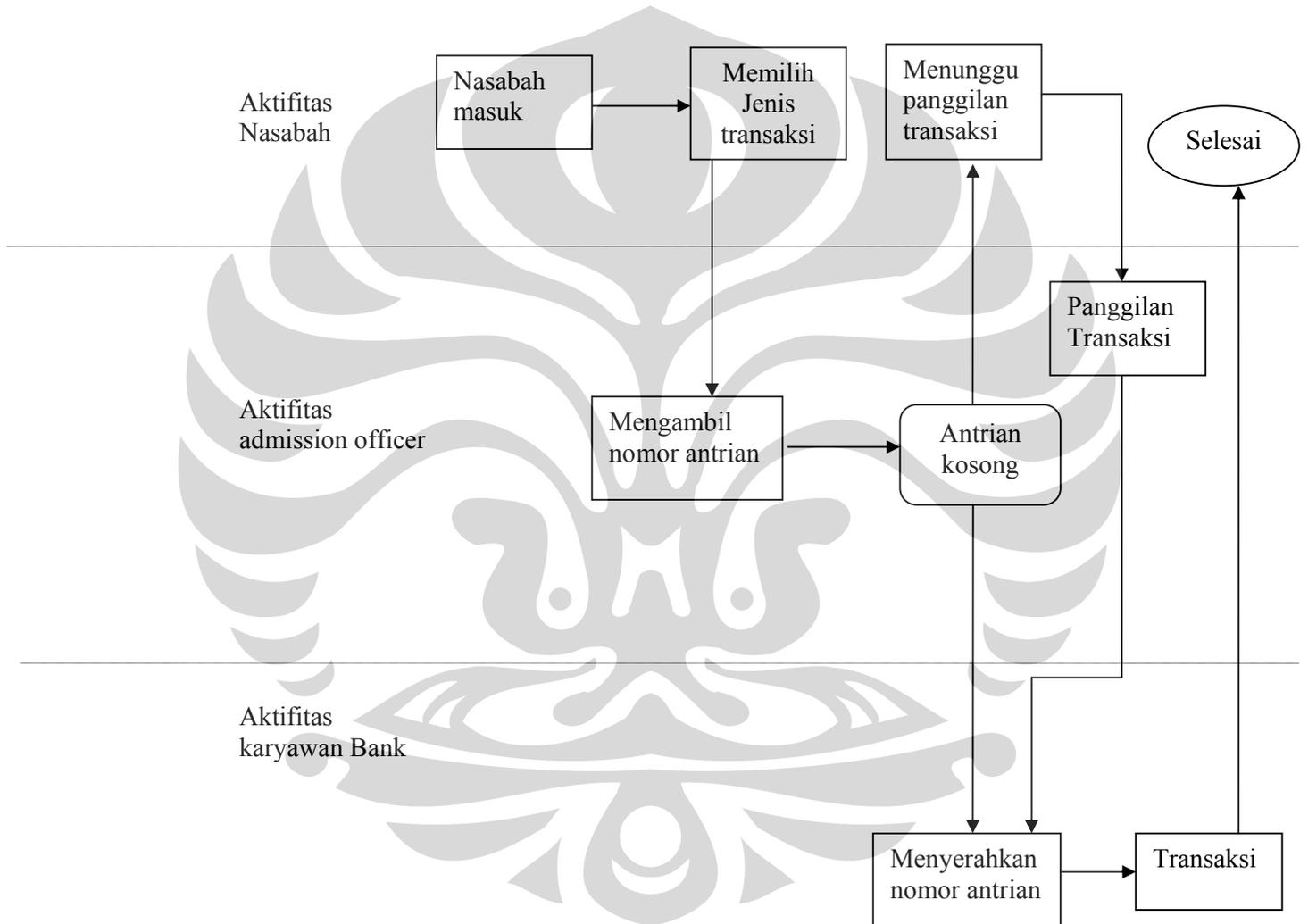
Untuk memperoleh ASC dimensi empathy dapat dilihat pada perhitungan di bawah ini :

$$ASC = \frac{\text{Nilai Persepsi}}{\text{Nilai Ekspektasi}} \times 100\%$$

$$ASC_{\text{empathy}} = \frac{3,231}{3,766} \times 100\% = 85,56\%$$

3.7 Service Blueprinting Bank X

Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa alat standar untuk memeperlihatkan sebuah alur proses ialah flowchart yang sekarang lebih dikenal sebagai service blueprinting. Gambar di bawah ini memperlihatkan alur nasabah masuk kedalam Bank sampai meninggalkan Bank tersebut.



Gambar 3.9 sevice blueprinting prosedur nasabah melakukan transaksi

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1 Analisis SERVQUAL Tiap Atribut Pada Tiap Dimensi

4.1.1 Dimensi Tangible

4.1.1.1 Nilai Ekspektasi

Bagian ini menjelaskan tentang atribut – atribut yang menjadi prioritas ekspektasi nasabah dalam dimensi tangible. Urutan peringkat atribut – atribut yang termasuk dalam dimensi tangible dapat dilihat di tabel 4.1. Pada dimensi ini rata – rata nilai ekspektasi ialah sebesar 3,72, dipengaruhi oleh beberapa atribut pelayanan seperti : kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu dan lingkungannya, produk dan jasa layanan lengkap (tabungan, deposito, kredit, dll), kejelasan tanda-tanda dilingkungan Bank, kelengkapan ruang layanan, ketersediaan tempat parkir yang luas serta penampilan karyawan rapi dan sopan.

Tabel 4.1 Peringkat nilai ekspektasi atribut pada dimensi tangible

No.	Pelayanan dan Fasilitas	Nilai Ekspektasi
1	Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu nasabah dan lingkungannya	3,88
2	Produk dan jasa layanan disediakan lengkap (tabungan, deposito, dll.)	3,87
3	Kejelasan tanda-tanda tempat dilingkungan Bank (penyetoran, penarikan, penukaran mata uang, customer service, dll)	3,84
4	Kelengkapan ruang pelayanan (alat tulis, Koran, TV, dll).	3,58
5	Ketersediaan tempat parkir yang luas.	3,61
6	Karyawan selalu berpenampilan rapi dan sopan	3,54
	Nilai ekspektasi rata - rata	3,72

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa peringkat pertama ekspektasi nasabah ialah atribut kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu nasabah dan

lingkungannya. Nilai ekspektasi untuk atribut ini ialah 3,88. Hal ini berarti nasabah menilai atribut ini sangat penting untuk diperhatikan oleh pihak Bank.

Peringkat terakhir pada dimensi ini ialah kerapihan dan penampilan karyawan yang mempunyai nilai ekspektasi sebesar 3,54. Atribut ini meliputi cara berpakaian dan penampilan karyawan secara umum dimensi ini sudah memuaskan.

4.1.1.2 Nilai Persepsi

Bagian ini menjelaskan tentang atribut – atribut dalam persepsi nasabah di dimensi tangible. Pada dimensi ini nilai rata – rata nilai persepsi ialah sebesar 3,01 dipengaruhi oleh beberapa atribut pelayanan seperti : kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu dan lingkungannya, produk dan jasa layanan lengkap (tabungan, deposito, kredit, dll), kejelasan tanda-tanda dilingkungan Bank, kelengkapan ruang layanan, ketersediaan tempat parkir yang luas serta penampilan karyawan rapi dan sopan.

Tabel 4.2 Peringkat nilai persepsi atribut pada dimensi tangible

No.	Pelayanan dan Fasilitas	Nilai Persepsi
6	Karyawan selalu berpenampilan rapi dan sopan	2,78
2	Produk dan jasa layanan disediakan lengkap (tabungan, deposito, dll.)	3,05
1	Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu nasabah dan lingkungannya	3,20
3	Kejelasan tanda-tanda tempat dilingkungan Bank (penyetoran, penarikan, ,penukaran mata uang, customer service, dll)	3,11
5	Ketersediaan tempat parkir yang luas	3,05
4	Kelengkapan ruang pelayanan (alat tulis, Koran, TV, dll).	2,87
	Nilai persepsi rata - rata	3,01

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa atribut pelayanan yang menempati peringkat pertama ialah atribut kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu nasabah dan lingkungannya. Nilai untuk atribut ini ialah 3,20. Hal ini berarti nasabah menganggap sudah memuaskan.

Atribut pelayanan yang paling rendah ialah atribut kelengkapan ruang pelayanan yang memiliki nilai 2,87, hal ini menunjukkan bahwa nasabah menganggap kelengkapan secara umum sudah memuaskan dan harus diperhatikan karena memiliki nilai paling rendah.

4.1.1.3 SERVQUAL Score

Setelah melakukan perhitungan nilai ekspektasi dan persepsi pada setiap atribut pelayanan dimensi tangible. Tabel 4.3 menunjukkan urutan prioritas atribut yang harus diperbaiki terlebih dahulu oleh Bank X.

Tabel 4.3 Peringkat SERVQUAL score pada dimensi tangible

No.	Pelayanan dan Fasilitas	SERVQUAL Score
4	Kelengkapan ruang pelayanan (alat tulis, Koran, TV,dll).	-0,710
1	Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu nasabah dan lingkungannya	-0,680
2	Produk dan jasa layanan disediakan lengkap (tabungan, deposito, dll.)	-0,820
3	Kejelasan tanda-tanda tempat dilingkungan Bank (penyetoran, penarikan, ,penukaran mata uang, customer service, dll)	-0,730
5	Ketersediaan tempat parkir yang luas	-0,200
6	Karyawan selalu berpenampilan rapi dan sopan	-0,410
	Nilai SERVQUAL rata - rata	-0,591

Urutan pertama dari atribut yang harus lebih dahulu diperbaiki pada dimensi tangible ialah atribut produk dan jasa layanan lengkap. Pihak Bank haruslah memperhatikan kelengkapan pelayanan karena ini sangat mempengaruhi kenyamanan nasabah ketika menunggu antrian.

Ketersediaan tempat parker yang luas merupakan atribut terakhir yang harus diperhatikan.

4.1.2 Dimensi Assurance

4.1.2.1 Nilai Ekspektasi

Pada bagian ini akan dijelaskan atribut – atribut yang menjadi prioritas ekspektasi nasabah dalam dimensi assurance. Pada dimensi assurance mempunyai nilai rata – rata sebesar 3,83, dipengaruhi oleh beberapa atribut pelayanan seperti : keterampilan karyawan dalam melakukan transaksi, adanya rasa aman, nyaman, tenang pada saat bertransaksi, adanya keamanan dan kerahasiaan dana yang disimpan, adanya keamanan disekitar lokasi bank, kemampuan bank dalam menyelesaikan masalah nasabah, karyawan mengerti dan mengetahui produk jasa yang ditawarkan.

Tabel 4.4 Peringkat nilai ekspektasi atribut pada dimensi assurance

No.	Pelayanan dan Fasilitas	Nilai Ekspektasi
10	Adanya keamanan disekitar lokasi bank	3,93
11	Kemampuan bank menyelesaikan masalah nasabah.	3,95
12	Karyawan mengerti dan mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan	3,90
9	Adanya keamanan dan kerahasiaan dana yang disimpan	4,00
8	Adanya rasa aman, nyaman dan tenang pada saat bertransaksi	3,83
7	Keterampilan karyawan dalam melakukan transaksi	3,71
	Nilai ekspektasi rata - rata	3,88

Tabel di atas menunjukkan bahwa peringkat pertama ekspektasi nasabah pada dimensi assurance ialah atribut Adanya keamanan dan kerahasiaan dana yang disimpan. Nilai ekspektasi untuk atribut ini ialah 4.00. Hal ini berarti nasabah menganggap atribut ini sangat penting. Atribut ini meliputi ketenangan dalam bertransaksi.

Untuk peringkat terakhir ialah atribut keterampilan karyawan dalam bertransaksi. Nilai ekspektasi atribut ini ialah 3,71. Atribut ini juga meliputi kesopanan dan keramahan selain mahir bertransaksi.

4.1.2.2 Nilai Persepsi

Bagian ini menjelaskan tentang atribut – atribut yang menjadi tingkat kepuasan nasabah dalam dimensi assurance. Pada dimensi ini rata – rata nilai persepsi ialah sebesar 3,48 dipengaruhi oleh beberapa atribut pelayanan seperti : keterampilan karyawan dalam melakukan transaksi, adanya rasa aman, nyaman, tenang pada saat bertransaksi, adanya keamanan dan kerahasiaan dana yang disimpan, adanya keamanan disekitar lokasi bank, kemampuan bank dalam menyelesaikan masalah nasabah, karyawan mengerti dan mengetahui produk jasa yang ditawarkan.

Pada dimensi assurance atribut adanya keamanan disekitar lokasi Bank menjadi peringkat pertama persepsi nasabah. Atribut ini memiliki nilai persepsi sebesar 3,66 Hal ini berarti nasabah beranggapan bahwa kinerja Bank dalam pemenuhan pelayanan atribut ini telah memuaskan.

Pada dasarnya semua atribut dalam dimensi assurance mempunyai nilai persepsi yang tinggi, hal ini berarti semua atribut ini telah memuaskan nasabah.

Tabel 4.5 Peringkat nilai persepsi atribut pada dimensi assurance

No.	Pelayanan dan Fasilitas	Nilai Persepsi
10	Adanya keamanan disekitar lokasi bank	3,66
12	Karyawan mengerti dan mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan	3,12
8	Adanya rasa aman, nyaman dan tenang pada saat bertransaksi	3,64
7	Keterampilan karyawan dalam melakukan transaksi	3,12
11	Kemampuan bank menyelesaikan masalah nasabah.	3,66
9	Adanya keamanan dan kerahasiaan dana yang disimpan	3,73
	Nilai persepsi rata - rata	3,48

Yang menjadi peringkat terakhir ialah atribut Keterampilan karyawan dalam melakukan transaksi dengan nilai persepsi sebesar 3,12. nasabah juga masih menganggap pelayanan akan atribut ini memuaskan.

4.1.2.3 SERVQUAL Score

Pada gambar 4.6 di bawah dapat dilihat SERVQUAL Score untuk dimensi assurance sedangkan, pada tabel 4.6 menunjukkan urutan prioritas atribut pada dimensi assurance yang harus diperbaiki terlebih dahulu oleh pihak Bank. Kemampuan bank dalam menyelesaikan masalah nasabah menempati peringkat pertama. Pelayanan akan atribut ini harus lebih dahulu diperhatikan. Pihak bank haruslah memperhatikan atribut ini karena sangat penting menjaga kepercayaan nasabah.

Tabel 4.6 Peringkat SERVQUAL score pada dimensi assurance

No.	Pelayanan dan Fasilitas	SERVQUAL Score
11	Kemampuan bank menyelesaikan masalah nasabah	-0,878
12	Karyawan mengerti dan mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan	-0,800
9	Adanya keamanan dan kerahasiaan dana yang disimpan	-0,756
10	Adanya keamanan disekitar lokasi bank	-0,744
8	Adanya rasa aman, nyaman dan tenang pada saat bertransaksi	-0,611
7	Keterampilan karyawan dalam melakukan transaksi	-0,611
	Nilai SERVQUAL rata - rata	-0,733

Peringkat terakhir yang harus diperhatikan ialah keterampilan karyawan dalam bertransaksi Hal ini menyangkut kesopanan dan keramahan serta kecepatan dalam melayani nasabah.

4.1.3 Dimensi Responsiveness

4.1.3.1 Nilai Ekspektasi

Pada bagian ini menjelaskan tentang atribut – atribut yang menjadi prioritas ekspektasi nasabah dalam dimensi responsiveness. Dimensi ini dipengaruhi beberapa atribut pelayanan seperti : kecepatan dan keterampilan petugas penerimaan nasabah, adanya jaringan link bersama dengan bank lain, kemudahan proses menabung, deposito dan kredit bank, karyawan selalu cepat dan tanggap dalam membantu melayani nasabah, tersedia fasilitas pembayaran rekening, kecepatan dan keterampilan petugas dalam melayani. Rata – rata nilai ekspektasi dalam dimensi ini ialah sebesar 3,81.

Dari tabel 4.7 di bawah, dapat dilihat bahwa peringkat pertama ekspektasi nasabah dalam dimensi responsiveness ialah atribut kemudahan proses menabung, deposito dan kredit bank. Nilai ekspektasi untuk atribut ini adalah 3,89. Atribut ini dikarenakan penempatan ruang yang baik.

Tabel 4.7 Peringkat nilai ekspektasi atribut pada dimensi responsiveness

No.	Pelayanan dan Fasilitas	Nilai Ekspektasi
15	Kemudahan proses menabung, deposito dan kredit bank	3,89
16	Karyawan selalu cepat tanggap dalam membantu melayani nasabah	3,88
17	Tersedianya fasilitas pembayaran rekening (contoh: listrik, telpon, pajak, dll)	3,83
14	Adanya jaringan link dan ATM bersama Bank lain	3,77
13	Kecepatan dan keterampilan petugas penerimaan nasabah	3,76
18	Kecepatan dan keterampilan petugas informasi dalam melayani nasabah.	3,74
	Nilai ekspektasi rata - rata	3,81

Peringkat terakhir ialah atribut kecepatan dan keterampilan petugas memberikan informasi kepada nasabah berikutnya. Atribut ini memiliki nilai ekspektasi sebesar 3,74. Dalam hal ini meliputi perhatian yang diberikan customer service kepada nasabah.

4.1.3.2 Nilai Persepsi

Bagian ini menjelaskan tentang atribut – atribut yang menjadi prioritas persepsi nasabah dalam dimensi responsiveness. Pada dimensi ini rata – rata nilai persepsi ialah sebesar 3,02, dipengaruhi oleh atribut – atribut pelayanan seperti : kecepatan dan keterampilan petugas penerimaan nasabah, adanya jaringan link bersama dengan bank lain, kemudahan proses menabung, deposito dan kredit bank, karyawan selalu cepat dan tanggap dalam membantu melayani nasabah, tersedia fasilitas pembayaran rekening, kecepatan dan keterampilan petugas dalam melayani berikutnya.

Tabel 4.8 Peringkat nilai persepsi atribut pada dimensi responsiveness

No.	Pelayanan dan Fasilitas	Nilai Persepsi
16	Karyawan selalu cepat tanggap dalam membantu melayani nasabah	3,12
18	Kecepatan dan keterampilan petugas informasi dalam melayani nasabah.	3,08
15	Kemudahan proses menabung, deposito dan kredit bank	3,04
17	Tersedianya fasilitas pembayaran rekening (contoh: listrik, telpon, pajak, dll)	3,03
13	Kecepatan dan keterampilan petugas penerimaan nasabah	2,92
14	Adanya jaringan link dan ATM bersama Bank lain	2,92
	Nilai persepsi rata - rata	3,02

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwa peringkat pertama persepsi nasabah ialah atribut karyawan selalu cepat dan tanggap dalam membantu melayani nasabah dengan nilai persepsi 3,12. Ini menunjukkan bahwa atribut ini telah memuaskan.

Atribut kedua, ketiga dan keempat juga telah memuaskan nasabah. Sedangkan atribut kecepatan dan keterampilan petugas penerimaan nasabah, adanya jaringan link bersama dengan bank lain memiliki nilai persepsi 2,92 hal ini berarti nasabah menganggap pelayanan akan kedua atribut ini masih kurang memuaskan, oleh karena itu kedua atribut ini harus lebih diperhatikan.

4.1.3.3 SERVQUAL Score

Pada SERVQUAL Score pada dimensi responsiveness dan pada tabel 4.9 menunjukkan urutan prioritas atribut pada dimensi responsiveness yang harus diperbaiki terlebih dahulu oleh Bank X

Tabel 4.9 Peringkat SERVQUAL score pada dimensi responsiveness

No.	Pelayanan dan Fasilitas	SERVQUAL Score
14	Adanya jaringan link dan ATM bersama Bank lain	-0,844
15	Kemudahan proses menabung, deposito dan kredit bank	-0,844
13	Kecepatan dan keterampilan petugas penerimaan nasabah	-0,833
17	Tersedianya fasilitas pembayaran rekening (contoh: listrik,telpon,pajak,dll)	-0,800
16	Karyawan selalu cepat tanggap dalam membantu melayani nasabah	-0,756
18	Kecepatan dan keterampilan petugas informasi dalam melayani nasabah.	-0,667
	Nilai SERVQUAL rata - rata	-0,791

Pada dimensi ini hal yang harus dilakukan Bank X ialah dengan memberikan training pada petugas Bank dan membuat standar prosedur yang mudah, sehingga dapat memberikan pelayanan yang lebih cepat dan yang lebih penting lagi ialah dapat memenuhi harapan nasabah.

4.1.4 Dimensi Empathy

4.1.4.1 Nilai Ekspektasi

Bagian ini menjelaskan tentang atribut – atribut yang menjadi prioritas ekspektasi nasabah dalam dimensi empathy. Pada dimensi ini rata – rata nilai ekspektasi ialah sebesar 3,80, yang dipengaruhi oleh beberapa atribut pelayanan seperti : Bank selalu memberi informasi mengenai produk dan jasa layanannya, keamanan dan kenyamanan lokasi bank ketika menunggu transaksi, adanya bonus atau hadiah menarik bagi nasabah, cepat tanggap dalam menanggapi keluhan, kritik serta saran nasabah, karyawan memiliki keramahan dan kesopanan dalam pelayanan, kemudahan dalam mencapai lokasi bank.

Tabel 4.10 Peringkat nilai ekspektasi atribut pada dimensi empathy

No.	Pelayanan dan Fasilitas	Nilai Ekspektasi
19	Bank selalu memberi informasi mengenai produk dan jasa layanannya	3,89
23	Keamanan dan kenyamanan lokasi Bank ketika menunggu transaksi.	3,88
20	Adanya bonus atau hadiah yang menarik bagi nasabah	3,84
24	Bank cepat tanggap dalam menanggapi keluhan, kritik dan saran nasabah.	3,80
22	Karyawan memiliki keramahan dan kesopanan dalam pelayanan	3,78
21	Kemudahan dalam mencapai lokasi Bank	3,61
	Nilai ekspektasi rata - rata	3,80

Dari tabel di atas, terlihat bahwa peringkat pertama ekspektasi nasabah ialah atribut Bank selalu memberi informasi mengenai produk dan jasa layanannya, memiliki nilai ekspektasi 3,89. Hal ini meliputi kepedulian karyawan terhadap nasabah.

Peringkat kedua ialah atribut keamanan dan kenyamanan lokasi bank ketika menunggu transaksi, dalam hal ini tujuan nasabah menginginkan keamanan dan nyaman dibank. Nilai ekspektasi untuk atribut ini ialah 3,88.

Ketiga ialah atribut adanya bonus atau hadiah menarik bagi nasabah dan atribut ini memiliki nilai ekspektasi sebesar 3,84. Dalam atribut ini nasabah juga menginginkan perhatian dan kepedulian bank terhadap nasabah.

Bank cepat tanggap dalam menanggapi keluhan, kritik serta saran nasabah menempati peringkat keempat, memiliki nilai ekspektasi 3,80. Atribut ini meliputi kesadaran karyawan akan pentingnya peran nasabah didunia perbankan.

Berikutnya atribut karyawan memiliki keramahan dan kesopanan dalam pelayanan. Nilai ekspektasi untuk atribut ini ialah 3,78.

Keenam ialah atribut kemudahan dalam mencapai lokasi bank. Atribut ini memiliki nilai ekspektasi sebesar 3,61. Dalam hal ini meliputi letak Bank yang mudah dijangkau.

4.1.4.2 Nilai Persepsi

Bagian ini menjelaskan tentang atribut – atribut yang menjadi prioritas persepsi nasabah dalam dimensi empathy. Dipengaruhi beberapa atribut pelayanan seperti : Bank selalu memberi informasi mengenai produk dan jasa layanannya, keamanan dan kenyamanan lokasi bank ketika menunggu transaksi, adanya bonus atau hadiah menarik bagi nasabah, cepat tanggap dalam menanggapi keluhan, kritik serta saran nasabah, karyawan memiliki keramahan dan kesopanan dalam pelayanan, kemudahan dalam mencapai lokasi bank. Pada dimensi ini rata – rata nilai persepsi ialah sebesar 3,18.

Perhatian Bank yang selalu memberi informasi mengenai produk dan jasa layanannya atribut yang mempunyai nilai persepsi tertinggi dalam dimensi empathy. Atribut ini memiliki nilai persepsi 3,36. Secara keseluruhan semua

atribut –atribut pada dimensi empathy telah memuaskan nasabah. Yang menjadi peringkat terendah ialah atribut keamanan dan kenyamanan lokasi bank ketika menunggu transaksi dengan nilai persepsi 3,06.

Tabel 4.11 Peringkat nilai persepsi atribut pada dimensi empathy

No.	Pelayanan dan Fasilitas	Nilai Persepsi
19	Bank selalu memberi informasi mengenai produk dan jasa layanannya	3,36
20	Adanya bonus atau hadiah yang menarik bagi nasabah	3,28
22	Karyawan memiliki keramahan dan kesopanan dalam pelayanan	3,26
21	Kemudahan dalam mencapai lokasi Bank	3,09
24	Bank cepat tanggap dalam menanggapi keluhan, kritik dan saran nasabah.	3,07
23	Keamanan dan kenyamanan lokasi Bank ketika menunggu transaksi.	3,06
	Nilai persepsi rata - rata	3,18

4.1.4.3 SERVQUAL Score

SERVQUAL Score tiap atribut pada dimensi empathy, kemudian pada tabel 4.12 menunjukkan urutan prioritas atribut pada dimensi empathy yang harus diperbaiki terlebih dahulu oleh Bank X.

Tabel 4.12 Peringkat SERVQUAL score pada dimensi empathy

No.	Pelayanan dan Fasilitas	SERVQUAL Score
23	Keamanan dan kenyamanan lokasi Bank ketika menunggu transaksi.	-0,822
24	Bank cepat tanggap dalam menanggapi keluhan, kritik dan saran nasabah.	-0,733
20	Adanya bonus atau hadiah yang menarik bagi nasabah	-0,567
19	Bank selalu memberi informasi mengenai produk dan jasa layanannya	-0,533
21	Kemudahan dalam mencapai lokasi Bank	-0,522
22	Karyawan memiliki keramahan dan kesopanan dalam pelayanan	-0,522
	Nilai SERVQUAL rata - rata	-0,617

Peringkat pertama yang harus diperbaiki pada dimensi empathy ialah atribut keamanan dan kenyamanan lokasi bank.

Peringkat kelima dan keenam ialah atribut keramahan dan kesopanan dalam pelayanan, kemudahan dalam mencapai lokasi bank. Atribut ini meliputi letak Bank dan kenyamanan lingkungan sekitar Bank.

4.1.5 Dimensi Reliability

4.1.5.1 Nilai Ekspektasi

Bagian ini menjelaskan tentang atribut – atribut yang menjadi prioritas ekspektasi nasabah dalam dimensi reliability. Pada dimensi ini rata – rata nilai ekspektasi ialah sebesar 3,81. Dipengaruhi oleh beberapa atribut pelayanan seperti : Pelayanan sama rata kesemua nasabah, karyawan selalu menepati janji yang telah diberikan, perhitungan dan pencatatan transaksi benar-benar akurat, transaksi dapat diselesaikan dengan waktu relatif cepat.

Tabel 4.13 Peringkat nilai ekspektasi atribut pada dimensi reliability

No.	Pelayanan dan Fasilitas	Nilai Ekspektasi
27	Penghitungan dan pencatatan hasil transaksi yang benar dan akurat.	3,90
28	Transaksi dapat diselesaikan dalam waktu relatif cepat	3,82
26	Karyawan selalu menepati janji yang telah diberikan	3,77
25	Pelayanan sama rata kepada semua nasabah	3,74
	Nilai ekspektasi rata - rata	3,81

Dari tabel 4.13 dapat dilihat bahwa peringkat pertama ekspektasi dalam dimensi reliability nasabah ialah atribut Penghitungan dan pencatatan hasil transaksi yang benar dan akurat memiliki nilai ekspektasi 3,90. ini jelas bahwa penghitungan dan pencatatan transaksi sangat penting karena hal ini merupakan bagian vital dari sebuah transaksi.

Kedua ialah atribut transaksi dapat diselesaikan dalam waktu relatif cepat. Dalam hal ini salah satu faktor yang mempengaruhi adalah keahlian karyawan nilai ekspektasinya sebesar 3,82.

Karyawan selalu menepati janji yang telah diberikan menempati peringkat ketiga dan mempunyai nilai ekspektasi sebesar 3,77. Atribut ini meliputi konsistensi pelayanan yang diberikan karyawan melalui kebijakan bank dalam melayani nasabah.

Terakhir ialah atribut pelayanan yang sama rata kesemua nasabah, mempunyai nilai ekspektasi sebesar 3,74. Dalam hal ini bank tidak membedakan nasabah, mereka akan bertransaksi sesuai dengan nomor antrian.

4.1.5.2 Nilai Persepsi

Bagian ini menjelaskan tentang atribut yang menjadi prioritas persepsi nasabah dalam dimensi reliability. Pada dimensi ini dipengaruhi oleh beberapa atribut pelayanan seperti : Pelayanan sama rata kesemua nasabah, karyawan selalu menepati janji yang telah diberikan, perhitungan dan pencatatan transaksi benar-benar akurat, transaksi dapat diselesaikan dengan waktu relatif cepat. Rata – rata nilai persepsi ialah sebesar 3,09.

Tabel 4.14 Peringkat nilai persepsi atribut pada dimensi reliability

No.	Pelayanan dan Fasilitas	Nilai Persepsi
27	Penghitungan dan pencatatan hasil transaksi yang benar dan akurat.	3,13
28	Transaksi dapat diselesaikan dalam waktu relatif cepat	3,12
26	Karyawan selalu menepati janji yang telah diberikan	3,09
25	Pelayanan sama rata kepada semua nasabah	3,01
	Nilai persepsi rata - rata	3,09

Atribut hasil perhitungan dan pencatatan transaksi benar-benar akurat peringkat pertama dari persepsi nasabah dengan nilai 3,13. Sedangkan yang menjadi peringkat terakhir ialah Pelayanan sama rata kesemua nasabah. Secara keseluruhan, atribut – atribut dalam dimensi reliability telah memuaskan nasabah.

4.1.5.3 SERVQUAL Score

Nilai SERVQUAL Score pada tabel 4.15 menunjukkan urutan prioritas atribut pada dimensi reliability yang harus diperbaiki terlebih dahulu oleh Bank .

Tabel 4.15 Peringkat SERVQUAL score pada dimensi reliability

No.	Pelayanan dan Fasilitas	SERVQUAL Score
27	Penghitungan dan pencatatan hasil transaksi yang benar dan akurat.	-0,767
25	Pelayanan sama rata kepada semua nasabah	-0,733
28	Transaksi dapat diselesaikan dalam waktu relatif cepat	-0,700
26	Karyawan selalu menepati janji yang telah diberikan	-0,678
	Nilai SERVQUAL rata - rata	-0,719

Urutan pertama yang harus diperbaiki Bank ialah atribut hasil perhitungan dan pencatatan transaksi benar-benar akurat. Bank seharusnya memperhatikan atribut ini sangatlah vital pada saat bertransaksi.

Peringkat terakhir yang harus dilakukan perbaikan ialah atribut Karyawan selalu menepati janji yang telah diberikan . Harapan ini adalah sepenuhnya kebijakan bank, karyawan disini hanyalah mengikuti aturan-aturan yang sudah ditetapkan oleh bank tersebut.

4.2 Analisa Tingkat Kepentingan Terhadap Setiap Dimensi

Analisa ini berfungsi untuk mengetahui dimensi – dimensi yang dianggap penting oleh nasabah. Pada tabel 4.16 berikut diperlihatkan tabel yang memberikan persentase tingkat kepentingan nasabah terhadap kelima dimensi SERVQUAL.

Dari tabel di bawah maka yang menjadi peringkat pertama perhatian nasabah ialah dimensi assurance. Dengan demikian Bank harus lebih peduli dan memberikan perhatian terhadap nasabah.

Tabel 4.16 Tingkat kepentingan setiap dimensi

No	Dimensi	Persentase
1	Assurance	21,38%
2	Empathy	20,02%
3	Reliability	20,01%
4	Responsiveness	19,67%
5	Tangible	18,93%

Kemudian dimensi yang menjadi perhatian nasabah ialah dimensi empathy. Dimensi ini meliputi Informasi dan produk jasa layanannya, adanya hadiah menarik, kemudahan mencapai lokasi bank, keramahan dan kesopanan karyawan serta kenyamanan dalam menunggu transaksi.

Selanjutnya adalah dimensi reliability. Dimensi ini meliputi kehandalan karyawan bank untuk memberikan pelayanan yang konsisten dan sesuai dengan yang telah dijanjikan sebelumnya.

Dimensi keempat yang menjadi perhatian nasabah ialah dimensi responsiveness. Dimensi ini meliputi usaha Bank dalam memberikan pelayanan yang lebih cepat dan tepat.

Urutan terakhir adalah dimensi tangible. Dimensi ini menyangkut tampilan fasilitas fisik, penampilan personel dan kebersihan ruang tunggu bank.

4.3 Analisa Perbandingan Skor Aktual Kualitas Pelayanan

Pada bagian ini menjelaskan seberapa besar Bank telah memenuhi harapan nasabah melalui Actual SERVQUAL Score. Tabel di bawah memperlihatkan seberapa besar Bank telah memenuhi harapan nasabah pada tiap dimensi.

Tabel 4.17 Peringkat Actual SERVQUAL Score

Dimensi	Nilai Ekspektasi	Nilai Persepsi	ASC
Assurance	3,886	3,488	89,75%
Empathy	3,776	3,231	85,56%
Tangible	3,720	3,010	80,91%
Reliability	3,830	3,097	80,86%
Responsiveness	3,768	3,020	80,14%
Rata - Rata	3,796	3,169	83,44%

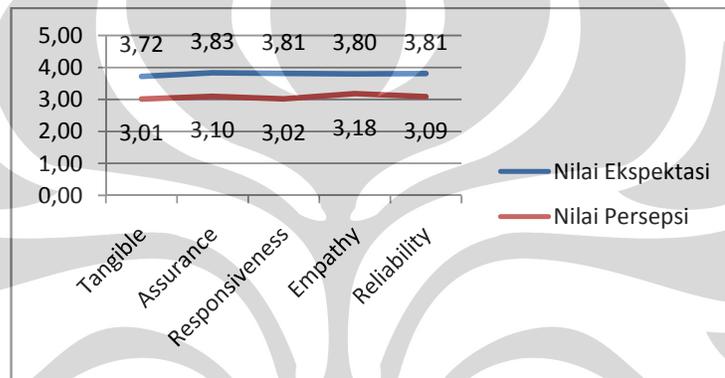
4.4 Analisa Perbandingan Kualitas Pelayanan Setiap Dimensi

Analisa ini berdasarkan SERVQUAL Score dan Weighted SERVQUAL Score. Dalam Weighted SERVQUAL Score diperhitungkan tingkat kepentingan pada tiap dimensi. Menurut tabel 4.16, urutan pertama prioritas pelayanan perusahaan ialah assurance, empathy, realibility, responsiveness, dan tangible. Sedangkan berdasar SERVQUAL Score, nasabah menganggap kinerja pelayanan Bank menurut urutannya ialah dimensi assurance, empathy, tangible, reliability, dan responsiveness.

Pada tabel 4.18 dapat dilihat nilai SERVQUAL Score yang bernilai negatif, hal ini menunjukkan bahwa kinerja pelayanan Bank belum sampai memenuhi harapan nasabah. Oleh karena itu, diharapkan Bank X dapat melakukan tindakan perbaikan sehingga harapan nasabah dapat tercapai. Urutan tindakan perbaikan yang sebaiknya dilakukan didapatkan dari WSC, sesuai dengan tabel 4.18.

Tabel 4.18 Peringkat Weighted SERVQUAL Score

No	Dimensi	Nilai Ekspektasi	Nilai Persepsi	SERVQUAL Score	Nilai Tingkat Kepentingan	WSC
1	Responsiveness	3,811	3,020	-0,791	19,67%	-0,156
2	Assurance	3,831	3,098	-0,733	20,02%	-0,147
3	Reliability	3,808	3,089	-0,719	20,01%	-0,144
4	Tangible	3,722	3,015	-0,707	18,93%	-0,134
5	Empathy	3,800	3,183	-0,617	21,38%	-0,132
	Keseluruhan	3,795	3,081	-0,714	100,00%	-0,714



Gambar 4.16 Perbandingan nilai ekspektasi dan persepsi pada dimensi SERVQUAL

4.5 Analisa Hasil Data Keseluruhan

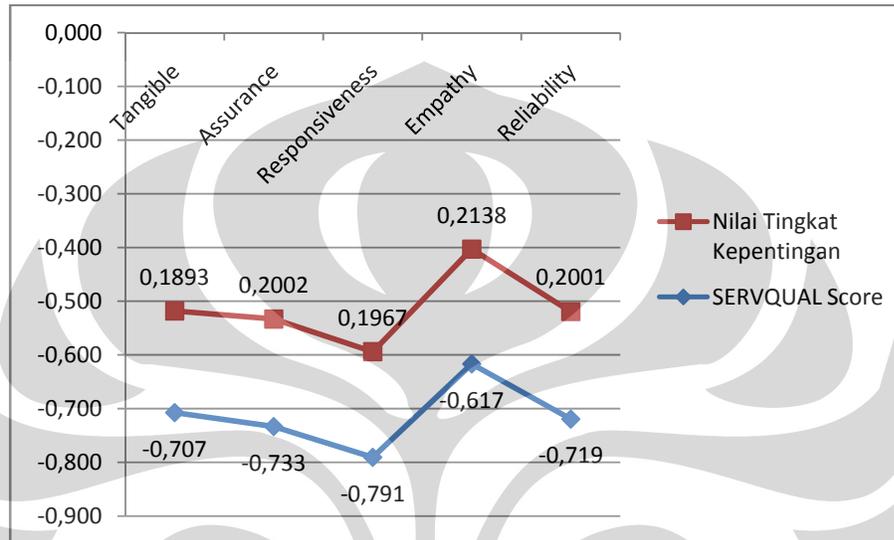
Analisa hasil kuesioner terhadap 90 responden yang dilakukan di ruang tunggu Bank X dengan menggunakan metode SERVQUAL. Analisa ini bertujuan untuk mengukur gap antara ekspektasi dengan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank X.

Nilai SERVQUAL menggambarkan tingkat pelayanan yang telah diberikan yaitu sebesar -0,714 yang terlihat pada tabel 4.19. Nilai negatif ini berarti pelayanan yang telah diberikan Bank belum memenuhi harapan nasabah.

Nilai ASC sebesar 83,44% menunjukkan bahwa Bank X baru memenuhi 83,44% harapan nasabah, Pihak Bank haruslah berusaha untuk memperkecil gap yang terjadi hingga dapat memenuhi harapan nasabah.

Tabel 4.19 Kualitas Pelayanan Bank

Ekspektasi	Persepsi	SERVQUAL Score	WSC	ASC
3,796	3,169	-0,626	-0,130	83,44%



Gambar 4.17 Perbandingan SERVQUAL Score dengan nilai tingkat kepentingan

4.6 Analisa Blueprinting Proses Transaksi

Dari hasil pengamatan dan brainstorming pada bagian customer service di Bank X tentang blueprinting yang telah diberikan pada bab 3 (gambar 3.8 dan 3.9), kegagalan yang sering terjadi ketika seseorang setelah mengambil nomor antrian untuk bertransaksi dan nasabah itu meninggalkan bank tersebut tanpa mengembalikan nomor antrian kepada petugas pemberian nomor hal ini menyebabkan lambatnya proses transaksi serta kurangnya mesin ATM bank tersebut.

BAB V

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian pengukuran kualitas pelayanan pada Bank X dengan metode SERVQUAL, maka dapat disimpulkan :

1. Nilai ekspektasi, persepsi dan SERVQUAL Score nasabah tiap dimensi adalah:

Dimensi	Nilai Ekspektasi	Nilai Persepsi	SERVQUAL Score
Tangible	3,720	3,010	-0,710
Assurance	3,886	3,488	-0,398
Responsiveness	3,768	3,020	-0,748
Empathy	3,776	3,231	-0,545
Reliability	3,830	3,097	-0,733

Kualitas pelayanan Bank X pada kelima dimensi SERVQUAL belum memenuhi harapan konsumen. Oleh karena itu Bank X harus melakukan perbaikan pada kelima dimensi tersebut.

2. Perolehan ASC Bank X ialah sebesar 83,44%, hal ini menunjukkan pemenuhan pelayanan Bank secara keseluruhan baru memenuhi 83,44% harapan nasabah.
3. Nasabah memiliki pandangan pada dimensi yang dianggap penting, tingkat kepentingan tersebut sesuai prioritasnya ialah sebagai berikut :
 - a. Assurance
 - b. Empathy
 - c. Tangible
 - d. Reliability
 - e. Responsiveness
4. Berdasarkan WSC pada setiap dimensi maka urutan prioritas perbaikan yang sebaiknya dilakukan oleh Bank X ialah :
 - a. Responsiveness
 - b. Reliability
 - c. Tangible
 - d. Empathy
 - e. Assurance

DAFTAR PUSTAKA

B. Chase, Richard, F. Robert Jacobs and Nicholas J. Aquilano, "Operation Management For Competitive Advantage", McGraw Hill, 2004

Hunt, Daniel V., "Managing For Quality, Integrating Quality and Business Strategy", Technology Research Corporation, 1993

F. Christopher, William and Carl G. Thor, "Handbook For Productivity Measurement and Improvement", productivity Press, Oregon, 1993

Nasution, M, N. "Manajemen Jasa Terpadu", Ghalia Indonesia, 2004

Pavur Keeling, Kvanli, "Introduction to Business Statistics", Southern Western, 2002

Zeithaml, A, Parasuraman, dan Leonard L. Berry, "SERVQUAL : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, Journal of Retailing, Vol 64, 1988

Kepada Yth.
Nasabah Bank X

Lampiran 1

Dalam rangka untuk meningkatkan kualitas jasa pelayanan Bank X, maka diadakan studi penelitian terhadap kepuasan pelayanan Bank X, Kami membutuhkan penilaian Anda sebagai nasabah kami.

Kami sangat menghargai kesediaan Anda meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Kami harap di waktu yang akan datang kami dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada Anda. Terima kasih

Hormat Kami,
Tim Peneliti

Data Responden [Beri tanda (v) pada kotak yang tersedia sesuai dengan data anda]

Jenis Kelamin : Laki - Laki Perempuan

Usia : < 20 tahun 40 - 55 tahun

20 - 40 tahun > 55 tahun

Pekerjaan : Pelajar/mahasiswa ABRI

Pegawai Negeri Sipil Wiraswasta

Karyawan Swasta Pensiun

Ibu Rumah Tangga Lain - Lain :
.....

Pendidikan Terakhir :

SD Perguruan Tinggi

SLTP Lain - Lain :
.....

SMA/ sederajat

TINGKAT KEPENTINGAN DAN TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN

Pada kolom tingkat kepentingan, pilihlah salah satu kolom dengan menuliskan tanda (√) dari tingkat kepentingan (sangat tidak penting/tidak penting/biasa saja/penting/sangat penting).

Kolom berikutnya adalah kolom tingkat kepuasan, pilihlah salah satu kolom dengan menuliskan tanda (√) dari tingkat kepuasan (sangat tidak setuju/tidak setuju/biasa saja/setuju/sangat setuju) berdasarkan pendapat anda.

Keterangan :

Tingkat Kepentingan

STP = Sangat tidak penting

TP = Tidak penting

P = Penting

SP = Sangat penting

Tingkat Kepuasan

TM = Tidak Memuaskan

KM = Kurang memuaskan

M = Memuaskan

SM = Sangat memuaskan

No.	Pelayanan dan Fasilitas	Tingkat Kepentingan				Tingkat Kepuasan			
		STP	TP	P	SP	TM	KM	M	SM
	Tangible (bentuk fisik)								
1	Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu nasabah dan lingkungannya								
2	Produk dan jasa layanan disediakan lengkap (tabungan, deposito, dll)								
3	Kejelasan tanda-tanda tempat dilingkungan Bank (penyetoran, penarikan, penukaran mata uang, customer service, dll)								
4	Kelengkapan ruang pelayanan (alat tulis, Koran, TV, dll).								
5	Ketersediaan tempat parkir yang luas.								
6	Karyawan selalu berpenampilan rapi dan sopan								
	Assurance (jaminan)								
7	Keterampilan karyawan dalam melakukan transaksi								
8	Adanya rasa aman, nyaman dan tenang pada saat bertransaksi								
9	Adanya keamanan dan kerahasiaan dana yang disimpan								
10	Adanya keamanan disekitar lokasi bank								
11	Kemampuan bank menyelesaikan masalah nasabah.								
12	Karyawan mengerti dan mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan								
	Responsiveness (ketanggapan)								
13	Kecepatan dan keterampilan petugas penerimaan nasabah								
14	Adanya jaringan link dan ATM bersama Bank lain								
15	Kemudahan proses menabung, deposito dan kredit bank								
16	Karyawan selalu cepat tanggap dalam membantu melayani nasabah								
17	Tersedianya fasilitas pembayaran rekening (contoh: listrik, telpon, pajak, dll)								
18	Kecepatan dan keterampilan petugas informasi dalam melayani nasabah								
	Empathy (kepedulian)								
19	Bank selalu memberi informasi mengenai produk dan jasa layanannya								
20	Adanya bonus atau hadiah yang menarik bagi nasabah								
21	Kemudahan dalam mencapai lokasi Bank								
22	Karyawan memiliki keramahan dan kesopanan dalam pelayanan								
23	Keamanan dan kenyamanan lokasi Bank ketika menunggu transaksi.								
24	Bank cepat tanggap dalam menanggapi keluhan, kritik dan saran nasabah.								
	Reliability (keandalan)								
25	Pelayanan sama rata kepada semua nasabah								
26	Karyawan selalu menepati janji yang telah diberikan								
27	Penghitungan dan pencatatan hasil transaksi yang benar dan akurat.								
28	Transaksi dapat diselesaikan dalam waktu relatif cepat								

Tabel III
 Nilai - Nilai r Product Moment

Lampiran 2

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	27	0.381	0.487	55	0.266	0.345
4	0.950	0.990	28	0.374	0.478	60	0.254	0.330
5	0.878	0.959	29	0.367	0.470	65	0.244	0.317
6	0.811	0.917	30	0.361	0.463	70	0.235	0.306
7	0.754	0.874	31	0.355	0.456	75	0.227	0.296
8	0.707	0.834	32	0.349	0.449	80	0.220	0.286
9	0.666	0.798	33	0.344	0.442	85	0.213	0.278
10	0.632	0.765	34	0.339	0.436	90	0.207	0.270
11	0.602	0.735	35	0.334	0.430	95	0.202	0.263
12	0.576	0.708	36	0.329	0.424	100	0.195	0.256
13	0.553	0.684	37	0.325	0.418	125	0.176	0.230
14	0.532	0.661	38	0.320	0.413	150	0.159	0.210
15	0.514	0.641	39	0.316	0.408	175	0.148	0.194
16	0.497	0.623	40	0.312	0.403	200	0.138	0.181
17	0.482	0.606	41	0.308	0.398	300	0.113	0.148
18	0.468	0.590	42	0.304	0.393	400	0.098	0.128
19	0.456	0.575	43	0.301	0.389	500	0.088	0.115
20	0.444	0.561	44	0.297	0.384	600	0.080	0.105
21	0.433	0.549	45	0.294	0.380	700	0.074	0.097
22	0.423	0.537	46	0.291	0.376	800	0.070	0.091
23	0.413	0.526	47	0.288	0.372	900	0.065	0.086
24	0.404	0.515	48	0.284	0.368	1000	0.062	0.081
25	0.396	0.505	49	0.281	0.364			
26	0.388	0.496	50	0.279	0.361			

RELIABILITY

Lampiran 4

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
1. VAR00001	3,9583	,2041	24,0
2. VAR00002	3,8750	,3378	24,0
3. VAR00003	3,6667	,4815	24,0
4. VAR00004	3,7500	,4423	24,0
5. VAR00005	3,5000	,5108	24,0
6. VAR00006	3,6667	,4815	24,0
7. VAR00007	3,7083	,4643	24,0
8. VAR00008	3,7083	,4643	24,0
9. VAR00009	3,7917	,4149	24,0
10. VAR00010	3,8750	,3378	24,0
11. VAR00011	3,8750	,3378	24,0
12. VAR00012	3,7917	,3378	24,0
13. VAR00013	3,8750	,4149	24,0
14. VAR00014	3,6667	,4815	24,0
15. VAR00015	3,8333	,3807	24,0
16. VAR00016	3,7917	,4149	24,0
17. VAR00017	3,7917	,4149	24,0
18. VAR00018	3,6667	,4815	24,0
19. VAR00019	3,8750	,3378	24,0
20. VAR00020	3,8333	,3807	24,0
21. VAR00021	3,6250	,4945	24,0
22. VAR00022	3,7500	,4423	24,0
23. VAR00023	3,8750	,3378	24,0
24. VAR00024	3,7917	,4149	24,0
25. VAR00025	3,7917	,4149	24,0
26. VAR00026	3,8333	,3807	24,0
27. VAR00027	3,9167	,2823	24,0
28. VAR00028	3,7917	,4149	24,0

Reliability Coefficients

N of Cases = 24,0

N of item = 28

Alpha = ,9709

RELIABILITY

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
1. VAR00001	3,1250	,3378	24,0
2. VAR00002	3,1250	,3378	24,0
3. VAR00003	3,0417	,4643	24,0
4. VAR00004	3,9167	,6539	24,0
5. VAR00005	3,9167	,5836	24,0
6. VAR00006	3,2917	,5500	24,0
7. VAR00007	3,1250	,6124	24,0
8. VAR00008	3,1250	,4484	24,0
9. VAR00009	3,0417	,4643	24,0
10. VAR00010	3,2917	,5500	24,0
11. VAR00011	3,1667	,3807	24,0
12. VAR00012	3,0833	,5036	24,0
13. VAR00013	3,8333	,6370	24,0
14. VAR00014	3,0000	,5108	24,0
15. VAR00015	3,0000	,5108	24,0
16. VAR00016	3,1667	,3807	24,0
17. VAR00017	3,0833	,4082	24,0
18. VAR00018	3,1250	,3378	24,0
19. VAR00019	3,3750	,5758	24,0
20. VAR00020	3,3750	,5758	24,0
21. VAR00021	3,2083	,4149	24,0
22. VAR00022	3,2917	,4643	24,0
23. VAR00023	3,1250	,6124	24,0
24. VAR00024	3,1250	,4484	24,0
25. VAR00025	3,0417	,3586	24,0
26. VAR00026	3,2083	,4149	24,0
27. VAR00027	3,0417	,4643	24,0
28. VAR00028	3,0000	,4170	24,0

Reliability Coefficients

N of Cases = 24,0

Alpha = ,9266

N of item = 28

Resp\No	T1	T2	T3	T4	T5	T6	A1	A2	A3	A4	A5	A6	RS1	RS2	RS3	RS4	RS5	RS6	E1	E2	E3	E4	E5	E6	RE1	RE2	RE3	RE4	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3
8	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
9	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
20	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
r	0.54	0.58	0.59	0.59	0.59	0.69	0.61	0.79	0.92	0.83	0.83	0.74	0.71	0.81	0.84	0.72	0.92	0.79	0.58	0.84	0.76	0.92	0.83	0.88	0.81	0.9	0.68	0.88	

Resp/No	T1	T2	T3	T4	T5	T6	A1	A2	A3	A4	A5	A6	RS1	RS2	RS3	RS4	RS5	RS6	E1	E2	E3	E4	E5	E6	RE1	RE2	RE3	RE4
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3
2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	4	2	3
3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2
6	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
8	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
13	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
16	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3
17	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
23	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3
24	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
r	0.54	0.54	0.49	0.45	0.48	0.73	0.76	0.59	0.52	0.56	0.69	0.53	0.51	0.68	0.63	0.61	0.77	0.56	0.55	0.74	0.5	0.57	0.67	0.77	0.44	0.45	0.56	0.57

Ekspektasi

No Resp	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3
8	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
9	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
16	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
20	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
28	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
29	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4

63	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	
64	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3		
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
66	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
68	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
70	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	
71	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
72	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
73	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	
74	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
75	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
76	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	
77	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
78	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
80	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
81	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	
82	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	
83	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
84	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
85	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
86	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	
87	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	
88	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
89	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
90	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	

persepsi

No Resp	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	
2	3	3	3	3	3	4	4	4	4	2	3	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	4	2	3	
3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
4	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	
5	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	
6	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3
8	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2
9	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
10	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
11	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
13	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
15	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	
16	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	1	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
17	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
21	3	3	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
23	3	3	3	3	2	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3
24	3	3	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	
25	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	2	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
26	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
27	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	
28	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	
31	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
32	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	
33	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	
34	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	
35	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
36	3	3	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	3	3	2	4	4	3	2	3	4	4	2	4	
37	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	2	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	
39	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	

40	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3
41	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
42	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
45	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
46	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4
47	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
48	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
50	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
51	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	3
52	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
53	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
54	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
56	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
57	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
58	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
59	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3
60	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
61	3	3	3	2	1	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	3	3	2	3	1	3	1	3	2	3	2	3	2	3
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
63	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
65	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
66	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3
67	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
68	4	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
70	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
71	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	2	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	2	2	2	3	4	2	2
72	2	3	3	2	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
73	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
74	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
75	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
76	4	4	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	4	2	3	3	3	3	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3	3
77	2	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
78	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
79	2	3	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
80	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4
81	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
82	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2

83	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	
84	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
85	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
86	3	3	2	1	3	3	2	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4
87	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
88	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	
89	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
90	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4



No.	Pelayanan dan Fasilitas	Tidak Penting	Kurang Penting	Penting	Sangat Penting	Jumlah Bobot	Nilai Ekspektasi
Tangible (bentuk fisik)							
1	Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu nasabah dan lingkungannya			7	83	353	3.92
2	Produk dan jasa layanan disediakan lengkap (tabungan, deposito, dll.)			11	79	349	3.88
3	Kejelasan tanda-tanda tempat dilingkungan Bank (penyetoran, penarikan, penukaran mata uang, customer service, dll)			22	68	338	3.76
4	Kelengkapan ruang pelayanan (alat tulis, Koran, TV, dll).			27	63	333	3.70
5	Ketersediaan tempat parkir yang luas.			41	49	319	3.54
6	Karyawan selalu berpenampilan rapi dan sopan			42	48	318	3.53
Assurance (jaminan)							
7	Keterampilan karyawan dalam melakukan transaksi			29	61	331	3.68
8	Adanya rasa aman, nyaman dan tenang pada saat bertransaksi			25	65	335	3.72
9	Adanya keamanan dan kerahasiaan dana yang disimpan			19	71	341	3.79
10	Adanya keamanan disekitar lokasi bank			5	85	355	3.94
11	Kemampuan bank menyelesaikan masalah nasabah.			6	84	354	3.93
12	Karyawan mengerti dan mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan			7	83	353	3.92
Responsiveness (ketanggapan)							
13	Kecepatan dan keterampilan petugas penerimaan nasabah			22	68	338	3.76
14	Adanya jaringan link dan ATM bersama Bank lain			21	69	339	3.77
15	Kemudahan proses menabung, deposito dan kredit bank			10	80	350	3.89
16	Karyawan selalu cepat tanggap dalam membantu melayani nasabah			11	79	349	3.88
17	Tersedianya fasilitas pembayaran rekening (contoh: listrik, telpon, pajak, dll)			15	75	345	3.83
18	Kecepatan dan keterampilan petugas informasi dalam melayani nasabah.			23	67	337	3.74
Empathy (kepedulian)							
19	Bank selalu memberi informasi mengenai produk dan jasa layanannya			10	80	350	3.89
20	Adanya bonus atau hadiah yang menarik bagi nasabah			14	76	346	3.84
21	Kemudahan dalam mencapai lokasi Bank		1	33	56	325	3.61
22	Karyawan memiliki keramahan dan kesopanan dalam pelayanan			20	70	340	3.78
23	Keamanan dan kenyamanan lokasi Bank ketika menunggu transaksi.			11	79	349	3.88
24	Bank cepat tanggap dalam menanggapi keluhan, kritik dan saran nasabah.			18	72	342	3.80
Reliability (keandalan)							
25	Pelayanan sama rata kepada semua nasabah			23	67	337	3.74
26	Karyawan selalu menepati janji yang telah diberikan			21	69	339	3.77
27	Penghitungan dan pencatatan hasil transaksi yang benar dan akurat.			9	81	351	3.90
28	Transaksi dilakukan relatif dalam waktu cepat			16	74	344	3.82

Pelayanan dan Fasilitas	Tidak Penting	Kurang Penting	Penting	Sangat Penting	Jumlah Bobot	Nilai Persepsi
Tangible (bentuk fisik)						
Kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu nasabah dan lingkungannya		7	72	11	274	3.04
Produk dan jasa layanan disediakan lengkap (tabungan, deposito, dll.)		1	81	8	277	3.08
Kejelasan tanda-tanda tempat dilingkungan Bank (penyetoran, penarikan, penukaran mata uang, customer service, dll)		5	76	9	274	3.04
Kelengkapan ruang pelayanan (alat tulis, Koran, TV, dll).	1	31	50	8	245	2.72
Ketersediaan tempat parkir yang luas.	1	12	64	13	269	2.99
Karyawan selalu berpenampilan rapi dan sopan		3	65	22	289	3.21
Assurance (jaminan)						
Keterampilan karyawan dalam melakukan transaksi		11	62	17	276	3.07
Adanya rasa aman, nyaman dan tenang pada saat bertransaksi		4	72	14	280	3.11
Adanya keamanan dan kerahasiaan dana yang disimpan		8	71	11	273	3.03
Adanya keamanan disekitar lokasi bank		5	62	23	288	3.20
Kemampuan bank menyelesaikan masalah nasabah.		8	69	13	275	3.06
Karyawan mengerti dan mengetahui produk dan jasa yang ditawarkan		5	69	16	281	3.12
Responsiveness (ketanggapan)						
Kecepatan dan keterampilan petugas penerimaan nasabah	1	14	66	9	263	2.92
Adanya jaringan link dan ATM bersama Bank lain	1	13	68	8	263	2.92
Kemudahan proses menabung, deposito dan kredit bank		8	70	12	274	3.04
Karyawan selalu cepat tanggap dalam membantu melayani nasabah		2	75	13	281	3.12
Tersedianya fasilitas pembayaran rekening (contoh: listrik, telpon, pajak, dll)	1	3	78	8	273	3.03
Kecepatan dan keterampilan petugas informasi dalam melayani nasabah.		4	75	11	277	3.08
Empathy (kepedulian)						
Bank selalu memberi informasi mengenai produk dan jasa layanannya		2	54	34	302	3.36
Adanya bonus atau hadiah yang menarik bagi nasabah		2	61	27	295	3.28
Kemudahan dalam mencapai lokasi Bank	1	2	75	12	278	3.09
Karyawan memiliki keramahan dan kesopanan dalam pelayanan		0	67	23	293	3.26
Keamanan dan kenyamanan lokasi Bank ketika menunggu transaksi.	1	7	68	14	275	3.06
Bank cepat tanggap dalam menanggapi keluhan, kritik dan saran nasabah.		3	78	9	276	3.07
Reliability (keandalan)						
Pelayanan sama rata kepada semua nasabah		8	73	9	271	3.01
Karyawan selalu menepati janji yang telah diberikan		1	80	9	278	3.09
Penghitungan dan pencatatan hasil transaksi yang benar dan akurat.		5	68	17	282	3.13
Transaksi dilakukan relatif dalam waktu cepat		4	71	15	281	3.12