

ANALISIS KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK BNI DI WILAYAH JAKARTA SELATAN

NURSILA NISA DEWI ¹⁾ dan TATI HANDAYANI, SE, MM ²⁾

Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

¹⁾ nursilanisa@yahoo.co.id
²⁾ tatihandayani01@gmail.com

Abstract

Effect of service quality on customer satisfaction with the Bank in South Jakarta. In this study sample was 100 respondents taken BNI teen or adult clients who are customers in South Jakarta. This study uses non-random sampling method because of the large population is not known for certain or any element of the population does not have the same probability to be sampled. Sampling method used was purposive sampling method. This study uses techniques Performance Analysis Important or Importance and performance analysis of customer satisfaction. Important Performance Analysis test is performed to measure the ratio between the level of customer satisfaction with the level of interest (customer expectations). The results showed that the majority of respondents said they were satisfied with the service of Bank BNI 46 South Jakarta. Most of the tested factors are in quadrant B is maintained so that the performance can be concluded that the high expectations of the majority of the respondents have been met. The results showed that there is a significant relationship between service quality on customer satisfaction this can be seen in quadrant B (keep achievement) showed the fulfillment of consumer expectations can create customer satisfaction.

Keywords: Quality of Service, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Bank merupakan salah satu urat nadi perekonomian sebuah negara, tanpa Bank, bisa kita bayangkan bagaimana kita sulitnya menyimpan dan mengirim uang, memperoleh tambahan modal usaha atau melakukan transaksi perdagangan Internasional secara efektif dan aman. Saat ini banyak orang memperbincangkan tentang perbankan, yang merupakan salah satu perangkat ekonomi.

Terciptanya kepuasan nasabah dapat menjadikan hubungan antara penyedia jasa dengan nasabahnya menjadi harmonis,

yang selanjutnya akan terciptanya Kesetiaan merek terhadapnasabah dan akhirnya menguntungkan bagi perusahaan. Keberlangsungan dan keberhasilan perusahaan jasa banyak tergantung pada kualitas pelayanan yang sesuai dengan lingkungan perusahaan. Namun di tinjau dari perspektif perilaku setelah pembelian konsumen, kepuasan nasabah lantas menjadi sesuatu kompleks perilaku setelah pembelian akan menimbulkan sikap puas atau tidak puas pada nasabahnya. Maka kepuasan konsumen merupakan fungsi dari harapan pembeli atas produk atau jasa

dengan kinerja yang dirasakan, kepuasan itu sendiri dapat dilihat pada meningkatnya jumlah nasabah pada perusahaan tersebut.

Fenomena yang terjadi saat ini yaitu adanya kecenderungan perilaku konsumen

bank di Indonesia semakin tak mudah ditebak. Mereka sangat puas dengan layanan banknya, tetapi mereka tetap mau pindah jika bank lain mau memberikan *service performance* sesuai harapannya.

Tabel I.1 Peringkat Mutu Pelayanan Bank Tahun 2012

Bank	Score
1. Bank BCA	88.17%
2. Bank Muamalat Indonesia	87.98%
3. Bank Mega Syariah	73.3%
4. Bank BNI	73.2%
5. Bank BRI	73.1%
6. Bank Bukopin	72.7%
7. Bank BTN	72.6%
8. Bank Danamon	72.4%
9. Bank CIMB Niaga	72.1%
10. Bank BII	70%

Sumber : www.infobanknews.com/2012/04/10

Terlihat jelas bahwa pelayanan merupakan faktor penting yang harus dimiliki oleh suatu bank. Akan tetapi, pelayanan seringkali dianggap sepele oleh beberapa pihak. Padahal tanpa disadari bahwa ada pihak-pihak yang merasa dirugikan oleh karena perilaku pelayanan dari pihak lain. Dan untuk itulah saya ingin mengetahui lebih lanjut tentang pengaruh kualitas pelayanan di Bank BNI UPN Jakarta

Dengan melihat fenomena yang ada penulis ingin mengembangkan penelitian sebelumnya dengan mengambil judul penelitian “ **Analisis kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI di wilayah Jakarta Selatan**”.

Perumusan masalah

Dari masalah penulisan diatas merumuskan masalah :

Analisis kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah Bank BNI di wilayah Jakarta Selatan.

TINJAUAN PUSTAKA

Landasan Teori Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2009:5) mendefinisikan “Pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemilik sahamnya.

Pengertian Kualitas

Menurut Fandy Tjiptono (2008:85), kualitas layanan bisa diartikan sebagai “ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi

1. Kinerja (*performance*), yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti, misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dsb.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*feature*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior seperti dash board, AC, sound system, door lock system, power steering, dsb.
3. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, misalnya mobil tidak sering ngadat / macet / rewel / rusak.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar keamanan dan emisi terpenuhi, seperti ukuran as roda untuk truk tentunya harus lebih besar dari pada mobil sedan.
5. Daya tahan (*durability*), yaitu berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur pengguna mobil. Umumnya daya tahan mobil buatan amerika atau eropa lebih baik dari pada mobil buatan jepang.

kualitas layanan adalah layanan yang diharapkan pelanggan (*expected service*) dan persepsi terhadap layanan (*perceived service*)

Dimensi Kualitas

Fandi Tjiptono (2008:93) menjelaskan ada delapan dimensi kualitas, dan dapat digunakan sebagai kerangka perencanaan strategis dan analisis. Dimensi-dimensi tersebut adalah:

6. *Seviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah di reparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model atau desain yang artistik, warna, dsb.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya karena kurangnya pengetahuan pembeli akan atribut / ciri-ciri produk yang akan dibeli, maka pembeli mempersepsikan kualitasnya dari aspek harga, nama merek, iklan, reputasi perusahaan, maupun negara pembuatnya. Umumnya orang akan menganggap merek mercedes dan BMW sebagai jaminan mutu.

Dimensi Pokok Kualitas Jasa (SERVQUAL)

Fandy Tjiptono (2008: 95), terdapat lima dimensi SERVQUAL sebagai berikut:

1. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan

yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
3. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.
4. Jaminan dan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).
5. Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari

pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

Jasa Pengertian Jasa

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013 : 6) mendefinisikan “Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang umumnya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu dihasilkan dan memberikan nilai tambah (misalnya, kenyamanan, hiburan, kesenangan, atau kesehatan)”

Karakteristik Jasa

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:7), ada karakteristik pokok pada jasa yang membedakannya dengan barang. karakteristik tersebut meliputi:

1. Intangible (tidak berwujud)

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau rasa aman.

2. Unstorability (tidak dapat disimpan)

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga *inseparability* (tidak dapat dipisahkan) mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

3. Customization (kustomisasi)

Jasa sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan, misalnya, pada jasa asuransi dan kesehatan.

Kualitas Jasa

Fandy Tjiptono (2006:59), kualitas jasa adalah “tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi

keinginan pelanggan dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*". Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan apa yang diharapkan, kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Kepuasan

Pengertian Kepuasan

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:228)"kepuasan adalah perasaan senang atau kecewaseseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan ".Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas.Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas.Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Metode Pengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Ujang Sumarwan (2011:147), mengemukakan empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented*) perlu memberi kepuasan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah terjangkau atau sering dilewati pelanggan), menyediakan kartu komentar (yang bisa diisi langsung ataupun yang bisa dikirim via pos kepada perusahaan), menyediakan saluran telepon khusus (*customer hotline*), dll.

2. Survei kepuasan pelanggan

Umunya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telpon, maupun wawancara pribadi. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan sekaligus juga memberikan nada (sinyal) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pegukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan berbagai cara, diantaranya:

a. *Directly Reported Satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan seperti "ungkapan seberapa puas saudara terhadap pelayanan PT. Virus Jaya pada skala berikut" sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.

b. *Deraifed Dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c. *Problem Analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. *Importens-Performance Analysis*

Cara ini diungkapkan oleh Martila dan James dalam artikel mereka yang di muat journal of marketing bulan Januari 1977 yang berjudul "importens-performance analysis". Dalam teknik ini, responden diminta untuk

merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta merangking beberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen dalam atribut tersebut.

3. *Gosh shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*gosh shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *gosh shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu para *gosh shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara perusahaan dan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menanggapi setiap keluhan.

4. *Lost Customer Analysis*

Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperoleh informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dalam loyalitas pelanggan.

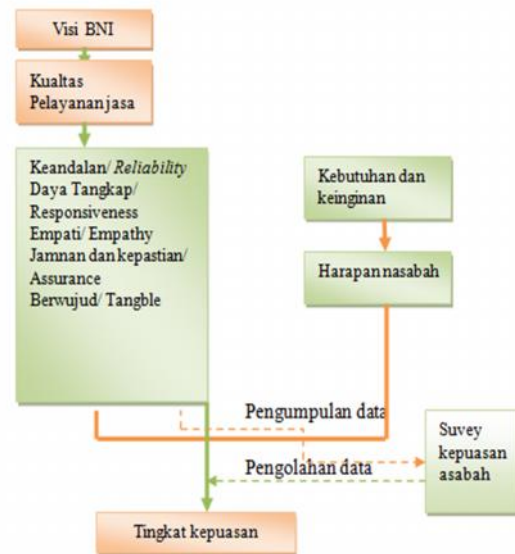
Kerangka Pemikiran

Pelayanan jasa yang baik didalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi nasabahnya. Ketika nasabah itu merasa pelayanan yang diberikan perusahaan sangat memuaskan, maka mereka akan kembali menggunakan jasa perusahaan tersebut dan sekaligus menjadi

nasabah yang setia. Begitu juga sebaliknya jika nasabah tersebut tidak puas.

Dan dari hasil penelitian terdapat kerangka pemikirannya seperti di bawah ini.

Gambar : II.1



METODE PENELITIAN

Sampel & Populasi

Objek yang akan diteliti adalah nasabah Bank BNI cabang UPN Veteran Jakarta yang menggunakan produk yang ditawarkan oleh Bank BNI. Pembatasan penelitian ini didasarkan bahwa sebagian nasabah ingin mendapatkan Pelayanan yang baik dari karyawan Bank BNI sehingga patut untuk diikuti sertakan dalam penelitian ini.

Sampel

Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah nasabah remaja atau orang dewasa yang telah menjadi nasabah di wilayah Jakarta Selatan karena objek yang diteliti telah menggunakan produk yang ditawarkan oleh Bank dan karna faktor usia juga sehingga patut untuk diteliti. Penelitian ini menggunakan metode

penyempelan / non random sampling karena besarnya populasi tidak diketahui secara pasti atau setiap elemen populasi tidak mempunyai kemungkinan yang sama untuk dijadikan sampel. Metode sampel digunakan adalah metode *purposive sampling*.

Metode Analisis

Metode analisis data

Untuk menjawab perumusan masalah mengenai sejauh mana tingkat kepuasan nasabah terhadap kinerja yang diberikan oleh petugas bank sebagai penyaji jasa sertapihak manajemen Bank BNI sebagai penyedia jasa perbankan, maka akan dilakukan pengujian *Important Performance Analysis* atau analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja kepuasan pelanggan. Pengujian *Important Performance Analysis* dilakukan untuk mengukur perbandingan antara tingkat kepuasan nasabah dengan tingkat kepentingan (harapan nasabah). Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel yang diwakili oleh huruf X dan Y, di mana : X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para nasabah, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah :

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

di mana : Tki = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian kinerja perusahaan

Y_i = Skor penilaian kepentingan nasabah.

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap factor yang mempengaruhi kepuasan nasabah pelanggan dengan :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

di mana : \bar{X} = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan

\bar{Y} = Skor rata-rata tingkat kepentingan
 n = Jumlah responden

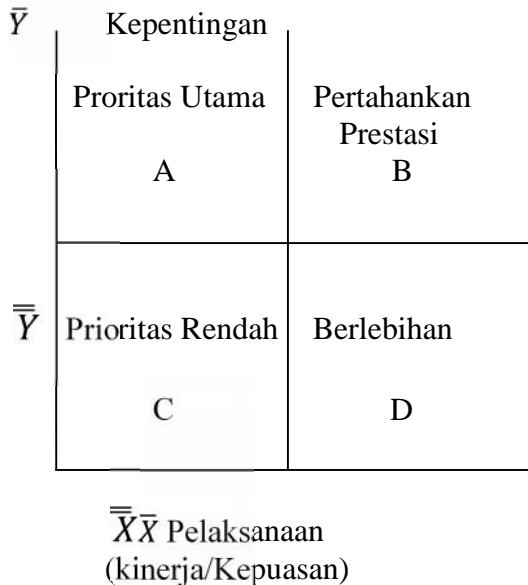
Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} , \bar{Y}), di mana \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan nasabah seluruh factor atau atribut dan \bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh factor yang mempengaruhi kepuasan nasabah. Rumus selanjutnya :

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

Di mana : K = Banyaknya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam

diagram kartesius seperti gambar dibawah ini.

Gambar III.1 Diagram Kartesius



Keterangan:

- A. Menunjukan atrbut yang dianggap mempengaruhi kepuasan nasabah, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting namun manajemen belum melaksanakannya sesua keinginan nasabah. Sehingga mengecewakan/tidak puas.
- B. Menunjukan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan.
- C. untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- D. Menunjukan beberapa atribut yang kurang penting pengaruhnya bagi nasabah, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- E. Menunjukan atribut yang mempengaruhi nasabah kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan.

Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

Uji Reliabilitas dan Validitas

Uji validitas dan realibilitas dalam penelitian ini dilakukan kepada 30 orang responden diluar dari pada responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian. Dengan minimal jumlah 30 orang ini, distribusi skors (nilai) akan lebih mendekati kurva normal menurut Ety Rochaety, Ratih Tresnati,H. abdul madjid latief.

1. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat keterpercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi, yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliable). Pernyataan yang sudah valid dalam uji validitas akan ditentukan reliabilitas dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika r_{alpha} positif atau $>r_{table}$ maka pernyataan reliabel
- 2) Jika r_{alpha} negatif atau $<r_{table}$ maka pernyataan tidak reliabel
- 3) Reliabel artinya data yang diperoleh melalui kuisisioner hasilnya akan konsisten bila digunakan peneliti lain.

Dalam pengujian *reliability* untuk mengetahui apakah di dalam pengujian instrument reliabilitas atau tidak menggunakan alpha Cronbach. Maka standar yang digunakan dalam menentukan reliabilitasnya atau tidaknya instrument penelitian umumnya adalah perbandingan antara nilai r hitung dengan r tabel pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat signifikan 5%. Apabila alpha hitung lebih besar daripada r tabel dan alpha hitung bernilai positif, maka suatu instrument penelitian dapat dikatakan reliable.

Tabel III.4 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d. 0,199	Sangat Tidak Reliabel
>0,20 s.d. 0,399	Kurang Reliabel
>0,40 s.d. 0,599	Agak Reliabel
>0,60 s.d. 0,799	Reliabel
>0,80 s.d. 1,000	Sangat Reliabel

2. Uji Validitas

Validitas merupakan ukuran yang benar-benar mengukur apa yang akan diukur. Semakin tinggi validitas suatu alat tes, maka alat tes tersebut semakin mengenai pada sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya di ukur. Jadi validitas menunjukkan kepada ketepatan dan kecermatan test dalam menjalankan fungsi dalam pengukurannya. Suatu test dapat dikatakan mempunyai validitas tinggi apabila test tersebut menjalankan fungsi ukurannya, atau memberikan hasil ukur sesuai makna dan tujuan diadakannya test tersebut. Teknik yang digunakan untuk mengukur validitas butir pertanyaan kesioner adalah Correlation Product Moment dari Karl Pearson (validitas isi) dengan cara mengkorelasikan masing-masing item pertanyaan kuesioner.

Dalam uji validitas pengambilan keputusan adalah :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{table}$, maka pernyataan tersebut valid
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{table}$, maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid

Skala Pengukuran

Peneliti member lima alternative jawaban kepada responden, dengan menggunakan skala 1 sampai 5 untuk keperluan analisis kuantitatif penelitian ini yang dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Table III.3 Bobot Nilai Berdasarkan Skala Likert

No	Skala pengukuran	Skor
1	Sangat Penting (SP)	5
2	Penting (P)	4
3	Cukup Penting (CP)	3
4	Kurang Penting (KP)	2
5	Tidak Penting (TP)	1

Sumber : Prof.J.Supranto,M.A (2001)

Untuk kinerja/penampilan diberikan lima penilaian dengan bobot sebagai berikut :

- Jawaban sangat baik diberi bobot 5 artinya nasabah sangat puas.
- Jawaban baik diberi bobot 4, artinya nasabah puas.
- Jawaban cukup baik diberi bobot 3, artinya nasabah cukup puas.
- Jawaban kurang baik diberi bobot 2, artinya nasabah kurang puas.
- Jawaban tidak baik diberi bobot 1, artinya nasabah tidak puas.

Penyusunan keperluan analisis kuantitatif dilakukan berdasarkan konsep masing-masing variabel itu sendiri. Pada penelitian ini terdapat dua variabel yaitu kualitas pelayanan (variabel X), kepuasan pasien (Variabel Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Data dan pembahasan setiap faktor /atribut

IV.3.1 Analisis Reliability

1. Transaksi selalu berjalan lancar dan cepat, tidak mengalami gangguan jaringan.

Di dalam bagian ini dijelaskan mengenai tingkat kepentingan secara rinci. Untuk layanan transaksi selalu berjalan lancar dan tepat, tidak mengalami gangguan jaringan pihak

perusahaan harus memperhatikan proses berjalannya transaksi apakah sudah sesuai dengan yang diharapkan nasabah atau belum dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan transaksi selalu berjalan lancar dan cepat, tidak mengalami gangguan jaringan sebagai yang tertera pada tabel IV.4

Tabel VI.4 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Transaksi Selalu Berjalan Lancar dan Cepat, Tidak Mengalami Gangguan Jaringan.

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	43	215	32	160
4	Baik / Penting	45	180	40	160
3	Kurang Baik / Penting	3	9	1	3
2	Tidak Baik Penting	5	10	23	46
1	Sangat Tidak Baik / Penting	4	4	4	4
	Total	100	418	100	373

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 91,9% ($373 \div 418 * 100$)

2. Karyawan Bank BNI peduli terhadap keluhan nasabah

Karyawan Bank BNI peduli terhadap keluhan nasabah, ini bagian dari tanggung jawab Bank BNI agar

selalu peduli akan kepuasan dan keluhan para nasabahnya, sehingga nasabah selalu merasa diperhatikan dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan karyawan Bank BNI Karyawan Bank BNI peduli terhadap keluhan nasabah sebagai yang tertera pada tabel IV.5

Tabel IV.5 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Karyawan Bank BNI Peduli Terhadap Keluhan Nasabah

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	40	200	42	210
4	Baik / Penting	48	192	52	208
3	Kurang Baik / Penting	1	3		0
2	Tidak Baik Penting	10	20	4	8
1	Sangat Tidak Baik / Penting	1	1	2	2
	Total	100	416	100	428

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 102,9% ($428 \div 416 * 100$)

- Nasabah merasa aman dan percaya ketika bertransaksi dengan menggunakan mesin ATM BNI.

Pengertian faktor ini adalah menuntut agar Bank BNI senantiasa memberirasa aman dan nyaman kepada

nasabah, agar nasabah merasa dilindungi dan aman dalam bertransaksi menggunakan mesin ATM dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan nasabah merasa aman dan percaya ketika bertransaksi dengan menggunakan mesin ATM BNI sebagai yang tertera pada tabel IV.6

Tabel IV.6 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Nasabah Merasa Aman dan Percaya Ketika Bertransaksi dengan Menggunakan Mesin ATM BNI

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	34	170	37	185
4	Baik / Penting	49	196	51	204
3	Kurang Baik / Penting	6	18	6	18
2	Tidak Baik Penting	11	22	6	12
1	Sangat Tidak Baik / Penting		0		0
	Total	100	406	100	419

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 103,2% ($419 \div 406 * 100$)

- Nasabah selalu merasa aman dengan adanya *security* di depan pintu masuk Bank BNI.

Kemampuan Bank BNI untuk selalu memberikan rasa aman kepada nasabah menjadi prioritas utama, hal ini penting untuk keberlangsungan transaksi yang dilakukan oleh nasabah dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan nasabah selalu

merasa aman dengan adanya security di depan pintu masuk Bank BNI sebagai

yang tertera pada tabel IV.7

Tabel IV.7 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Nasabah Selalu Merasa Aman dengan Adanya *Security* di Depan Pintu Masuk Bank BNI

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	36	180	40	200
4	Baik / Penting	40	160	45	180
3	Kurang Baik / Penting	9	27	7	21
2	Tidak Baik Penting	15	30	8	16
1	Sangat Tidak Baik / Penting		0		0
	Total	100	397	100	417

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 105,0% ($417 \div 397 * 100$)

penyelesaian yang dilakukan oleh karyawan Bank BNI hal ini harus diperhatikan oleh Bank BNI yang harus cepat dalam menangani keluhan para nasabah dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Karyawan Bank BNI cepat dalam memahami permasalahan yang sedang saya alami sebagai yang tertera pada tabel IV.8

IV.3.2 Analisis Responsiveness

- Karyawan Bank BNI cepat dalam memahami permasalahan yang sedang nasabah alami.

Di dalam setiap masalah yang dialami oleh nasabah, nasabah lebih menginginkan kecepatan dalam proses

Tabel IV.8 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Karyawan Bank BNI Cepat dalam Memahami Permasalahan Yang Sedang Saya Alami

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	42	210	46	230
4	Baik / Penting	38	152	43	172
3	Kurang Baik / Penting	5	15	5	15
2	Tidak Baik Penting	14	28	5	10
1	Sangat Tidak Baik / Penting	1	1	1	1
	Total	100	406	100	428

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu

tingkat kesesuaian yaitu sebesar 105,4% ($428 \div 406 * 100$)

6. Pegawai Bank BNI selalu berkomunikasi dengan baik kepada nasabah.

Komunikasi adalah hal yang sangat penting untuk itu pegawai Bank BNI haruslah bertutur kata yang baik dan jelas agar nasabah merasa nyaman dan mengerti dari seratus responden

yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan transaksi Bank BNI cepat tanggap terhadap keluhan yang saya rasakan sebagai yang tertera pada tabel IV.9

Tabel IV.9 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Pegawai Bank BNI Selalu Berkomunikasi dengan Baik Kepada Nasabah

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	22	110	20	100
4	Baik / Penting	58	232	59	236
3	Kurang Baik / Penting	8	24	7	21
2	Tidak Baik Penting	9	18	11	22
1	Sangat Tidak Baik / Penting	3	3	3	3
	Total	100	387	100	382

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 98,7% ($382 \div 387 * 100$)

7. Pegawai Bank BNI selalu memberikan penjelasan yang jelas tanpa berbelit – belit.

Hal yang diperlukan oleh nasabah adalah hal yang jelas dan tidak berbelit-belit dikarenakan banyak nasabah yang tidak memiliki banyak waktu untuk

berlama- lama di dalam Bank untuk itu pegawai Bank BNI harus senantiasa memberikan penjelasan yang singkat dan jelas tanpa harus berbelit-belit dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Pegawai Bank BNI selalu memberikan penjelasan yang jelas tanpa berbelit – belit sebagai yang tertera pada tabel IV.10

Tabel IV.10 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Pegawai Bank BNI Selalu Memberikan Penjelasan yang Jelas Tanpa Berbelit – belit

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	31	155	34	170
4	Baik / Penting	44	176	50	200
3	Kurang Baik / Penting	12	36	10	30
2	Tidak Baik Penting	11	22	4	8
1	Sangat Tidak Baik / Penting	2	2	2	2
	Total	100	391	100	410

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 104.9% ($410 \div 391 * 100$)

8. Karyawan Bank BNI selalu tegas dan jelas dalam menjawab semua keluhan yang sedang saya rasakan.

Untuk menjawab pertanyaan nasabah pegawai Bank BNI harus jelas dan tegas dalam menjawab, untuk itu

penting bagi Bank BNI mengevaluasi dan memberikan pelatihan untuk para pegawai Bank BNI dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Karyawan Bank BNI selalu tegas dan jelas dalam menjawab semua keluhan yang sedang nasabah rasakan sebagai yang tertera pada tabel IV.11

Tabel IV.11 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Karyawan Bank BNI Selalu Tegas Dan Jelas Dalam Menjawab Semua Keluhan Yang Sedang Nasabah Rasakan

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	40	200	45	225
4	Baik / Penting	37	148	44	176
3	Kurang Baik / Penting	7	21	4	12
2	Tidak Baik Penting	16	32	7	14
1	Sangat Tidak Baik / Penting		0		0
	Total	100	401	100	427

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 106.5% ($427 \div 401 * 100$)

IV.3.3 Analisis Assurance

9. Karyawan Bank BNI mampu meyakinkan nasabah untuk tetap menjadi nasabah Bank BNI.

Bank harus mampu meyakinkan nasabah bahwa Bank BNI akan tetap membantu keluhan nasabah dan selalu

menjaga kerahasiaan data pribadi nasabah agar nasabah yakin bahwa data mereka akan aman dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Karyawan Bank BNI mampu meyakinkan nasabah untuk tetap menjadi nasabah Bank BNI sebagai yang tertera pada tabel IV.12

Tabel IV.12 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Karyawan Bank BNI Mampu Meyakinkan Nasabah Untuk Tetap Menjadi Nasabah Bank BNI

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	27	135	31	155
4	Baik / Penting	51	204	56	224
3	Kurang Baik / Penting	9	27	6	18
2	Tidak Baik Penting	13	26	7	14
1	Sangat Tidak Baik / Penting		0		0
	Total	100	392	100	411

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 104,8% ($411 \div 392 * 100$)

- Pegawai Bank BNI tidak akan Menyalah gunakan kepercayaan nasabah dengan selalu merahasiakan identitas pribadi nasabah.

Bank harus menjaga data pribadi nasabah agar tidak dapat diketahui orang lain dengan begitu

nasabah akan merasa yakin dan aman telah menabung di Bank BNI dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Pegawai Bank BNI tidak akan Menyalah gunakan kepercayaan saya dengan selalu merahasiakan identitas pribadi saya sebagai yang tertera pada tabel IV.13

Tabel IV.13 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Pegawai Bank BNI Tidak Akan Menyalah Gunakan Kepercayaan Nasabah Dengan Selalu Merahasiakan Identitas Pribadi Nasabah

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	26	130	29	145
4	Baik / Penting	43	172	46	184
3	Kurang Baik / Penting	10	30	4	12
2	Tidak Baik Penting	20	40	17	34
1	Sangat Tidak Baik / Penting	1	1	4	4
	Total	100	373	100	379

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 101,6% ($379 \div 373 * 100$)

- Karyawan Bank BNI selalu bersikap sopan dan ramah.

Untuk memperoleh dan mempertahankan loyalitas pelanggan, maka karyawan Bank BNI harus

bersikap ramah dan sopan, dengan begitu nasabah akan merasa nyaman dan senang dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Karyawan Bank BNI selalu bersikap sopan dan ramah sebagai yang tertera pada tabel IV.14

Tabel IV.14 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Karyawan Bank BNI Selalu Bersikap Sopan dan Ramah

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	36	180	42	210
4	Baik / Penting	39	156	42	168
3	Kurang Baik / Penting	10	30	8	24
2	Tidak Baik Penting	13	26	7	14
1	Sangat Tidak Baik / Penting	2	2	1	1
	Total	100	394	100	417

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 105,8% ($417 \div 394 * 100$)

12. Pegawai Bank BNI selalu tersenyum saat saya ingin mulai bertransaksi.

Pegawai Bank BNI harus senantiasa ramah kepada nasabah agar

nasabah merasa senang dan nyaman dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Pegawai Bank BNI selalu tersenyum saat saya ingin mulai bertransaksi sebagai yang tertera pada tabel IV.15

Tabel IV.15 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Pegawai Bank BNI Selalu Tersenyum Saat Saya Ingin Mulai Bertransaksi

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	31	155	38	190
4	Baik / Penting	41	164	43	172
3	Kurang Baik / Penting	12	36	10	30
2	Tidak Baik Penting	14	28	7	14
1	Sangat Tidak Baik / Penting	2	2	2	2
	Total	100	385	100	408

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 106,0% ($408 \div 385 * 100$)

13. Para pegawai Bank BNI selalu memberikan sapaan hangat untuk para nasabah.

Keramahan adalah faktor yang dapat dirasakan oleh nasabah dan hal tersebut dapat dirasakan melalui sikap

para pegawai Bank BNI misalnya dengan sapaan hangat sebelum bertransaksi dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Para pegawai Bank BNI selalu memberikan sapaan hangat untuk para nasabah sebagai yang tertera pada tabel IV.16

Tabel IV.16 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Para Pegawai Bank BNI Selalu Memberikan Sapaan Hangat Untuk Para Nasabah

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	26	130	29	145
4	Baik / Penting	41	164	42	168
3	Kurang Baik / Penting	15	45	13	39
2	Tidak Baik Penting	17	34	15	30
1	Sangat Tidak Baik / Penting	1	1	1	1
	Total	100	374	100	383

Sumber: Hasil Kuestoner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 102,4% ($383 \div 374 * 100$)

IV.3.4 Analisis Emphthy

14. Karyawan Bank BNI melayani nasabah dengan sepenuh hati.

Pelayanan yang maksimal harus selalu diutamakan, pegawai Bank BNI

harus senantiasa melayani nasabah dengan sepenuh hati agar nasabah merasa selalu dihargai dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Karyawan Bank BNI melayani nasabah dengan sepenuh hati sebagai yang tertera pada table IV.17

Tabel IV.17 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Karyawan Bank BNI Melayani Nasabah Dengan Sepenuh Hati

Bobot	Jawaban Responden	Kinerja		Harapan	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	7	35	7	35
4	Baik / Penting	53	212	66	264
3	Kurang Baik / Penting	21	63	18	54
2	Tidak Baik Penting	16	32	5	10
1	Sangat Tidak Baik / Penting	3	3	4	4
	Total	100	345	100	367

Sumber: Hasil Kuestoner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 106,4% ($367 \div 345 * 100$)

15. Pegawai Bank BNI selalu memperhatikan nasabah yang mengalami gangguan dalam bertransaksi.

Pegawai Bank BNI harus memperhatikan sistem yang berjalan,

agar nasabah dapat melakukan transaksi dengan lancar dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Pegawai Bank BNI selalu memperhatikan nasabah yang mengalami gangguan dalam bertransaksi sebagai yang tertera pada tabel IV.18

Tabel IV.18 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Pegawai Bank BNI Selalu Memperhatikan Nasabah Yang Mengalami Gangguan Dalam Bertransaksi

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	5	25	18	90
4	Baik / Penting	66	264	60	240
3	Kurang Baik / Penting	15	45	13	39
2	Tidak Baik Penting	12	24	8	16
1	Sangat Tidak Baik / Penting	2	2	1	1
	Total	100	360	100	386

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 107,2% ($386 \div 360 * 100$)

16. Pegawai Bank BNI yang selalu menjalin hubungan yang baik dengan nasabah.

Hubungan yang terjalin antara pegawai dan nasabah akan

memperlancar system berjalannya transaksi dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Bank BNI yang selalu menjalin hubungan yang baik dengan nasabah sebagai yang tertera pada tabel IV.19

Tabel IV.19 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Pegawai Bank BNI Yang Selalu Menjalin Hubungan Yang Baik Dengan Nasabah

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	6	30	6	30
4	Baik / Penting	56	224	64	256
3	Kurang Baik / Penting	20	60	19	57
2	Tidak Baik Penting	16	32	9	18
1	Sangat Tidak Baik / Penting	2	2	2	2
	Total	100	348	100	363

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 104,3% ($363 \div 348 * 100$)

17. Tersedia jaringan yang luas dan tersebar hingga proses transaksi tercapai hingga kedaerah tujuan nasabah.

Banyak nasabah Bank BNI yang terdapat didaerah terpencil dan

seharusnya jaringan tersebut harus sampai hingga ke daerah plosok dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Tersedia jaringan yang luas dan tersebar hingga proses transaksi tercapai hingga kedaerah tujuan andasebagai yang tertera pada tabel IV.20

Tabel IV.20 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Tersedia Jaringan Yang Luas Dan Tersebar Hingga Proses Transaksi Tercapai Hingga Kedaerah Tujuan Nasabah

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	38	190	36	180
4	Baik / Penting	29	116	32	128
3	Kurang Baik / Penting	11	33	12	36
2	Tidak Baik Penting	20	40	16	32
1	Sangat Tidak Baik / Penting	2	2	4	4
	Total	100	381	100	380

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 98,4% ($380 \div 381 * 100$)

18. Bank BNI selalu memberikan perhatian kepada nasabah yang memiliki masalah.

Nasabah akan merasa senang jika Bank BNI peduli terhadap keluhan

kesah yang sedang dialami oleh nasabah dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Bank BNI selalu memberikan perhatian kepada nasabah yang memiliki masalah sebagai yang tertera pada tabel IV.21

Tabel IV.21 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Bank BNI Selalu Memberikan Perhatian Kepada Nasabah Yang Memiliki Masalah

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	35	175	5	25
4	Baik / Penting	40	160	54	216
3	Kurang Baik / Penting	11	33	23	69
2	Tidak Baik Penting	10	20	13	26
1	Sangat Tidak Baik / Penting	4	4	5	5
	Total	100	392	100	341

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 87,0% ($341 \div 392 * 100$)

IV.3.5 Analisis Tangible

19. Kondisi dalam ruangan mesin ATM BNI bersih dan terawat.

Kebersihan sebagian dari iman, nasabah akan merasa nyaman jika

berada diruangan yang bersih dan terawat dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Kondisi dalam ruangan mesin ATM BNI bersih dan terawat sebagai yang tertera pada tabel IV.22

Tabel IV.22 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Kondisi Dalam Ruangan Mesin ATM BNI Bersih Dan Terawat

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	3	15	33	165
4	Baik / Penting	50	200	45	180
3	Kurang Baik / Penting	24	72	11	33
2	Tidak Baik Penting	19	38	8	16
1	Sangat Tidak Baik / Penting	4	4	3	3
	Total	100	329	100	397

Sumber.: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 120.7% ($397 \div 329 * 100$)

20. Saya merasa nyaman ketika berada di dalam Bank BNI.

Kenyamanan menjadi hal yang penting untuk di perhatikan, jika

nasabah merasa nyaman maka nasabah akan loyal kepada Bank BNI dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Saya merasa nyaman ketika berada di dalam Bank BNI sebagai yang tertera pada tabel IV.23

Tabel IV.23 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Saya Merasa Nyaman Ketika Berada Di Dalam Bank BNI

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	3	15	35	175
4	Baik / Penting	50	200	47	188
3	Kurang Baik / Penting	24	72	14	42
2	Tidak Baik Penting	21	42	4	8
1	Sangat Tidak Baik / Penting	2	2		0
	Total	100	331	100	413

Sumber.: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 124,8% ($413 \div 331 * 100$)

21. Ruangan di Bank BNI rapih dan wangi.

Kerapihan menjadi hal yang harus diperhatikan oleh Bank agar

nasabah selalu merasa nyaman dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Ruangan di Bank BNI rapih dan wangi sebagai yang tertera pada tabel IV.24

Tabel IV.24 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Ruangan Di Bank BNI Rapih Dan Wangi

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	28	140	34	170
4	Baik / Penting	47	188	51	204
3	Kurang Baik / Penting	8	24	5	15
2	Tidak Baik Penting	16	32	9	18
1	Sangat Tidak Baik / Penting	1	1	1	1
	Total	100	385	100	408

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 106,0% ($408 \div 385 * 100$)

22. Pegawai Bank BNI selalu memperhatikan kebersihan ruangan.
Pegawai Bank BNI harus memperhatikan kebersihan ruangan

agar nasabah merasa nyaman berada didalam ruangan Bank BNI dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Pegawai Bank BNI selalu memperhatikan kebersihan ruangan sebagai yang tertera pada tabel IV.25

Tabel IV.25 Tingkat Harapan Responden dan Penilaian Kinerja Terhadap Pegawai Bank BNI Selalu Memperhatikan Kebersihan Ruangan

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	44	220	41	205
4	Baik / Penting	41	164	36	144
3	Kurang Baik / Penting	3	9	2	6
2	Tidak Baik Penting	11	22	20	40
1	Sangat Tidak Baik / Penting	1	1	1	1
	Total	100	416	100	396

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 95,2% ($396 \div 416 * 100$)

23. Pegawai Bank BNI semuanya berpenampilan menarik.
Penampilan menjadi faktor utama untuk menarik perhatian

nasabah agar terlihat rapih dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Pegawai bank BNI semuanya berpenampilan menarik sebagai yang tertera pada tabel IV.26

Tabel IV.26 Tingkat Harapan Responden Dan Penilaian Kinerja Terhadap Pegawai Bank BNI Semuanya Berpenampilan Menarik

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	20	100	20	100
4	Baik / Penting	38	152	36	144
3	Kurang Baik / Penting	22	66	20	60
2	Tidak Baik Penting	16	32	19	38
1	Sangat Tidak Baik / Penting	4	4	5	5
	Total	100	354	100	347

Sumber.: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 98,0% ($347 \div 354 * 100$)

24. Pegawai Bank BNI berseragam rapih.
Pakaian yang digunakan pegawai harus rapih dan sesuai

dengan seragam yang diberikan oleh Bank BNI dari seratus responden yang diteliti, maka telah diperoleh hasil penilaiannya terhadap tingkat kepentingan dari kemampuan perusahaan Pegawai Bank BNI berseragam rapih sebagai yang tertera pada tabel IV.27

Tabel IV.27 Tingkat Harapan Responden Dan Penilaian Kinerja Terhadap Pegawai Bank BNI Berseragam Rapih

Bobot	Jawaban Responden	Harapan		Kinerja	
		F	Skor	F	Skor
5	Sangat Baik / Penting	21	105	29	145
4	Baik / Penting	48	192	49	196
3	Kurang Baik / Penting	14	42	11	33
2	Tidak Baik Penting	17	34	11	22
1	Sangat Tidak Baik / Penting		0		0
	Total	100	373	100	396

Sumber.: Hasil Kuesioner

Dari kedua data yang diperoleh tersebut akan menghasilkan suatu tingkat kesesuaian yaitu sebesar 95,2% ($396 \div 373 * 100$)

Diagram Kartesius

Untuk analisis ini penulis akan menyajikan dalam diagram kartesius untuk melihat posisi titik kepuasan nasabah/para pelanggan yang dilihat dari tingkat harapan dan tingkat pelayanan yang selama ini dilakukan diagram dibagi empat bagian, yaitu :

- Kuadran A menunjukkan kepuasan dengan prioritas utama, bahwa unsur-unsur jasa yang sangat penting bagi pelanggan akan tetapi pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan keinginan pelanggan.
- Kuadran B menunjukkan kepuasan untuk dipertahankan, bahwa unsur-unsur jasa pokok yang dianggap penting oleh pelanggan telah dilaksanakan dengan baik dan dapat memuaskan pelanggan. Maka kini kewajiban dari perusahaan adalah mempertahankan kinerjanya.

c. Kuadran C menunjukkan kepuasan dengan prioritas rendah, bahwa unsur-unsur yang kurang penting oleh pelanggan dan sebaiknya perusahaan menjalankan secara semampunya.

d. Kuadran D menunjukkan kepuasan sangat rendah, bahwa unsur-unsur jasa yang dianggap kurang penting, tetapi telah dijalankan dengan sangat baik oleh pihak PT. Bank BNI (Persero) Tbk, hal ini dianggap berlebihan.

Pembahasan

Sesuai hasil penelitian sebelumnya dengan judul “ pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah ” yang hasil penelitiannya terdapat kolerasi atau hubungan antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* yang merupakan variabel independen dengan kepuasan nasabah yang merupakan variabel dependen adalah kuat dan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan nasabah. (Ayu Oka Windarti 2012) Hasil dari penelitian tersebut sejalan dengan penelitian ini dimana variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, berpengaruh secara bersama sama.

Dari penelitian dengan judul tentang “ pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah ” dan diperoleh hasil pengujian terdapat pengaruh yang signifikan (nyata) secara bersama-sama dan secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri atas dimensi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* terhadap loyalitas nasabah Bank Mandiri Cabang Gorontalo. (Hais Dama 2010) Hasil dari penelitian tersebut sejalan dengan penelitian ini yaitu nasabah merasa puas dengan pelayanan Bank BNI.

Dari penelitian terdahulu tentang “ Layanan kualitas dimensi efek pada kepuasan pelanggan terhadap *e-banking* ” dengan hasil penelitian Penelitian ini berhasil menentukan hubungan antara *reliability*, *responsiveness*, *assurance* *empathy*, dan bukti fisik dengan

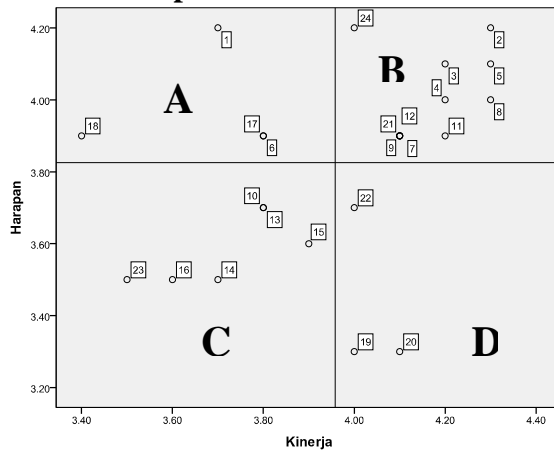
kepuasan pelanggan yang bervariasi sesuai dengan sifat layanan dan secara positif berhubungan dengan kepuasan pelanggan. (Catherine Tan Yein Ping 2012) Hasil dari penelitian tersebut sejalan dengan penelitian ini bahwa terdapat hubungan antara *reliability*, *responsiveness*, *assurance* *empathy* dan bukti fisik dengan kepuasan pelanggan.

Dari penelitian terdahulu meneliti tentang “ layanan kualitas perspektif dan pelanggan kepuasan di Bank komersial yang bekerja di yordania Kualitas jasa ” berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. (Anber dan Shireen 2011) Hasil penelitian tersebut tidak sejalan dengan penelitian ini.

Dari penelitian terdahulu meneliti tentang “ pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah kredit perorangan dan kelompok ” yang menghasilkan Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PD BPR Bank pasar kabupaten karang anyar. (Dodik Agung Indra Tri Gunarsih 2005). Hasil penelitian tersebut sejalan karna berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BNI.

Kepuasan nasabah/para pelanggan yang dilihat dari tingkat harapan dan tingkat pelayanan yang selama ini dilakukan diagram dibagi empat bagian, yaitu :

Gambar IV.1 Diagram kartesius Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah



Hasil pengukuran unsur-unsur jasa ini berdasarkan tingkat kepuasan pelanggan dari hasil pelaksanaan pelayanan kerjanya yang memungkinkan PT. Bank BNI (Persero) Tbk Di wilayah Jakarta Selatan untuk dapat menitik beratkan pada usaha-usaha perbaikan untuk hal-hal atau faktor yang benar-benar dianggap penting saja oleh para pelanggan PT. Bank BNI (Persero) Tbk Di wilayah Jakarta Selatan.

Dalam diagram kartesius ini terlihat bahwa letak unsur-unsur pelaksanaan pelayanan faktor-faktor atau atribut yang dipengaruhi oleh kepuasan nasabah PT. Bank BNI (Persero) Tbk Di wilayah Jakarta Selatan terbagi menjadi empat bagian. Adapun interpretasi dari diagram kartesius ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Kuadran A

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan para pelanggan PT. Bank BNI (Persero) Tbk Di wilayah Jakarta Selatan berada dalam kuadran ini dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh pihak PT. Bank BNI (Persero) Tbk karena keberadaan faktor inilah yang

dinilai sangat diharapkan oleh para pelanggan.

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- 1) Atribut no 1 Transaksi selalu berjalan lancar dan cepat, tidak mengalami gangguan jaringan
- 2) Faktor no 6 Bank BNI cepat tanggap terhadap keluhan yang saya rasakan
- 3) Atribut no 17 Tersedia jaringan yang luas dan tersebar hingga proses transaksi tercapai hingga ke daerah tujuan anda.
- 4) Atribut no 18 Bank BNI selalu memberikan perhatian kepada nasabah yang memiliki masalah.

b. Kuadran B

Menunjukkan atribut yang mempengaruhi kepuasan para pelanggan PT. Bank BNI (Persero) Tbk berada dalam kuadran ini untuk dipertahankan karena umumnya tingkat pelayanan telah sesuai dengan harapan para pelanggan sehingga dapat memuaskan para pelanggan PT. Bank BNI (Persero) Tbk Di wilayah Jakarta Selatan.

Faktor-faktor yang termasuk ke dalam kuadran ini adalah :

- 1) Atribut no 2 Karyawan Bank BNI cepat dalam memahami permasalahan yang sedang saya alami.
- 2) Atribut no 3 Saya merasa aman dan percaya ketika bertransaksi dengan menggunakan mesin ATM BNI.
- 3) Atribut no 4 Saya selalu merasa aman dengan adanya security di depan pintu masuk Bank BNI.
- 4) Atribut no 5 Karyawan Bank BNI cepat dalam memahami permasalahan yang sedang saya alami.

- 5) Atribut no 7 Pegawai Bank BNI selalu memberikan penjelasan yang jelas tanpa berbelit – belit.
- 6) Atribut no 8 karyawan Bank BNI selalu tegas dan jelas dalam menjawab semua keluhan yang sedang saya rasakan.
- 7) Atribut no 9 Karyawan Bank BNI mampu meyakinkan saya untuk tetap menjadi nasabah Bank BNI.
- 8) Atribut no 11 Karyawan Bank BNI selalu bersikap sopan dan ramah.
- 9) Atribut no 12 Pegawai Bank BNI selalu tersenyum saat saya ingin mulai bertransaksi.
- 10) Atribut no 21 Ruangan di Bank BNI rapih dan wangi.
- 11) Atribut no 24 Pegawai Bank BNI berseragam rapih.

c. Kuadran C

Menunjukkan atribut yang kurang mempengaruhi kepuasan para pelanggan PT. Bank BNI (Persero) Tbk Di wilayah Jakarta Selatan berada dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi para pelanggan sedangkan kualitas pelaksanaan biasa-biasa saja.

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- 1) Atribut no 10 Pegawai Bank BNI tidak akan Menyalah gunakan kepercayaan saya dengan selalu merahasiakan identitas pribadi saya.
- 2) Atribut no 13 Para pegawai Bank BNI selalu memberikan sapaan hangat untuk para nasabah.
- 3) Atribut no 14 Karyawan Bank BNI melayani nasabah dengan sepenuh hati.
- 4) Atribut no 15 Pegawai Bank BNI selalu memperhatikan nasabah yang mengalami gangguan dalam bertransaksi.

- 5) Atribut no 16 Bank BNI yang selalu menjalin hubungan yang baik dengan nasabah.
- 6) Atribut no 23 Pegawai bank BNI semuanya berpenampilan menarik.

d. Kuadran D

Menunjukkan atribut yang kurang mempengaruhi kepuasan para pelanggan PT. Bank BNI (Persero) Tbk Di wilayah Jakarta Selatan berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena para pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor ini.

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- 1) Atribut no 19 Kondisi dalam ruangan mesin ATM BNI bersih dan terawat
- 2) Atribut no 20 Saya merasa nyaman ketika berada di dalam Bank BNI
 - Atribut no 22 Pegawai Bank BNI berpakaian rapih
1. Kuadran A menunjukkan kepuasan dengan prioritas utama, bahwa unsur-unsur jasa yang sangat penting bagi pelanggan akan tetapi pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan keinginan pelanggan.
2. Kuadran B menunjukkan kepuasan untuk dipertahankan, bahwa unsur-unsur jasa pokok yang dianggap penting oleh pelanggan telah dilaksanakan dengan baik dan dapat memuaskan pelanggan. Maka kini kewajiban dari perusahaan adalah mempertahankan kinerjanya.
3. Kuadran C menunjukkan kepuasan dengan prioritas rendah, bahwa unsur-unsur yang kurang penting oleh pelanggan dan sebaiknya perusahaan menjalankan secara semampunya.

4. Kuadran D menunjukkan kepuasan sangat rendah, bahwa unsur-unsur jasa yang dianggap kurang penting, tetapi telah dijalankan dengan sangat baik oleh pihak PT. Bank BNI (Persero) Tbk, hal ini dianggap berlebihan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah terpenuhi harapannya atau dapat dikatakan puas terhadap pelayanan bank, hal ini dapat dilihat pada kuadran B yang mendominasi perolehan factor-faktor yang diteliti.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pengujian hipotesa maka dapat diambil bebrapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan puas dengan pelayanan Bank BNI 46 wilayah Jakarta Selatan.
2. Hasil penelitian menunjukan bahwa atribut pada kuadran A masih sedikit yaitu 4 atribut, dan ini harus diprioritaskan oleh Bank BNI karna atribut inilah yang diharapkan oleh nasabah.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar atribut yang diuji berada pada kuadran B yaitu pertahankan prestasi sehingga dapat disimpulkan bahwa harapan yang tinggi dari responden sebagian besar telah dapat dipenuhi.
4. Hasil penelitian pada kuadran C masih terbilang banyak karena terdapat 6 atribut dan dalam kuadran ini sebenarnya tidak dianggap penting oleh nasabah dan pelakasaannya biasa biasa saja.
5. Hasil penelitian pada kuadran D hanya tiga atribut yang dinilai berlebihan

dalam pelaksanaannya dan dianggap tidak penting oleh nasabah.

Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan saran untuk Bank BNI, yaitu :

Bank BNI harus mempertahankan kinerja yang telah dilakukan, sehingga prestasi yang sudah diraih akan terus dipertahankan, dan membuat nasabah semakin merasa terpenuhi segala harapannya di Bank BNI.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraheem Anber dan Shireen (2011). *Service quality perspectives and customer satisfaction in commercial banks working in jordan* eurojournals publishing, Inc.2011
- Agung, Dodik Indra (2005). *Pengaruh kualitas terhadap kepuasan nasabah kredit perorangan dan kelompok* studi empiris pada bpr Bank Pasar kabupaten Karanganyar
- Ayu, Oka Winarti. (2012). *Pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Negara Indonesia (PERSERO) tbk kantor cabang utama (KCU) Palembang* studi empiris Bank Negara Indonesia tbk kantor cabang utama jurnal ekonomi dan informasi akuntansi volume 2, no.1
- Catherine, Ping tan yen. (2012). *Service quality dimension effects on customer satisfaction towards e-banking* interdisciplinary journal of

contemporary research in business
volume 4, no.4

- Dama, Hais. (2010). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas nasabah pada Bank Mandiri cabang Gorontalo studi empiris Bank Mandiri cabang Gorontalo jurnal inovasi volume 7, no.2 1693-9034)*
- Diah, Dharmayanti. (2006). *Analisis dampak service performance dan kepuasan sebagai moderating variable terhadap loyalitas nasabah studi empiris nasabah tabungan Bank Mandiri cabang saurabaya jurnal manajemen pemasaran volume 1, no 1 35-43)*
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Cetakan IV. Universitas Diponegoro.*
- Info Bank, Bank yang memiliki nasabah paling loyal. Diakses 10 April 2012
<http://www.infobanknews.com/2012/04/10-bank-yang-memiliki-nasabah-paling-loyal/>
- Kotler, philp. (2009). *Manajemen Pemasaran* edisi tigabelas jilid satu
Jakarta : Erlangga.
- Kotler, philp. (2009). *Manajemen Pemasaran* edisi tigabelas jilid dua
Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi rambat. (2013). *Pemasaran jasa* edisi
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan* cetakan keempat Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Service manajemen mewujudkan layanan prima* Yogyakarta : Andi