



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(PADA PT. BPR NBP BONAPASOGIT 14 CABANG BALARAJA)**

Skripsi

Diajukan Oleh :

Franzola Victor P.Siregar

021113195

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PAKUAN**

BOGOR

2018

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(PADA PT. BPR NBP BONAPASOGIT 14 CABANG BALARAJA)**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi
Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi,



(Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA)

Ketua Program Studi,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Herdiyana'.

(Herdiyana, SE., MM)

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
(PADA PT. BPR NBP BONAPASOGIT 14 CABANG BALARAJA)**

Skripsi

Telah disidangkan dan dinyatakan lulus
Pada Hari: Rabu, Tanggal: 24 Januari 2018

Franzola Victor P.Siregar
021113195

Menyetujui

Dosen Penilai,



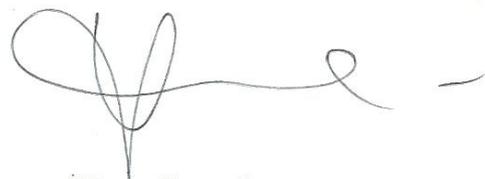
(Dra. Hj. Sri Hartini, MM.)

Ketua Komisi Pembimbing



(Oktorikiswati Z., SE., MM)

Anggota Komisi Pembimbing



(Yuany Farradia, Ir., M.Sc.)

ABSTRAK

FRANZOLA VICTOR P.SIREGAR, NPM 021113195, Manajemen S1, Manajemen Pemasaran, “ Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR NBP Bonapasogit 14”, Dibawah bimbingan Ibu OKTORI KISWATI ZAINI dan Ibu YUARY FARRADIA. Tahun 2017.

Jasa bank sangat penting dalam pembangunan ekonomi suatu Negara. Salah satu peran utama jasa perbankan sebagai penyedia mekanisme dan alat pembayaran yang efisien bagi nasabah. Bila peran ini berjalan dengan baik, ekonomi suatu Negara akan meningkat. Tanpa adanya arus dana ini, uang hanya berdiam disaku seseorang, orang tidak dapat memperoleh pinjaman dan bisnis tidak dapat dibangun karena mereka tidak memiliki dana pinjaman.

Pelayanan kepada nasabah dalam dunia jasa perbankan menjadi suatu hal yang penting. Hal ini mengingat sifat jasa yang salah satunya adalah tidak berwujud (*intangible*) dan memerlukan umpan balik (*feed back*) untuk menilai kualitas pelayanannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui menganalisa sejauh mana pelayanan yang diberikan PT. BPR NBP Bonapasogit 14 terhadap kepuasan nasabahnya.

Metode penelitian yang digunakan yaitu penelitian kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder dengan jumlah responden 100 orang, metode penarikan sampling menggunakan *sampling non probability* dimana elemen populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih untuk menjadi sampel, dengan metode pemilihan sampel *Convenience Sampling* menentukan pemilihan sampel berdasarkan kemudahan, serta metode analisis yaitu analisis deskriptif eksploratif dengan metode studi kasus, tingkat kesesuaian dan *importance performance analysis/* diagram kartesius menggunakan SPSS 19.

Hasil penelitian mengungkap fakta bahwa penilaian responden di PT. BPR NBP Bonapasogit 14 mengatakan kualitas pelayanan yang diberikan sudah sesuai, hal ini dilihat dari jawaban responden terhadap kinerja PT. BPR NBP Bonapasogit 14 yang sudah melebihi 80%. Dari perhitungan tingkat kesesuaian dapat dilihat bahwa tingkat kinerja dan tingkat harapan dari penilaian indikator-indikator kualitas pelayanan pada PT. BPR NBP Bonapasogit 14 adalah sebesar 100,52. Berdasarkan ketentuan bahwa untuk mencapai hasil kesesuaian atau kepuasan harus mencapai 100%. Maka dapat disimpulkan bahwa secara umum kualitas pelayanan pada PT. BPR NBP Bonapasogit 14 sudah memenuhi kepuasan nasabah. Berdasarkan *importance performance analysis/* diagram kartesius dan ini menjadi saran perusahaan terutama pada kepuasan nasabah kedepannya PT.BPR NBP Bonapasogit 14 harus lebih mengutamakan pelaksanaan pada indikator adalah PT.BPR NBP 14 Memiliki Ruang Tunggu Yang Nyaman, Karyawan PT.BPR NBP 14 Dapat Memberikan Pelayanan Tepat.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Tki, *importance performance analysis/*Diagram Kartesius

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas bimbinganNya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT.BPR NBP Bonapasogit 14”. Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu syarat dalam menempuh ujian akhir pendidikan Strata Satu Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Pakuan Siliwangi Bogor.

Penulis menyadari dalam menyusun skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan, terutama karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun.

Dalam penyusunan Skripsi ini, penulis telah banyak memperoleh dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Dr. Hendro Sasongko, Ak., MM., CA., selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.
2. Bpk/Ibu Wakil Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor, atas segala kebijakan yang telah diterapkan, khususnya kebijakan akademik yang sangat menunjang keberhasilan peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bapak Herdiyana, SE., MM., selaku ketua Prodi Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor
4. Ibu Oktori Kiswati Zaini, SE., MM. dan ibu Yuary Farradia,Ir.M.Sc selaku Dosen Pembimbing penulis skripsi.
5. Bpk/Ibu seluruh Staff Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor yang telah membantu seluruh keperluan peneliti selama berkuliah.
6. Kedua orang tua dan keluarga penulis lain yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis.
7. Pihak PT.BPR NBP Bonapasogit 14 yang telah membantu dalam penelitian yang dilakukan penulis.
8. Segenap teman-teman penulis yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi S-1 dan telah memberikan persahabatan kepada penulis, diantara : Tisna, Wulan Indra, Sule, Argo, Lilis, Eka Octaviani, Amel, Ade Noviani, Tri Silvia, Rahma Amalia dan teman-teman lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak- pihak yang membutuhkannya.

Bogor, September 2017

Penulis

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	4
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	4
1.2.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	5
1.3.1 Maksud Penelitian.....	5
1.3.2 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran dan Pemasaran.....	6
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	6
2.1.2 Pengertian Pemasaran	6
2.1.3 Konsep Pemasaran	7
2.2 Pengertian Jasa dan Karakteristik Jasa.....	8
2.2.1 Pengertian Jasa	8
2.2.2 Karakteristik Jasa	9
2.2.3 Bauran Pemasaran Jasa dan Unsur-Unsurnya	10
2.2.4 Atribut-Atribut Jasa	11
2.3 Pengertian Jasa Perbankan dan Bank	11
2.3.1 Pengertian Jasa Perbankan	11
2.3.2 Pengertian Bank	12
2.3.3 Jenis-Jenis Bank	13
2.3.4 Sumber Dana Bank	15
2.4 Kualitas Pelayanan dan Aspek-Aspeknya	19
2.4.1 Pengertian Kualitas Jasa.....	19
2.4.2 Dimensi Kualitas Jasa SERVQUAL.....	20
2.4.3 Skala Pengukuran dan Dimensi SERVQUAL	22
2.5 Konsep Kepuasan Pelanggan	23
2.5.1 Kepuasan Pelanggan	23
2.5.2 Teori Kepuasan Pelanggan.....	24
2.5.3 Pengertian Harapan Pelanggan	26

2.5.4 Metode dan Teknik Pengukuran kepuasan Pelanggan	26
2.5.5 Skala Pengukuran Kepuasan	28
2.6 Metode <i>Importance Performance Analysis</i> (IPA)	30
2.7 Penelitian Sebelumnya	31
2.8 Kerangka Pemikiran	33
2.8.1 Konstelasi Penelitian	35
2.9 Hipotesis Penelitian	35
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	36
3.2 Objek, Unit Analisis, Dan Lokasi Penelitian	36
3.2.1 Objek Penelitian	36
3.2.2 Unit Analisis	36
3.2.3 Lokasi Penelitian	36
3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian	36
3.3.1 Jenis Data Penelitian	36
3.3.2 Sumber Data Penelitian	36
3.4 Operasional Variabel	37
3.5 Metode Penarikan Sampel	38
3.6 Metode Pengumpulan Data	38
3.7 Uji Validitas dan Reabilitas	39
3.8 Metode Analisis Data	41
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	44
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan PT. BPR NBP 14	44
4.1.2 Visi, Misi dan Tujuan PT. BPR NBP Bonapasogit 14	44
4.1.3 Struktur Organisasi	45
4.1.4 Uraian Tugas	46
4.1.5 Karakteristik Responden	56
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Analisis penerapan kualitas pelayanan yang diberikan PT. BPR NBP Bonapasogit 14	61
4.2.2 Analisis tingkat kepuasan nasabah atas pelayanan pada PT. BPR NBP Bonapasogit 14	83
4.2.3 Analisis pelayanan terhadap kepuasan dapat digunakan sebagai acuan oleh PT. BPR NBP Bonapasogit 14	95
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	100
5.2 Saran	101
JADWAL PENELITIAN	
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Perkembangan Penghimpunan Dana (Tabungan dan Deposito) PT. BPR NBP Bona Pasogit 14 tahun 2011-201	2
Tabel 2	Keluhan Nasabah di PT.BPR NBP Bona Pasogit 1	4
Tabel 3	Operasionalisasi Variabel	37
Tabel 4	Case Processing Summary	39
Tabel 5	Reliability Statistics	40
Tabel 6	Item-Total Statistics.....	40
Tabel 7	Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas.....	41
Tabel 8	Kriteria Nilai Consumer Satisfaction Index (Index Kepuasan)....	44
Tabel 9	Jenis Kelamin Responden.....	56
Tabel 10	Usia Responden	57
Tabel 11	Pekerjaan Responden.....	57
Tabel 12	Pendidikan Responden	58
Tabel 13	Pendapatan/Penghasilan Responden.....	59
Tabel 14	Lama Menabung di BPR NBP	60
Tabel 15	Kinerja Penilaian Responden Terhadap Gedung PT BPR NBP Bonapasogit 14 yang bersih dan nyaman	62
Tabel 16	Kriteria Tanggapan Responden	63
Tabel 17	Kinerja Penilaian Responden Terhadap Ruang Tunggu yang Nyaman di BPR NBP 14	63
Tabel 18	Kriteria Tanggapan Responden	64
Tabel 19	Kinerja Penilaian Responden Terhadap Penampilan Karyawan di PT.BPR NBP 14 berpakaian Rapih/Bersih	65
Tabel 20	Kriteria Tanggapan Responden	66
Tabel 21	Kinerja Penilaian Responden Terhadap Pelayanan Yang Tepat di BPR NBP 14.....	66
Tabel 22	Kriteria Tanggapan Responden	67
Tabel 23	Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan memahami dan mengerti tentang BPR NBP 14.....	68
Tabel 24	Kriteria Tanggapan Responden	68
Tabel 25	Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan yang memberikan solusi terhadap keluhan nasabah.....	69
Tabel 26	Kriteria Tanggapan Responden	70
Tabel 27	Kinerja Penilaian Responden Terhadap Kelengkapan Fasilitas Informasi Terkait Prosedur Pelayanan	71
Tabel 28	Kriteria Tanggapan Responden	71
Tabel 29	Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan PT.BPR NBP 14 Cepat dalam Menghadapi Keluhan Nasabah.....	72
Tabel 30	Kriteria Tanggapan Responden	72

Tabel 31	Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Memberi Bantuan Tanpa Diminta Nasabah	73
Tabel 32	Kriteria Tanggapan Responden	73
Tabel 33	Kinerja Penilaian Responden Terhadap Keramahan Karyawan Pada Saat Berkomunikasi Dengan Nasabah	74
Tabel 34	Kriteria Tanggapan Responden	75
Tabel 35	Kinerja Penilaian Responden Terhadap Keamanan Nasabah Saat Bertransaksi	75
Tabel 36	Kriteria Tanggapan Responden	76
Tabel 37	Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Dapat Berperilaku Sopan/Santun Saat Melayani Nasabah	76
Tabel 38	Kriteria Tanggapan Responden	77
Tabel 39	Kinerja Penilaian Responden Terhadap Kenyaman/Keamanan Nasabah	78
Tabel 40	Kriteria Tanggapan Responden	78
Tabel 41	Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Yang Memahami Keperluan Nasabah.....	79
Tabel 42	Kriteria Tanggapan Responden	79
Tabel 43	Kinerja Penilaian Responden Terhadap Tingkat Perhatian Personal Terhadap Nasabah.....	80
Tabel 44	Kriteria Tanggapan Responden	80
Tabel 45	Hasil Keseluruhan Penilaian Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	81
Tabel 46	Tingkat Kinerja Pada Indikator PT. BPR NBP 14 memiliki gedung Bersih/Nyaman	82
Tabel 47	Tingkat Harapan Pada Indikator PT. BPR NBP 14 memiliki gedung Bersih/Nyaman	82
Tabel 48	Tingkat Kinerja Pada Indikator PT. BPR NBP 14 Memiliki Ruang Tunggu Yang Nyaman	83
Tabel 49	Tingkat Harapan Pada Indikator PT. BPR NBP 14 Memiliki Ruang Tunggu Yang Nyaman	83
Tabel 50	Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14 Berpakaian Rapih/Bersih.....	83
Tabel 51	Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14 Berpakaian Rapih/Bersih.....	84
Tabel 52	Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14 Dapat Memberikan Pelayanan Yang Tepat.....	84
Tabel 53	Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14 Dapat Memberikan Pelayanan Yang Tepat.....	84
Tabel 54	Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan Memahami Tentang BPR NBP 14 Yang Ditanyakan Nasabah	85

Tabel 55	Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan Memahami Tentang BPR NBP 14 Yang Ditanyakan Nasabah	85
Tabel 56	Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14 Dapat Memberi Solusi dari Keluhan Nasabah	86
Tabel 57	Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14 Dapat Memberi Solusi dari Keluhan Nasabah	86
Tabel 58	Tingkat Kinerja Pada Indikator Kelengkapan Fasilitas Informasi Terkait Prosedur Pelayanan	86
Tabel 59	Tingkat Harapan Pada Indikator Kelengkapan Fasilitas Informasi Terkait Prosedur Pelayanan	87
Tabel 60	Tingkat Kinerja Pada Indikator Cepat Dalam Menghadap Keluhan Nasabah.....	87
Tabel 61	Tingkat Kinerja Pada Indikator Cepat Dalam Menghadap Keluhan Nasabah.....	87
Tabel 62	Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Memberikan Bantuan Kepada Nasabah Tanpa Diminta Nasabah...	88
Tabel 63	Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Memberikan Bantuan Kepada Nasabah Tanpa Diminta Nasabah...	88
Tabel 64	Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Ramah Pada Saat Berkomunikasi Dengan Nasabah.....	89
Tabel 65	Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Ramah Pada Saat Berkomunikasi Dengan Nasabah.....	89
Tabel 66	Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP14 Membuat Nasabah Merasa Aman Saat Melakukan Transaksi di Bank BPR NBP 14	89
Tabel 67	Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP14 Membuat Nasabah Merasa Aman Saat Melakukan Transaksi di Bank BPR NBP 14	90
Tabel 68	Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Dapat Berperilaku Sopan/Santun Pada Saat Melayani Nasabah	90
Tabel 69	Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Dapat Berperilaku Sopan/Santun Pada Saat Melayani Nasabah.....	90
Tabel 70	Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Bertanggung Jawab Terhadap Keamanan/Kenyamanan Nasabah ..	91
Tabel 71	Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Bertanggung Jawab Terhadap Keamanan/Kenyamanan Nasabah ..	91
Tabel 72	Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14 Memahami Keperluan Nasabah.....	92
Tabel 73	Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14 Memahami Keperluan Nasabah.....	92
Tabel 74	Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Memiliki Tingkat Perhatian Personal Terhadap Nasabah	92

Tabel 75	Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Memiliki Tingkat Perhatian Personal Terhadap Nasabah.....	93
Tabel 76	Hasil Tingkat Kepuasan Nasabah Secara Keseluruhan Terhadap Tingkat Kinerja dan Tingkat Harapan Atas Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan pada PT.BPR NBP Bonapasogit 14.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Pertumbuhan Rekening Tahun 2011-2015 di PT.BPR NBP Bona Pasogit 14	3
Gambar 2	Pertumbuhan Tabungan dan Deposito PT. BPR NBP Bona Pasogit 14.....	3
Gambar 3	Konsep kepuasan Pelanggan.....	24
Gambar 4	Importance Performance Analysis (IPA) / Diagram Kartesius ..	31
Gambar 5	Konstelasi Penelitian.....	35
Gambar 6	Struktur Organisasi	45
Gambar 7	Jenis Kelamin.....	56
Gambar 8	Usia Responden	57
Gambar 9	Pekerjaan Responden.....	58
Gambar 10	Pendidikan Responden.....	59
Gambar 11	Pendapatan/Penghasilan Responden.....	60
Gambar 12	Lama Menabung di BPR NBP.....	61
Gambar 13	Diagram Kartesius Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	97

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR NBP Bonapasogit 14 Cabang Balaraja
- Lampiran 2. Hasil Jawaban Kuesioner Tingkat Kinerja
- Lampiran 3. Hasil Jawaban Kuesioner Tingkat Harapan
- Lampiran 4. Surat Riset Penelitian

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia perbankan di Indonesia menimbulkan persaingan yang sehat diantara bank pemerintah, swasta maupun asing baik dalam hal menghimpun dana dari masyarakat maupun menyalurkan kembali kepada masyarakat, serta mempunyai fungsi sebagai *intermediary service*. Hal tersebut menyebabkan bank tidak hanya “*wait and see*” tetapi telah mendesak bank berupaya keras untuk “menjemput bola” dan lebih berorientasi pada nasabah. (Wahyono, 2010:10).

Jasa bank sangat penting dalam pembangunan ekonomi suatu Negara. Jasa perbankan pada umumnya terbagi atas dua tujuan. Pertama, sebagai penyedia mekanisme dan alat pembayaran yang efisien bagi nasabah. Untuk ini bank menyediakan uang tunai, tabungan dan kartu kredit. Ini adalah peran bank yang paling penting dalam kehidupan ekonomi. Tanpa adanya penyediaan alat pembayaran yang efisien ini, maka barang hanya dapat diperdagangkan dengan cara barter yang memakan waktu. Kedua, dengan menerima tabungan dari nasabah dan meminjamkannya kepada pihak yang membutuhkan dana, berarti bank meningkatkan arus dana untuk investasi dan pemanfaatan yang lebih produktif. Bila peran ini berjalan dengan baik, ekonomi suatu Negara akan meningkat. Tanpa adanya arus dana ini, uang hanya berdiam disaku seseorang, orang tidak dapat memperoleh pinjaman dan bisnis tidak dapat dibangun karena mereka tidak memiliki dana pinjaman.

Pelayanan kepada nasabah dalam dunia jasa perbankan menjadi suatu hal yang vital. Hal ini mengingat sifat jasa yang salah satunya adalah tidak berwujud (*intangible*) dan memerlukan umpan balik (*feed back*) untuk menilai kualitas pelayanannya.

Bentuk pelayanan yang dapat diberikan dapat berwujud *service tangible* dan *service intangible*. *Service tangible* umumnya berupa alat yang digunakan untuk memenuhi kepuasan nasabah, seperti sistem online suatu transaksi sudah berjalan lancar, dapat beroperasinya ATM selama 24jam, tata letak kantor yang diatur, strategis tempatnya, dan sampai dengan piranti layanan yang maju (modern) dibandingkan dengan bank lain, sehingga seorang nasabah dapat melakukan komunikasi melalui sms dan internet. Sedangkan *service intangible* lebih ditekankan dalam upaya pelaksanaan untuk memuaskan nasabah, seperti segi keramah-tamahan pihak karyawan bank, tanggapan terhadap keluhan nasabah, dan sikap sopan dari karyawan bank (Brady & Cronin, 2001:65).

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen. (Tjiptono, 2007:81). Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui

dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata mereka terima dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan dan inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan.

Salah satu faktor yang berharga dan dapat memberikan kesan yang mendalam bagi nasabah adalah memberikan kepuasan melalui kualitas pelayanan yang berdasarkan 5 dimensi yaitu Bukti Fisik (*Tangibles*), Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empati (*Empathy*). Kelima dimensi kualitas jasa tersebut sangat penting diperhatikan oleh setiap perusahaan. Khususnya pada Bank PT.BPR NBP Bona Pasogit 14 yang bergerak dibidang perbankan.

PT. BPR NBP Bona Pasogit 14 berdiri sejak 19 September 1994 memiliki 7 kantor yang terdiri dari 1 kantor pusat (Cibogo), 3 kantor cabang (Bogor, Balaraja dan Darmaga) dan 3 kantor kas (Caringin, Citeureup, Bogor). Jumlah karyawan seluruhnya 95 orang terdiri atas 50 tenaga marketing, 35 orang staff operasional dan 10 orang non staff.

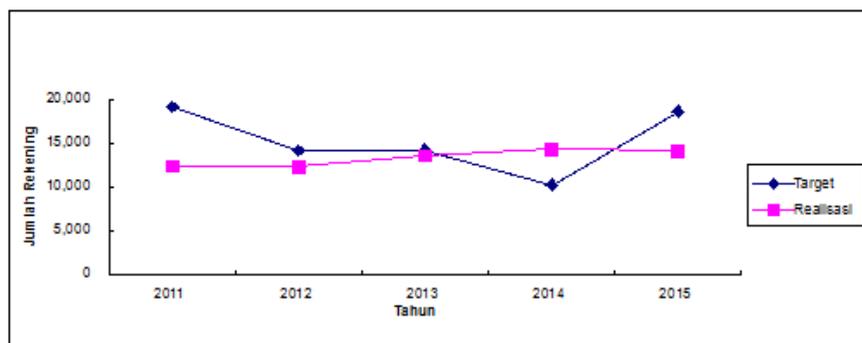
Visi dari perusahaan adalah menjadi BPR terbaik dan mitra usaha terpercaya, sedangkan misi perusahaan adalah menciptakan produk-produk perbankan yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat, menciptakan BPR yang sehat dan aman, senantiasa melayani kebutuhan nasabah dengan ramah, antusias, cepat dan akurat, menciptakan kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi dengan ditunjang oleh teknologi, dan menciptakan tenaga profesional yang senantiasa meningkatkan kualitas kerja.

Secara umum kegiatan usaha PT.BPR NBP Bona Pasogit 14 adalah memberikan kredit, menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan deposito berjangka dan tabungan. Untuk mewujudkan pelayanan yang baik pihak pengelola PT.BPR NBP Bona Pasogit 14 secara terus menerus berupaya melakukan pembenahan baik sarana fisik, kemampuan karyawan dan pelayanan yang berhubungan langsung dengan pihak nasabah. PT. BPR NBP Bona Pasogit 14 juga selalu berusaha memberikan rasa aman, nyaman, dan menguntungkan kepada masyarakat sebagai pemegang amanah dan kepercayaan penyimpanan dana.

Tabel 1
Perkembangan Penghimpunan Dana (Tabungan dan Deposito)
PT. BPR NBP Bona Pasogit 14 tahun 2011-2015

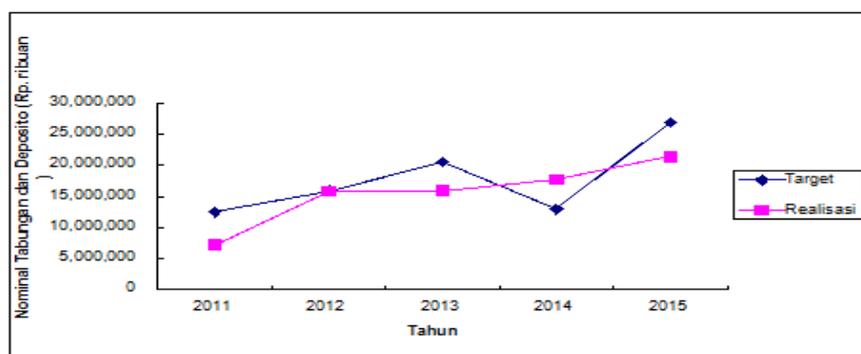
No	Tahun	Rekening		%	Nominal Tabungan dan Deposito (Rp. ribuan)		%
		Target	Realisasi		Target	Realisasi	
1	2011	19,189	12,388	65	12,503,526	7,194,615	58
2	2012	14,211	12,367	87	15,957,891	15,828,310	99
3	2013	14,262	13,571	95	20,584,064	15,922,943	77
4	2014	10,262	14,296	139	12,920,001	17,755,003	137
5	2015	18,644	14,113	76	26,868,466	21,426,518	80

Sumber : PT. BPR NBP Bona Pasogit 14, 2017



Gambar 1

Pertumbuhan Rekening Tahun 2011-2015 di PT.BPR NBP Bona Pasogit 14



Gambar 2

Pertumbuhan Tabungan dan Deposito PT. BPR NBP Bona Pasogit 14

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa himpunan dana pada tahun 2011, 2012, 2013, dan 2015 mengalami masalah karena himpunan dana (tabungan dan deposito) yang terealisasi tidak mencapai target himpunan dana (tabungan dan deposito) yang telah dibuat oleh PT.BPR NBP Bona Pasogit 14.

Tren pertumbuhan rekening serta himpunan dana mengalami peningkatan setiap tahunnya, akan tetapi masih tidak memenuhi target yang telah diproyeksikan perusahaan, tercermin dari pencapaian rekening hanya berkisar 65% - 95% dan pencapaian dana berkisar 58% - 99%. Terinformasi, tercapainya target 2014 baik secara rekening maupun himpunan dana adanya pembuatan target oleh management yang terlalu rendah. Melihat kondisi tersebut makapihak management PT.BPR NBP Bona Pasogit 14 perlu memaksimalkan kinerjanya agar target yang telah dibuat dapat tercapai.

Kualitas pelayanan dapat ditingkatkan dengan cara mengkaji terhadap keluhan dari Nasabah kepada PT. BPR NBP Bona Pasogit 14 terhadap kualitas pelayanan yang diberikan di PT. BPR NBP Bona Pasogit 14. Dalam penelitian awal yang telah dilakukan, masih ditemukan keluhan-keluhan yang dirasakan nasabah terkait pelayanan yang diberikan perusahaan. Adapun keluhan-keluhan tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 2
Keluhan Nasabah di PT.BPR NBP Bona Pasogit 14

Dimensi	Keluhan	Jumlah	%
TANGIBLE	Kondisi Parkiran dan Ruang tunggu yang masih kurang baik	8	53
REABILITY	Fasilitas ATM yang belum tersedia	1	7
RESPONSIVINE	Penyelesaian masalah masih kurang cepat	4	27
ASSURANCE	Keramahan Karyawan yang masih kurang	1	7
EMPATHY	Karyawan tidak memberikan salam	1	7
Total		15	100

Sumber : PT. BPR NBP Bona Pasogit 14, 2017

Dari tabel data keluhan yang telah disajikan diatas, terinformasi bahwa masih terdapat keluhan disetiap dimensi yang diteliti, dimana persentase keluhan terbesar terdapat pada dimensi Tangible dan Responsiveness dengan masing-masing persentase sebesar 53% dan 27%. Dengan kondisi tersebut maka PT.BPR NBP Bona Pasogit 14 masih perlu adanya perbaikan dalam kualitas pelayanan.

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik mengadakan penelitian dan membahas kualitas layanan perbankan terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu penulis mengangkat judul “ Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT.BPR NBP Bona Pasogit 14”.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

PT.BPR NBP Bona Pasogit 14, tidak sedikit masalah yang harus dihadapi. Kekurangmampuan mengatasi masalah menjadi faktor pemicu nasabah banyak yang kurangpuas terhadap kualitas pelayanan di PT.BPR NBP Bona Pasogit 14. Dari hasil survey yang telah dilakukan bahwa masih ada Nasabah yang merasa kurang puas terhadap pelayanan yang diberikan di PT.BPR NBP Bona Pasogit 14.

Berdasarkan hal tersebut diatas akhir dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Lahan Parkiran yang harus diperluas
2. Mempermudah Pelayanan kepada Nasabah
3. Lebih ramah dalam pemberian pelayanan kepada nasabah

2.2.1 Perumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi masalah diatas, penulis dapat merumuskan masalah yang dijadikan fokus penelitian pembelajaran ini, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang ada di PT.BPR NBP Bona Pasogit 14?
2. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah di PT.BPR NBP Bona Pasogit 14?
3. Apakah kualitas pelayanan & kepuasan nasabah dapat digunakan untuk acuan kedepannya PT.BPR NBP Bona Pasogit 14?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dalam penelitian ini adalah untuk memperoleh dan mengumpulkan data serta informasi mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR NBP Bona Pasogit 14. Dan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mendapatkan fakta mengenai kualitas pelayanan PT. BPR NBP Bona Pasogit 14.
2. Untuk mengungkapkan kepuasan nasabah penggunaan jasa perbankan di PT. BPR NBP Bona Pasogit 14.
3. Untuk menjelaskan analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah penggunaan jasa perbankan di PT. BPR NBP Bona Pasogit 14.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian mencakup dua hal atau lebih, di antaranya :

1. Kegunaan Teoritis
Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan, wawasan, bagi penulis dalam memahami ilmu manajemen pemasaran, khususnya mengenai Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT BPR NBP Bona Pasogit 14.
2. Kegunaan Praktis
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan masukan bagi pihak PT BPR NBP Bona Pasogit 14 agar lebih memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada Nasabah dan sebagai bahan pertimbangan dalam memaksimalkan pelayanan yang diberikan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran

2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran terjadi ketika setidaknya satu pihak dalam sebuah pertukaran potensial berfikir tentang cara-cara untuk mencapai respons yang diinginkan dari pihak lain.

Berikut ada beberapa pengertian mengenai manajemen pemasaran menurut para ahli: Marketing Manajemen menurut Philip Kotler, and Amstrong dalam Buchari Alma (2013:130) dirumuskan sebagai berikut : *marketing manajemen is the analysis, planning, implementation, and control of programs designed to create, build, and maintain benefecial exchanges with target buyers for the purpose of achieving organizational objectives*. Artinya : Manajemen Pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasi, dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:5) menyatakan bahwa manajemen pemasaran (*marketing management*) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Kemudian dikemukakan definisi oleh Ben M.Enis dalam Buchari Alma (2013:130) “ *marketing management is the process of increasing the effectiveness and or by which marketing marketing marketing activies are performed by individuals or organizations*”. Secara ringkas ia menyatakan bahwa : manajemen pemasaran ialah proses untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas dari kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh individu atau perusahaan. Logika dari definisi diatas, ialah apabila seseorang atau perusahaan ingin memperbaiki pemasarannya, maka ia harus melakukan kegiatan pemasaran itu sebaik mungkin.

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa, Manajemen Pemasaran adalah kegiatan yang dilakukan oleh suatu perusahaan dimana bertujuan untuk mempertahankan dan menumbuhkan pelanggan guna mencapai tujuan perusahaan.

2.1.2 Pengertian Pemasaran

Pemasaran ada dimana-mana, secara formal maupun informal, orang dan organisasi terlibat dalam sejumlah besar aktivitas yang dapat kita sebut pemasaran. Pemasaran yang baik telah menjadi elemen vital dalam kesuksesan bisnis. Pemasaran sangat mempengaruhi kehidupan kita sehari-hari. Pemasaran melekat

pada setiap hal yang kita lakukan dari pakaian yang kita pakai, situs internet yang kita kunjungi, hingga iklan yang kita liat. Pemasaran yang baik bukan sebuah kebetulan, melainkan hasil dari perencanaan dan pelaksanaan yang cermat.

Menurut Charles.F. Philips and Delbert J. Duncan dalam Buchari Alma (2003:1), menyatakan bahwa: *“Marketing which is often referred to as “distribution” by businessman-includes all the activities necessary to place tangible good in the hand of house hold consumers and users”*. Artinya, marketing yang oleh pedagang diartikan sama dengan distribusi dimaksudkan segala kegiatan untuk menyampaikan barang-barang ke tangan konsumen (rumah tangga) dan ke konsumen industri. Selanjutnya di tambahkan bahwa *excluding only such activities as involve a significant change in the form of goods*. Jadi dalam kegiatan marketing itu tidak termasuk kegiatan perubahan bentuk barang yang kita jumpai dalam industri.

Menurut American Marketing Association (AMA) dalam Dwi Suhartanto (2014:2) mendefinisikan pemasaran sebagai berikut : *“ Marketing is the activity, set of institutions, and processes for creating, communicating, delivering, and exchanging offerings that have value for consumers, clients, parthners, and society at large “*. (approved July 2013) (pemasaran merupakan aktivitas, rangkaian institusi, proses penciptaan, pengkomunikasian, pengiriman, dan pertukaran sesuatu.yang bernilai bagi pelanggan, klien, partner, serta masyarakat umum).

Sedangkan menurut WY. Stanton dalam Deliyanti Oentoro (2012:1) pemasaran adalah sesuatu yang meliputi seluruh sistem yang berhubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga samapai dengan mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang bisa memuaskan kebutuhan pembeli actual maupun potensial.

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah serangkaian dari suatu kegiatan yang dilakukan oleh produsen untuk memenuhi kebutuhan dari konsumen.

2.1.3 Konsep Pemasaran

Menurut Dwi Suhatanto (2014:4) konsep pemasaran didefinisikan sebagai suatu filsafat bisnis yang dipercaya bahwa kunci keberhasilan pencapaian tujuan organisasi adalah dengan menjadi efektif dibandingkan dengan pesaing dalam hal menciptakan, menyalurkan, dan mengkomunikasikan nilai produk/jasa kepada target pasar yang dituju. Untuk membangun keberhasilan suatu bisnis, satu-satunya caranya adalah berkinerja dengan lebih baik dibanding dengan pesaingnya dalam menciptakan produk atau jasa yang mampu memuaskan kebutuhan pelanggan. Bisnis yang berhasil adalah bisnis yang produk atau jasa yang dijualnya mampu lebih memuaskan konsumennya (baik dari segi kemanfaatan, harga jual, maupun lokasi penjualannya) dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya.

Menurut Deliyanti Oentoro (2012:6) konsep inti pemasaran mencakup kebutuhan, keinginan, permintaan, produksi, utilitas, nilai dan kepuasan, pertukaran, transaksi dan hubungan pasar, pemasaran dan pasar. Kebutuhan, keinginan, dan permintaan merupakan konsep yang berbeda. Kebutuhan adalah suatu keadaan dirasakannya ketiadaan kepuasan dasar tertentu. Sedangkan keinginan adalah kehendak yang kuat atas pemuasan yang spesifik terhadap kebutuhan-kebutuhan yang lebih mendalam. Sementara permintaan adalah keinginan akan produk yang spesifik yang didukung oleh kemampuan dan kesediaan untuk membelinya. Konsep pemasaran mengajarkan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran serta memberikan kepuasan yang diharapkan secara lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing (*competitor*). Konsep pemasaran ini bersandar pada empat pilar yaitu : pasar sasaran, kebutuhan pelanggan, pemasaran terpadu dan profitabilitas. Beberapa konsep pemasaran yang relevan dijadikan pedoman antara lain sebagai berikut :

1. Temukan keinginan pasar dan penuhiilah
2. Buatlah apa yang dapat dijual dan jangan berusaha menjual apa yang dapat dibuat
3. Carilah pelanggan, bukan produk anda
4. Lakukanlah menurut cara anda
5. Adalah yang menentukan
6. Melakukan semuanya dalam batas kemampuan untuk menghargai uang pelanggan yang sarat dengan nilai, mutu, kepuasan (JC.Penney)

2.2 Pengertian Jasa dan Karakteristik Jasa

2.2.1 Pengertian Jasa

Pada dasarnya jasa adalah semua kegiatan atau manfaat yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam Fandy Tjiptono (2014:26), Jasa dapat didefinisikan sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain yang pada dasarnya bersifat *Intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan pemilikan sesuatu.

Menurut Willam J. Staton dalam Buchari Alma (2013:243) :

Services are those separately identifiable, essentially intangible activities that provide want-satisfaction, and that are not necessarily tied to the sale of a product or another service. To produce a service may or may not require the use of tangible goods. However, when such use is required, there is no transfer of the title (permanent ownership) to these tangible goods. Artinya : jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak berwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan

jasa yang dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

Istilah padanan kata service dalam bahasa Indonesia bisa jasa, layanan (Pelayanan), dan bisa juga servis. Istilah jasa dalam pengertian luas, yakni mencakup service sebagai produk utama, komplementer, maupun diferensiator produk dan/atau perusahaan. Sebagai produk utama, industry jasa sangat beragam dan kaitannya dengan 4 sector utama : (1) sektor pemerintah, seperti kantor kos, kantor pelayanan pajak, rumah sakit, kantor polisi, sekolah, bank pemerintah dan seterusnya; (2) sektor nirlaba swasta, seperti sekolah, universitas, rumah sakit, lembaga charity, yayasan, dan sebagainya; (3) sector bisnis, seperti penerbangan, perbankan, hotel, perusahaan asuransi, konsultan, real estate, dan seterusnya; sektor manufactur, yang juga melibatkan para pekerja jasa, seperti akuntan, operator computer, penasihat hukum, arsitek, dan sebagainya. (Fandy Tjiptono, 2009:3)

Menurut Christopher Levelock dan Evert Gummerson (2010:15) menetapkan bahwa jasa (services) adalah suatu bentuk sewa-menyewa yang dapat memberikan suatu manfaat bagi konsumen

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa jasa adalah sesuatu manfaat yang dapat diberikan kepada orang lain untuk memenuhi kebutuhan. Jasa tidak dapat dilihat dan tidak menghasilkan hak milik.

2.2.2 Karakteristik Jasa

Pada hakikatnya terdapat berbagai macam tingkat kombinasi antara barang fisik dan barang intangible. Pada praktiknya kebanyakan produk berkisar di tengah-tengah barang fisik dan barang intangible tersebut, karena lebih berupa kombinasi antara barang dan jasa. Kendati demikian, berbagai wacana pemasaran jasa mengungkap sejumlah perbedaan antara barang dan jasa yang dirangkum secara sistematis ke dalam lima karakteristik unik jasa. Menurut Fandy Tjiptono (2009:7) terdapat 5 karakter unik jasa adalah :

1. *Intangibility*

Jasa murni bersifat *intangible*, jasa semacam ini tidak memiliki kehadiran fisik dan tidak dapat dialami atau dideteksi panca indera, sehingga tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Sebagai contoh, pelanggan dapat menilai secara rinci bentuk, warna, model, dan fitur lainnya sebuah telepon genggam yang diminati sebelum ia memutuskan untuk membelinya. Namun ia tidak dapat melakukan hal serupa untuk jasa dokter gigi atau operasi jantung.

2. *Inseparability*
Barang biasa diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu lalu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama. Pemeriksaan medis merupakan salah satu contohnya.
3. *Variability/heterogeneity/inconsistency*
Jasa bersifat sangat variable karena merupakan *non standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut diproduksi. Sebagai contoh, dua kampanye iklan yang dirancang oleh sebuah bio periklanan yang sama maupun dua kali kunjungan dalam waktu yang berbeda ke sebuah restoran tidak akan identik dalam hal kinerja yang dihasilkan. Ini terjadi karena jasa melibatkan unsure manusia dalam proses produksi dan konsumsinya.
4. *Perishability*
Perishability berarti bahwa jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Sebagai contoh, kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, atau kapasitas jalur telepon yang dimanfaatkan akan berlalu atau hilang begitu saja karena tidak bisa disimpan.
5. *Lack of ownership*
Lack of ownership merupakan perbedaan dasar jasa dan barang. Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Mereka bisa mengkonsumsi, menyimpan atau menjualnya. Di lain pihak, pada pembelian jasa untuk jangka waktu yang terbatas (miasalnya kamar hotel, bioskop, penerbangan, dan pendidikan). Pembayaran biasanya ditujukan untuk pemakaian, akses atau penyewaan item-item tertentu berkaitan dengan jasa yang ditawarkan.

2.2.3 Bauran Pemasaran Jasa dan Unsur-Unsurnya

Menurut Rabat Lopyadi dan A.Hamdani (2013:92) bauran pemasaran produk adalah produk yang mencakup 4P, produk, harga, lokasi/tempat, dan promosi. Sedangkan untuk jasa ke-empat hal tersebut masih kurang mencukupi. Pakar pemasaran menambah tiga unsur lagi yaitu orang atau sumber daya manusia (SDM), proses, dan layanan pelanggan. Dengan demikian, unsur bauran pemasaran jasa terdiri atas tujuh hal, yaitu :

1. Produk (*product*), jasa seperti apa yang ingin ditawarkan.
2. Harga (*price*), bagaimana strategi penentuan harga\
3. Promosi (*promotion*), bagaimana promosi yang harus dilakukan
4. Tempat (*place*), bagaimana sistem penyampaian jasa yang akan diterapkan.

5. Orang (*people*), jenis kualitas dan kuantitas orang yang akan terlibat dalam pemberian jasa.
6. Proses (*process*), bagaimana proses dalam operasi jasa tersebut.
7. Layanan Konsumen (*customer service*), tingkat jasa yang bagaimana yang akan diberikan kepada konsumen.

2.2.4 Atribut-Atribut Jasa

Menurut Cristopher Lovelock, Jochen Wirtz, Jacky Mussry (2010:45) ketika dihadapkan pada beberapa alternatif, para pelanggan perlu membandingkan mengevaluasi perbedaan dari penawaran-penawaran jasa tersebut. tetapi banyak layanan jasa yang sulit untuk dievaluasi sebelum dibeli. Tingkat kesulitan dalam pengevaluasian produk jasa sebelum dibeli ini adalah suatu sifat yang dibedakan menjadi 3 tipe, yaitu :

1. *Search attribute*/ atribut pencarian, adalah karakteristik nyata/ berwujud yang dapat dinilai oleh para pelanggan sebelum membeli barang. Gaya, warna, tekstur, rasa dan suara adalah beberapa contoh dari fitur-fitur yang dapat dicoba, dirasakan, atau di-“*test drive*” oleh para konsumen prospektif sebelum melakukan pembelian.
2. *Experience attributes*/ atribut pengalaman adalah hal-hal yang tidak bisa dievaluasi sebelum pembelian dilakukan. Para pelanggan harus “mengalami” jasa tersebut sebelum mereka dapat menilai atribut-atribut seperti keandalan produk, kemudahan pemakaian, dan bantuan pelanggan (*customer support*). Untuk contoh restoran, anda tidak akan tau sejauh apa anda menyukai makanan, layanan yang diberikan oleh pelayanan, dan suasana di dalam restoran sampai anda benar-benar mengkonsumsi jasa tersebut.
3. *Credence attributes*/ atribut kredibilitas. Produk yang dirasakan oleh para pelanggan yang masih sulit untuk dievaluasi bahkan ketika mereka sudah mengkonsumsi produknya adalah atribut kredibilitas. Di sini, pelanggan dipaksa untuk meyakini atau mempercayai bahwa berapa hal yang sudah dilakukan agar sesuai dengan kualitas yang disajikan. Dalam contoh restoran kita, atribut kredibilitas itu termasuk kondisi dapur yang higienis dan kesegaran bahan baku makanan.

2.3 Pengertian Jasa Perbankan dan Bank

2.3.1 Pengertian Jasa Perbankan

Peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu negara. Bank dapat dikatakan sebagai darahnya perekonomian suatu negara. Oleh karena itu, kemajuan suatu bank di suatu negara juga dijadikan ukuran kemajuan negara yang bersangkutan. Semakin maju suatu negara, maka semakin besar peranan perbankan

dalam mengendalikan negara tersebut. Artinya keberadaan dunia perbankan semakin dibutuhkan pemerintah dan masyarakatnya.

Dalam dunia modern sekarang ini, peranan perbankan dalam memajukan perekonomian suatu negara sangatlah besar. Hampir semua sektor yang berhubungan dengan berbagai kegiatan keuangan selalu membutuhkan jasa bank. Oleh karena itu, saat ini dan di masa yang akan datang kita tidak akan dapat lepas dari dunia perbankan, jika hendak menjalankan aktivitas keuangan, baik perorangan maupun lembaga, baik sosial atau perusahaan.

2.3.2 Pengertian Bank

Pengertian Bank dalam dari sempit adalah sebuah tempat dimana uang disimpan oleh pihak kelebihan dana yang dipinjamkan kepada pihak yang kekurangan dana. Bank dikenal juga sebagai tempat untuk melakukan berbagai jenis pembayaran.

Pengertian bank menurut Undang- Undang RI Nomor 10 tahun 1998 :

Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan/atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Berikut beberapa definisi bank menurut beberapa ahli, antara lain : Menurut Melayu S.P Hasibuan (2009:2), Bank umum adalah lembaga keuangan, pencipta uang, pengumpul dan penyalur kredit, pelaksana lalu lintas pembayaran, stabilisator moneter, serta dinamisator pertumbuhan perekonomian

Menurut Kasmir (2012:12) bank diartikan sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya

Dari pernyataan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang bertugas untuk menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan perekonomian suatu negara.

Menurut Kasmir (2012:13) bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan utama, yaitu:

1. Menghimpun dana

Strategi bank dalam menghimpun dana adalah dengan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang menarik dan menguntungkan. Balas jasa tersebut bisa berupa bunga, cenderata mata, hadiah, pelayanan, atau balas jasa lainnya. Oleh karena itu, pihak perbankan harus memberikan berbagai rangsangan dan kepercayaan sehingga masyarakat berminat untuk menanamkan dananya di Bank.

2. Menyalurkan dana
Merupakan melemparkan kembali dana yang diperoleh lewat simpanan giro, tabungan, dan deposito ke masyarakat dalam bentuk pinjaman (kredit).
3. Memberikan jasa bank lainnya
Pengertian jasa lainnya yang merupakan jasa pendukung atau pelengkap dalam kegiatan perbankan. Jasa-jasa ini diberikan terutama untuk mendukung kelancaran kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, baik yang berhubungan dengan kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana, baik yang berhubungan langsung dengan kegiatan simpanan dan kredit maupun tidak langsung. Jasa perbankan lainnya seperti jasa setoran, jasa pembayaran, jasa pengiriman uang, jasa penagihan, dan jasa kliring.

Dari pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa usaha perbankan meliputi tiga kegiatan utama. Pertama menghimpun dana. Kedua menyalurkan dana. Ketiga memberikan jasa bank lainnya.

2.3.3 Jenis-Jenis Bank

Dalam praktiknya perbankan di Indonesia saat ini terdapat beberapa jenis perbankan seperti yang diatur dalam Undang-Undang Perbankan. Jenis-jenis perbankan di Indonesia diatur dalam pasal 5 UU No.7 Tahun 1992. Dalam Pasal 5 ayat (1), berbunyi :

1. Bank Umum, adalah bank yang dapat memberikan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran.
2. Bank Perkreditan Rakyat (BPR), adalah bank yang menerima simpanan dalam bentuk deposito berjangka dan bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Jenis-jenis bank yang ada di Indonesia diatur dalam Undang-Undang Perbankan. Jenis-jenis perbankan berdasarkan UU Perbankan No.10 tahun 1998 berbeda dengan ketentuan sebelumnya, yaitu UU No. 14 tahun 1967. Namun kegiatan utama atau pokok bank sebagai lembaga keuangan yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tidak berbeda.

Perbedaan jenis perbankan berdasarkan UU Perbankan No.10 tahun 1998 dapat dilihat dari fungsi bank, dan kepemilikan bank. Dari segi fungsi, perbedaan terletak pada luasnya kegiatan atau jumlah produk yang dapat ditawarkan maupun jangkauan wilayah operasinya. Sedangkan pemilikan perusahaan dapat dilihat dari segi pemilikan saham yang ada dan akte pendirinya. Perbedaan lainnya adalah dilihat dari segi siapakah nasabah yang mereka layani, apakah masyarakat luas atau masyarakat di lokasi tertentu (kecamatan). Jenis perbankan juga diklasifikasikan berdasarkan berdasarkan caranya menentukan harga jual dan harga beli.

1. Jenis Bank Berdasarkan Fungsinya

a. Bank Sentral

Bank sentral yang dimaksud adalah Bank Indonesia. Bank Indonesia adalah lembaga negara yang independen dalam melaksanakan tugas dan wewenangnya, bebas dari campur tangan pemerintah atau pihak lain, kecuali untuk hal-hal yang secara tegas diatur dalam undang-undang ini.

b. Bank Umum

Bank umum adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional dan atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Jasa yang diberikan oleh bank umum bersifat umum, artinya dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Bank Umum sering disebut bank komersial (*commercial bank*)

c. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

Bank Perkreditan Rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Artinya, kegiatan BPR jauh lebih sempit jika dibandingkan dengan kegiatan Bank Umum.

2. Jenis Bank Berdasarkan Kepemilikannya

Apabila ditinjau dari segi kepemilikannya, jenis bank terdiri atas bank milik pemerintah, dan bank milik swasta nasional, dan bank milik swasta asing.

a. Bank Milik Pemerintah

Bank pemerintah adalah bank dimana baik akta pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah, sehingga seluruh keuntungan bank dimiliki oleh pemerintah pula.

b. Bank Milik Swasta Nasional

Bank jenis ini, seluruh atau sebagian besar sahamnya dimiliki oleh swasta nasional. Akte pendiriannya menunjukkan kepemilikan swasta, begitu pula pembagian keuntungannya bagi pihak swasta.

c. Bank Milik Koperasi

Kepemilikan saham-saham bank ini dimiliki oleh badan hukum koperasi.

d. Bank Milik Campuran

Kepemilikan saham bank campuran dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Saham bank campuran secara mayoritas dimiliki oleh warga negara Indonesia.

e. Bank Milik Asing

Bank jenis ini merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, baik milik swasta asing atau pemerintah asing. Kepemilikannya dimiliki oleh pihak luar negeri.

3. Dilihat Dari Segi Status

Dilihat dari segi kemampuannya dalam melayani masyarakat, bank umum dapat diklasifikasikan kedalam dua macam. Pengklasifikasian ini berdasarkan kedudukan atau status bank tersebut. kedudukan atau status ini menunjukkan ukuran kemampuan bank dalam melayani masyarakat baik dari jumlah produk, modal, maupun kualitas pelayanannya. Oleh karena itu, untuk memperoleh status tersebut diperlukan penilaian-penilaian dengan kriteria tertentu.

a. Bank Devisa

Adalah bank yang dapat melaksanakan transaksi ke luar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan. Misal transfer keluar negeri, inkaso keluar negeri, *traveller cheque*, pembukaan dan pembayaran *Letter of Credit* dan transaksi lainnya. Persyaratan untuk menjadi bank devisa ini ditentukan oleh Bank Indonesia.

b. Bank Non-Devisa

Adalah bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa, sehingga tidak dapat melaksanakan kegiatan seperti halnya bank devisa. Jadi bank non-devisa dapat melakukan transaksi dalam batas-batas negara.

4. Jenis Bank Berdasarkan Kegiatan Operasionalnya

a. Bank Konvensional

Bank konvensional adalah bank yang dalam operasionalnya menerapkan metode bunga, karena metode bunga sudah ada terlebih dahulu, menjadi kebiasaan dan telah dipakai secara meluas dibandingkan metode bagi hasil. Bank konvensional pada umumnya beroperasi dengan mengeluarkan produk-produk untuk menyerap dana masyarakat antara lain tabungan, simpanan, deposito, simpanan giro, menyalurkan dana yang telah dihimpun dengan cara mengeluarkan kredit antara lain kredit investasi, kredit modal kerja, kredit konsumtif, kredit jangka pendek, dan pelayanan jasa keuangan.

b. Bank Syariah

Bank syariah adalah bank yang beroperasi sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam, maksudnya adalah bank yang dalam operasinya mengikuti ketentuan-ketentuan syariah Islam. Khususnya yang menyangkut tata cara bermuamalah secara Islam.

Kegiatan bank syariah dalam hal penentuan harga produknya sangat berbeda dengan bank konvensional. Penentuan harga bagi bank syariah didasarkan pada kesepakatan antar bank dengan nasabah penyimpan dana sesuai dengan jenis simpanan dan jangka waktunya, yang akan menentukan besar kecilnya porsi bagi hasil yang akan diterima penyimpan.

2.3.4 Sumber Dana Bank

Dalam menjalankan kegiatan operasionalnya, bank memerlukan sumber dana. Lembaga keuangan, tentunya dana merupakan masalah bank yang utama. Tanpa

adanya dana, bank tidak dapat berfungsi sama sekali, dimana fungsi bank adalah sebagai perantara keuangan antara pihak yang berkelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana.

Dana bank ialah uang tunai yang dimiliki ataupun aset lancar yang dikuasai bank dan setiap waktu dapat diuangkan. Uang tunai yang dimiliki bank dapat bersumber dari modal sendiri, maupun sumber lain diluar bank yang dititipkan kepada bank dan sewaktu-waktu dapat ditarik kembali baik secara keseluruhan maupun berangsur-angsur. (Lukman Dendawijaya, 2005:25)

Sumber dana bank adalah proses dimana bank berusaha mengembangkan sumber-sumber dana yang tradisional melalui pinjaman di pasar uang atau dengan menerbitkan instrumen utang untuk digunakan secara menguntungkan terutama untuk memenuhi permintaan kredit. (Slamet Riyadi, 2006:65)

Adapun jenis sumber-sumber dana tersebut, menurut Kasmir (2014:68), adalah sebagai berikut:

1. Dana yang Bersumber dari Bank itu Sendiri

Sumber dana yang bersumber dari bank itu sendiri merupakan sumber dana dari modal sendiri. Modal sendiri maksudnya adalah modal setoran dari para pemegang sahamnya. Apabila saham yang terdapat dalam portebel belum habis terjual, sedangkan kebutuhan dana masih perlu, maka pencariannya dapat dilakukan dengan menjual saham kepada pemegang saham lama. Akan tetapi, jika tujuan perusahaan untuk melakukan ekspansi, maka perusahaan dapat mengeluarkan saham baru dan menjual saham baru tersebut di pasar modal.

Secara garis besar dapat disimpulkan pencarian dana yang bersumber dari bank itu sendiri terdiri dari :

a. Setoran modal dari pemegang saham

Dalam hal ini pemilik saham lama dapat menyetero dana tambahan atau membeli saham yang dikeluarkan oleh perusahaan

b. Cadangan-cadangan bank

Maksudnya adalah cadangan-cadangan laba pada tahun lalu yang tidak dibagi kepada para pemegang sahamnya. Cadangan ini sengaja disediakan untuk mengantisipasi laba tahun yang akan datang.

- c. Laba bank yang belum dibagi
Merupakan laba yang memang belum dibagikan pada tahun yang bersangkutan, sehingga dapat dimanfaatkan sebagai modal untuk sementara waktu.

2. Dana yang Berasal dari Masyarakat Luas

Sumber dana ini merupakan sumber dana yang terpenting bagi kegiatan operasi bank dan merupakan ukuran keberhasilan bank jika mampu membiayai operasinya dari sumber dana ini. Pencarian dana dari sumber ini relatif paling mudah jika dibandingkan dengan sumber lainnya. Mudah dikarenakan asal dapat memberikan bunga yang relatif lebih tinggi dan dapat memberikan fasilitas menarik lainnya seperti hadiah dan pelayanan yang memuaskan menarik dana dari sumber itu tidak sulit. Kemudian keuntungan lainnya dana yang tersedia di masyarakat tidak terbatas. Kerugiannya adalah sumber dana dari sumber ini relatif lebih mahal jika dibandingkan dari dana sendiri baik untuk biaya bunga maupun biaya promosi.

Untuk memperoleh dana dari masyarakat luas bank dapat menggunakan tiga macam jenis simpanan (rekening). Masing-masing jenis simpanan memiliki keunggulan tersendiri sehingga bank harus pandai dalam menyiasati pemilihan sumber dana. Sumber dana yang dimaksudkan adalah sebagai berikut.

1. Simpanan giro

Dalam bahasa sehari-hari kata simpanan sering disebut dengan nama rekening atau *account*. Dimana artinya sama. Dengan memiliki simpanan atau rekening berarti memiliki sejumlah uang yang disimpan di bank tertentu atau dengan kata lain simpanan adalah dana yang dipercayakan oleh masyarakat untuk dititipkan di bank. Dana kemudian dikelola oleh bank dalam bentuk simpanan seperti giro, rekening tabungan, dan rekening deposito untuk kemudian diusahakan kembali dengan cara di salurkan ke masyarakat.

Pengertian giro menurut Undang-Undang Perbankan No. 10 tahun 1998 adalah

Simpanan yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana pemerintah pembayaran lainnya atau dengan pemindah bukuan

Dapat ditarik setiap saat, maksudnya bahwa uang yang sudah disimpan di rekening giro tersebut dapat ditarik berkali-kali dalam sehari, dengan catatan dana yang tersedia masih mencukupi. Kemudian juga harus memenuhi persyaratan lainnya yang ditetapkan oleh bank yang bersangkutan seperti keabsahan alat penarikannya.

2. Simpanan Tabungan

Berbeda dengan simpanan giro, simpanan tabungan memiliki ciri khas tersendiri. Jika simpanan giro digunakan oleh para pengusaha atau para

pedagang dalam bertransaksi, simpanan tabungan digunakan untuk umum dalam lebih banyak digunakan oleh perorangan baik pegawai, mahasiswa, ibu rumah tangga. Kemudian bank dalam menerapkan suku bunga juga berbeda dalam arti rata-rata suku bunga simpanan tabungan lebih tinggi dari jasa giro yang diberikan kepada nasabah. Begitu pun metode perhitungan bunga serta berbagai keuntungan lainnya seperti hadiah atau cenderamata.

Pengertian tabungan menurut Undang-Undang Perbankan No.10 tahun 1998 adalah : “Simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat-syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau/alat lainnya yang di persamakan dengan itu.”

Syarat-syarat penarikan tertentu maksudnya adalah sesuai dengan perjanjian atau kesepakatan yang telah dibuat antara bank dan si penabung. Ada beberapa alat penarikan tabungan, hal ini tergantung dari persyaratan bank masing-masing, mau menggunakan sarana yang mereka inginkan. Alat ini dapat dipergunakan sendiri-sendiri atau bersamaan. Alat-alat yang dimaksud adalah:

a. Buku Tabungan

Kepada setiap penabung biasanya diberikan buku tabungan. Di dalam buku tabungan berisi catatan saldo tabungan, penarikan, penyetoran, dan pembebanan-pembebanan yang mungkin terjadi. Buku ini digunakan pada saat penarikan sehingga langsung dapat mengurangi saldo yang ada di buku tabungan tersebut.

b. Slip Penarikan

Merupakan formulir penarikan dimana nasabah cukup menulis nama, nomor rekening, jumlah uang, serta tanda tangan nasabah untuk menarik sejumlah uang. Slip penarikan ini biasanya digunakan bersamaan dengan buku tabungan.

c. Kartu yang terbuat dari plastik

Yaitu sejenis kartu kredit yang terbuat dari plastik yang digunakan untuk menarik sejumlah uang dari tabungan, baik uang yang ada di bank maupun yang di *Automated Teller Machine* (ATM). ATM ini biasanya tersebar ditempat-tempat yang strategis. Kepada nasabah pemegang kartu atm akan diberikan nomor PIN atau kata sandi yang digunakan setiap kali menarik uang dari ATM. Dewasa ini Atm dikenal dengan nama Anjungan Tunai Mandiri

d. Kombinasi

Yaitu penarikan tabungan dapat dilakukan kombinasi antara buku tabungan dan slip penarikan.

3. Simpanan Deposito

Sumber dana dari masyarakat luas yang ketiga adalah simpanan deposito dan pemilik deposito disebut deposan. Berbeda dengan dua jenis simpanan sebelumnya, dimana simpanan deposito mengandung unsur jangka waktu (jatuh tempo) lebih panjang dan dapat ditarik atau dicairkan pada setelah jatuh tempo.

Begitu juga dengan suku bunga yang relatif lebih tinggi dari kedua jenis simpanan sebelumnya.

Pengertian deposito menurut Undang-Undang No 10 tahun 1998 adalah simpanan yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan perjanjian nasabah penyimpan dengan bank.

Untuk mencairkan deposito yang dimiliki, deposan dapat menggunakan bilyet deposito atau sertifikat deposito. Dalam praktiknya, paling tidak tiga jenis deposito, yaitu deposito berjangka, sertifikat deposito, dan deposito on call. Masing-masing jenis deposito memiliki kelebihan tersendiri dan khusus deposito berjangka diterbitkan pula dalam mata uang asing.

Berikut ini jenis-jenis simpanan Deposito yang ada di Indonesia dewasa ini.

a. Deposito Berjangka

Deposito berjangka (DB) merupakan deposito yang diterbitkan dengan jenis jangka waktu tertentu. Jangka waktu deposito berjangka biasanya bervariasi mulai dari 1, 2, 3, 6, 12, 18 sampai dengan 24 bulan. Deposito berjangka diterbitkan atas nama baik perorangan atau lembaga. Artinya, di dalam bilyet deposito tercantum nama seseorang atau lembaga si pemilik deposito berjangka.

b. Sertifikat Deposito

Sama halnya seperti deposito berjangka, sertifikat deposito merupakan deposito yang diterbitkan dalam jangka waktu 2, 3, 6, 12, dan 12 bulan. Hanya perbedaannya sertifikat deposito diterbitkan atas unjuk dalam bentuk sertifikat dan dapat diperjualbelikan atau dipindahtangankan ke pihak lain.

c. *Deposito On Call*

Deposito On Call (DOC) merupakan deposito digunakan untuk deposan yang memiliki jumlah uang dalam jumlah besar, misalnya Rp 30.000.000,00 (tergantung bank yang bersangkutan) dan sementara waktu belum digunakan. Penerbitan deposit on call memiliki jangka waktu minimal 7 hari dan paling lama kurang dari 1 bulan. DOC diterbitkan atas nama.

2.4 Kualitas Pelayanan dan Aspek-Aspeknya

2.4.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Fokus pemasaran terhadap kualitas pelayanan adalah jelas: rendahnya kualitas akan menempatkan perusahaan pada kerugian kompetitif, berpotensi mengusir pelanggan yang tidak puas. Berikut ini definisi kualitas pelayanan menurut para ahli:

Menurut Gronroos, dan juga lainnya dalam Christopher Lovelock, Jochen Wirtz, dan Jacky Mussry (2010:154) menunjukkan bahwa kualitas yang dirasakan dari pelanggan adalah hasil dari suatu proses evaluasi dimana pelanggan

membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan.

Menurut Parasuraman, et al dalam Rusdiana (2014:217), *service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang diterima.

Menurut Roger.G. Schroeder (2008 : 150), *service quality is quite different from manufacturing quality* (kualitas pelayanan berbeda dengan kualitas manufaktur)

Menurut James A. Fitzsimmons dkk (2014:143). *Service quality is a complex topic, as shown by the need for a definition that includes five dimensions : reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibles.*

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah merupakan hasil perbandingan antara kenyataan dan harapan pelanggan dengan pelayanan yang diberikan.

2.4.2 Dimensi Kualitas Jasa (SERVQUAL)

Model SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama, persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceivedservice*) dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan (*expectedservice*). Dalam salah satu studi mengenai SERVQUAL oleh parasuraman dkk dalam Lupiyoadi (2013:216), yang melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi dalam empat perusahaan) berusia 25 ke atas, disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi SERVQUAL sebagai berikut :

1. 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 (tehnologi), serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan (*realibility*), 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.
3. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyapaian informasi yang jelas.

Membiarkan pelanggan menunggu membentuk persepsi negatif dalam kualitas pelayanan

4. Jaminan dan Kepastian (*assurance*), pengetahuan, kesopanan santunan, 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. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Hal ini mengharuskan bahwa suatu perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Fandy Tjiptono (2016:136) berhasil mengidentifikasi 10 dimensi pokok kualitas jasa :

1. Reliabilitas meliputi dua aspek utama, yaitu konsisten kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan mampu menyampaikan jasanya secara benar sejak awal (*right the first time*), memenuhi janji secara akurat dan andal (misalnya, menyampaikan jasa sesuai dengan jadwal yang disepakati), menyimpan data (*record*) secara tepat, dan mengirimkan tagihan yang akurat.
2. Responsivitas atau Daya Tanggap, yaitu kesediaan dan kesiapan para karyawan untuk membantu para pelanggan yang menyampaikan jasa secara cepat. Beberapa contoh diantaranya : ketepatan waktu layanan, pengiriman slip transaksi secepatnya, kecepatan menghubungi kembali pelanggan, dan menyampaikan layanan secara cepat.
3. Kompetensi, yaitu penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Termasuk di dalamnya adalah pengetahuan dan keterampilan karyawan kontak, pengetahuan dan keterampilan personil dukungan operasional, dan kapasitas riset organisasi.
4. Akses, meliputi kemudahan untuk dihubungi atau ditemui (*approachability*) dan kemudahan kontak. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa mudah dijangkau, waktu mengantri atau menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi (contohnya : telepon, surat, email, fax, dan seterusnya), dan jam operasi nyaman.

5. Kesopanan (*Courtest*), meliputi sikap santun, respek, atensi, dan keramahan para karyawan kontak (seperti resepsionis, operator telepon, bell person, teller bank, dan lain-lain).
6. Komunikasi, artinya menyampaikan informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. Termasuk di dalamnya adalah penjelasan mengenai jasa/layanan yang ditawarkan, biaya jasa *trade-off* antara jasa dan biaya, serta proses penanganan masalah potensial yang mungkin timbul.
7. Kredibilitas, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan kontak, dan interaksi dengan pelanggan (*hard selling versus soft selling approach*).
8. Keamanan (*security*), yaitu bebas dari bahaya, resiko atau keraguan. Termasuk di dalamnya adalah keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan financial (*financial security*), privasi, dan kerahasiaan (*confidentiality*).
9. Kemampuan Memahami Pelanggan, yaitu berusaha memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, dan mengenal pelanggan reguler.
10. Bukti Fisik (*tangibles*), meliputi penampilan fasilitas fisik, peralatan, personil, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan (seperti kartu bisnis, kop surat, dan lain-lain).

2.4.3 Skala Pengukuran dan Dimensi SERVQUAL

Menurut Rambat Lupiyoadi (2013:217), dalam rangka menghasilkan suatu pelayanan yang berkualitas, perusahaan diharapkan dapat mengukur pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggannya melalui skala pengukuran berdasarkan penelitian beberapa pakar sebelumnya. Dalam hal ini model SERVQUAL memiliki aplikasi skala pengukuran yang disebut dengan multiple item scale yang merupakan hasil penelitian parasuraman dkk. Skala dengan validitas dan reliabilitas yang baik tersebut digunakan perusahaan untuk dapat mengerti lebih baik harapan dan persepsi pelanggan akan pelayanan yang diinginkan, yang dapat menghasilkan peningkatan pelayanan. Berbagai bentuk pelayanan. Instrumen tersebut merupakan suatu format dalam menentukan harapan dan persepsi pelanggan.

Instrumen dalam skala tersebut di desain untuk bermacam bentuk pelayanan. Instrumen tersebut merupakan suatu format dalam menentukan harapan dan persepsi pelanggan, serta dapat digunakan untuk menentukan kualitas jasa suatu perusahaan atas dasar lima dimensi kualitas jasa. Caranya dengan merata-ratakan perbedaan nilai yang dihasilkan dari masing-masing bagian yang membentuk kelima dimensi. Menurut Parasuraman dkk dalam Rambat Lupiyoadi (2013:218), salah satu aplikasi yang digunakan dari skala pengukuran SERVQUAL ini adalah dengan

menentukan kepentingan relative lima dimensi yang mempengaruhi persepsi pelanggan, pendekatan ini dilakukan dengan melakukan regresi nilai persepsi kualitas pelanggan dengan masing-masing nilai dimensi SERVQUAL. Variabel penelitian tersebut terdiri atas empat kategori berikut ini :

Sangat baik	4
Baik	3
Cukup	2
Buruk	1

2.5 Konsep Kepuasan Pelanggan

2.5.1 Kepuasan Pelanggan

Dewasa ini perhatian terhadap kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan telah semakin besar. Semakin banyak pihak yang menaruh perhatian terhadap hal ini. Pihak yang paling banyak berhubungan langsung dengan kepuasan/ketidakpuasan pelanggan adalah pemasar, konsumen, konsumeris, dan peneliti perilaku konsumen. Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan yang utama.

Menurut Philip Kotler dalam Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani (2006:192), kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan diharapkan.

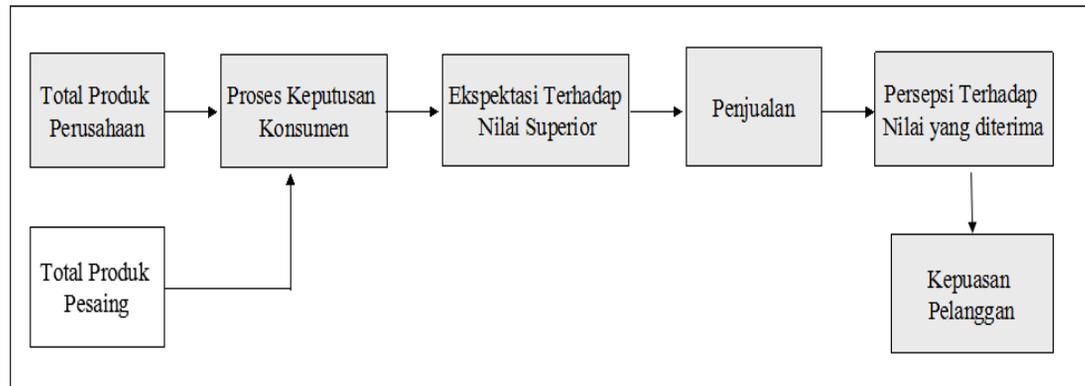
Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:138), kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melewati ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang.

Menurut Etta Mamang Sangadji dan Sopiah (2013:182), kepuasan dapat diartikan sebagai adanya kesamaan antara kinerja produk dan pelayanan yang diterima dengan kinerja produk dan pelayanan yang diharapkan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan hal yang utama, konsumen di ibaratkan sebagai raja yang harus dilayani, meskipun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan. Respon emosional dipicu oleh proses evaluasi kognitif yang membandingkan persepsi (atau keyakinan) terhadap objek, tindakan atau kondisi tertentu dengan nilai-nilai (atau

kebutuhan, keinginan, dan hasrat) individual. (Westbrook dan Reilly dalam Fandy Tjiptono, 2014:353)

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa, kepuasan pelanggan adalah perilaku konsumen dalam membandingkan antara harapan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan atas penyampaian produk (jasa).



Gambar 3 :
Konsep kepuasan Pelanggan
(Sumber: Fandy Tjiptono (2015:76))

2.5.2 Teori Kepuasan Pelanggan

Saat ini berkembang berbagai teori dan model kepuasan pelanggan, sejumlah disiplin ilmu digunakan untuk memahami fenomena kepuasan pelanggan, antara psikologi, ekonomika, sosiologi, komunikasi, dan sebagainya. Menurut Fandy Tjiptono (2015:78) berikut diuraikan lima teori diantaranya yang seringkali dijadikan acuan dalam literature dan riset kepuasan pelanggan :

1. *Expentancy Discomfirmation Model*

Kepuasan pelanggan dipandang sebagai “evaluasi yang memeberikan hasil dimana pengalaman yang dirasakan setidaknya sama baiknya (sesuai) dengan yang diharapkan”. Berdasarkan konsumsi atau pemakaian produk/merek tertentu dan juga merek lainnya dalam kelas produk yang sama, pelanggan membentuk harapannya mengenai kinerja seharusnya dari merek yang bersangkutan. Harapan atas kinerja ini dibandingkan dengan kinerja actual produk (yakni persepsi tentang kualitas produk). Jika kinerja lebih rendah dari pada harapan, yang terjadi adalah ketidakpuasan emosional (*negatif disconfirmation*). Sedangkan bila kinerja sma dengan harapan, maka yang terjadi konfirmasi harapan (*simple disconfirmation* atau *non statisfacton*).

2. *Equity Theory*

Model Tradisional equity theory (dikenal pula dengan dengan istilah keadilan *discrible* dalam literatur sosiologi), berusaha mengoperasionalkan prinsip utama “pertukaran” (*exchange*). *Equity*

Theory beranggapan bahwa orang menganalisis rasio input dan hasilnya dengan rasio input dan hasil mitra pertukarannya.

3. *Attribution Theory*

Attribution Theory mengidentifikasi proses yang dilakukan seseorang dalam menentukan penyebab aksi/tindakan dirinya, orang lain, dan objek tertentu. Atribusi yang dilakukan seseorang bisa sangat mempengaruhi kepuasan pembeli terhadap produk atau jasa tertentu, karena atribusi memoderasi perasaan puas atau tidak puas. Bila kinerja suatu produk gagal memenuhi harapan, pelanggan akan berusaha menentukan kegagalan tersebut. bila penyebab kegagalan itu ditimpakan kepada produk/jasa itu sendiri, maka perasaan tidak puas akan mungkin sekali muncul. Sebaliknya, jika penyebabnya dibebankan pada faktor keadaan atau tindakan konsumen itu sendiri, maka perasaan tidak puas lebih kecil kemungkinannya untuk terjadi atau setidaknya ketidakpuasan akan lebih kecil levelnya.

4. *Assimilation Contrast Theory*

Menurut teori ini, konsumen mungkin menerima penyimpangan (deviasi) dari ekspektasinya dalam batas tertentu. Apabila produk/jasa yang dibeli dan dikonsumsi tidak terlalu berbeda dengan apa yang diharapkan pelanggan, maka kinerja produk/jasa tersebut akan diasimilasi/diterima dan produk/jasa bersangkutan akan dievaluasi secara positif (dinilai memuaskan). Jika produk/jasa melampaui zone penerimaan konsumen (*zone of acceptance*), maka perbedaan yang ada akan dikontraskan sedemikian rupa sehingga akan tampak lebih besar dari sesungguhnya. Implikasinya, pemasar harus cermat dan berhati-hati dalam merancang dan mengimplementasikan komunikasi pemasarannya agar klaim produk/jasanya tidak masuk dalam *zone of rejection* mayoritas pelanggan targetnya.

5. *Opponent Process Theory*

Teori ini berusaha menjelaskan mengapa pengalaman konsumen yang ada pada mulanya sangat memuaskan cenderung dievaluasi kurang memuaskan pada kejadian atau kesempatan berikutnya. Dasar pemikirannya adalah pandangan bahwa organisme akan beradaptasi dengan stimuli di lingkungannya, sehingga stimulasi berkurang intensitasnya sepanjang waktu. Proses homeostatis serupa terjadi dalam reaksi emosional terhadap kinerja produk/jasa. Apabila *excitement* atau stimulasi (baik positif maupun negatif) mengganggu keseimbangan psikologis konsumen, maka proses sekunder akan berlangsung sehingga konsumen bersangkutan akan kembali ke kondisi homeostatis semula. Proses pertama (emosi awal) disebut proses primer dari proses adaptif berikutnya disebut *opponent process*. *Opponent proses* akan menjadi semakin kuat, sehingga

individu bersangkutan mengalami *exciment* yang lebih lemah pada pengalaman berikutnya.

2.5.3 Pengertian Harapan Pelanggan

Pelanggan merupakan individu maupun organisasi yang menjadi mitra atau konsumen suatu organisasi (perusahaan/pelanggan). Pelanggan bisa berasal dari lingkup internal maupun eksternal. Pelanggan memiliki harapan-harapan tertentu pada suatu organisasi dimana ia berhubungan. Umumnya harapan pelanggan berbentuk pelayanan prima yang diharapkan mampu diberikan oleh perusahaan, produsen, penjual, dan pihak-pihak yang berikantugas memberikan pelayanan. Pelayanan yang baik atau pelayanan yang prima bertujuan untuk memenuhi harapan pelanggan akan produk yang ditawarkan ataupun berupa kerja sama yang ingin dibangaun diantara mitra atau klien baik yang berasal dari unsur pemerintahan maupun kalangan swasta.

Pelanggan membentuk ekspektual jasa dari banyak sumber, seperti pengalaman masa lalu, berita dari mulut ke mulut, dan iklan. Secara umum pelanggan membandingkan jasa anggapan dan jasa yang diharapkan. Jika jasa anggapan berada dibawah jasa yang diharapkan pelanggan kecewa. Perusahaan yang berhasil menambahkan manfaat pada penawaran mereka sehingga pelanggan tidak hanya puas tetapi terkejut dan sangat puas. Pelanggan akan sangat puas bila mendapatkan pelayanan yang melebihi harapannya. (Philip Kotler dan Kevin Line Keller, 2009:50)

Harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasinya, pelanggan akan menggunakan harapannya standar atau acuan. Dengan demikian, harapan pelangganlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya. Dalam konteks kepuasan pelanggan, harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. (Zeithenlet al dalam Fandy Tjiptono, 2008:28).

Berdasarkan beberapa definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa harapan pelanggan adalah perkiraan pelanggan terhadap apa yang diterimanya atas produk (barang atau jasa) yang dibelinya.

2.5.4 Metode dan Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Bagaimana mengetahui hasil yang dirasakan pelanggan melebihi atau kurang dari harapan yang diinginkan, Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam Fandy

Tjiptono (2014:369) mengemukakan paling tidak ada empat metode yang banyak dipergunakan dalam mengukur kepuasan pelanggan, metode tersebut antara lain:

1. Sistem keluhan dan Saran

Setiap organisasi jasa yang berorientasi pada pelanggan wajib memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan dapat berupa kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis (yang mudah diakses atau sering dilalui pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang dikirim via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, website, facebook, twitter, dan lain-lain. Informasi-informasi yang diperoleh melalui metode ini dapat memberikan ide-ide baru dan masukan yang berharga kepada perusahaan, sehingga memungkinkannya bereaksi dengan tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah-masalah yang timbul. Akan tetapi, karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan ketidakpuasan.

2. *Ghost/Mystery Shopping*

Salah satu metode untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang *ghost shoppers* untuk berperan sebagai pelanggan potensial jasa perusahaan dan pesaing. Mereka diminta melaporkan berbagai temuan penting berdasarkan pengalamannya mengenai kekuatan dan kelemahan jasa perusahaan dibandingkan para pesaing. Selain itu, para *ghost shoppers* juga dapat mengobservasi cara perusahaan dan pesaingnya melayani permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan pelanggan, dan menangani setiap masalah/ keluhan pelanggan.

3. *Lost Customer Analysis*

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok, agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan/penyempurnaan selanjutnya. Bukan hanya *exit interview* saja yang perlu, tetapi pemantauan *customer lose rate* juga penting, dimana peningkatan *customer lose rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya. Hanya saja kesulitan menerapkan metode ini adalah pada mengidentifikasi dan mengontak mantan pelanggan yang bersedia memberi masukan dan evaluasi terhadap kinerja perusahaan.

4. Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survei, baik via pos, telepon, e-mail, maupun wawancara langsung (McNeal & Lamb, dalam Peterson & Wilson). Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan memberikan sinyal positif bahwa perusahaan perhatian terhadap mereka.

2.5.5 Strategi Kepuasan Pelanggan

Menurut Fandy Tjiptono (2015:91) secara garis besar, berdasarkan momen proses layanan, strategi kepuasan pelanggan dapat dikelompokkan menjadi tiga kategori, strategi pra-pembelian, strategi non pembelian, dan pasca pembelian, serta strategi berkesinambungan.

1. Strategi pra-pembelian

Salah satu kunci utama memuaskan pelanggan adalah kemampuan memahami dan mengelola ekspektasi pelanggan. Ekspektasi pelanggan dibentuk di dasar pada sejumlah faktor, seperti pengalaman berbelanja dimasa lalu, opini, teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaingnya. Faktor-faktor ini berpotensi menyebabkan ekspektasi seseorang pelanggan menjadi kompleks, dinamis, dan sulit dipenuhi. Secara garis besar ada lima penyebab utama tidak terpenuhinya ekspektasi pelanggan yaitu : (1) pelanggan keliru mengkomunikasikan layanan yang diinginkan, (2) kinerja buruk karyawan, (3) miskomunikasi penyediaan layanan oleh pesaing, (4) miskomunikasi gethok tular, dan (5) pelanggan keliru menafsirkan sinyal pemasaran.

2. Strategi saat dan pasca-pembelian

Tipe ini terdiri atas empat strategi yang saling berkaitan yaitu :

a. *Aftermarketing*

Konsep yang dicetuskan oleh Vavra ini pada intinya memekan pada pentingnya orientasi pada pelanggan saat ini (*current customers*) sebagai cara yang lebih *cost-effective* untuk membangun bisnis yang *profitable*. Ia mengurai pentingnya *costumer lifetime value*, yang menggambarkan bahwa semakin lama sebuah perusahaan mampu mempertahankan seorang pelanggan, semakin *profitable* pelanggan bersangkutan bagi perusahaan.

b. Strategi retensi pelanggan

Sejumlah riset mengkonfirmasi pentingnya strategi retensi pelanggan. Riset komprehensif yang dilakukan Bain & Company terhadap sejumlah industry jasa di Amerika menemukan bahwa loyalitas pelanggan berhubungan positif dengan profitabilitas

perusahaan. Rata-rata profit per pelanggan meningkat seiring perjalanan waktu dikarenakan 6 faktor utama sekaligus juga manfaat ekonomik mempertahankan pelanggan yaitu, biaya akuisisi pelanggan, profit dasar, pertumbuhan pendapatan, penghematan biaya, *referall*, dan premium harga.

c. Sistem penanganan complain secara efektif

Umumnya jumlah pelanggan yang tidak puas pada sebuah jasa dan menyampaikan keluhannya tidaklah sebanyak pada kasus ketidakpuasan terhadap barang. Kalaupun ada keluhan, biasanya hanya sedikit proporsinya yang terselesaikan secara memuaskan itupun memakan waktu cukup lama. Setiap konsumen yang merasa tidak puas terhadap kinerja produk, jasa, dan/atau perusahaan tertentu akan bereaksi dengan tindakan yang berbeda-beda. Ada yang mendiamkan saja ada pula yang melakukan complain. Berkaitan dengan hal ini, ada tiga kategori complain terhadap ketidakpuasan: *voice responses*, *private responses*, dan *third-party responses*.

d. Strategi pemulihan layanan

Setidaknya secara teoritis, kunci utama mewujudkan kepuasan pelanggan adalah “melakukan segala sesuatu yang benar sejak pertama kali” (*do the job right the first time*). Betapapun kerasnya usaha penyedia layanan, tetap saja kekecewaan atau ketidakpuasan pelanggan tak terhidarkan penyebabnya bisa dikarenakan dua sumber: (1) faktor internal yang relatif dapat dikendalikan perusahaan, seperti perilaku karyawan yang tidak sopan, “jam karet”, kesalahan pencatatan transaksi, kekeliruan harga dan seterusnya; dan (2) faktor eksternal di luar kendali perusahaan, seperti cuaca (banjir dan badai), gangguan pada infrastruktur umum (listrik padam, jalan longsor), aktivitas kriminal (pembakaran, vandalisme, terorisme), dan masalah pribadi pelanggan (dompet hilang). Meskipun begitu, perbedaan pokok antara penyedia layanan unggul dan penyedia layanan jelek adalah kemampuan untuk menangani setiap masalah dan belajar dari kegagalan layanan, serta melakukan perbaikan demi penyempurnaan layanan organisasi. Setiap perusahaan perlu merancang dan menerapkan secara efektif sejumlah strategi pemulihan layanan (*service recovery strategy*), diantaranya jaminan layanan tanpa syarat, pemberdayaan karyawan, penyelesaian kegagalan layanan secara cepat, dan strategi manajemen *zero defection*. Secara garis besar, aktivitas yang diperlukan dalam rangka memulihkan layanan pelanggan meliputi: respon, informasi, tindakan, kompensasi.

2.6 Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) / Diagram Kartesius

Importance Performance Analysis merupakan alat bantu dalam menganalisis atau yang digunakan untuk membandingkan sejauh mana antara kinerja yang dapat dirasakan oleh pelanggan dibandingkan terhadap tingkat kepuasan yang diinginkan. Tingkat kesesuaian merupakan hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan, sehingga tingkat kesesuaian ini yang akan menentukan skala prioritas yang akan digunakan dalam penanganan.

1. Tingkat Kesesuaian

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja/penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan (harapan). Tingkat kesesuaian inilah yang menentukan urutan prioritas pengkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan kepada para pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan. Adapun rumus yang dapat digunakan adalah :

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

Dimana : Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian harapan pelanggan

2. Metode *Importance Performance Analysis* (IPA) / Diagram Kartesius

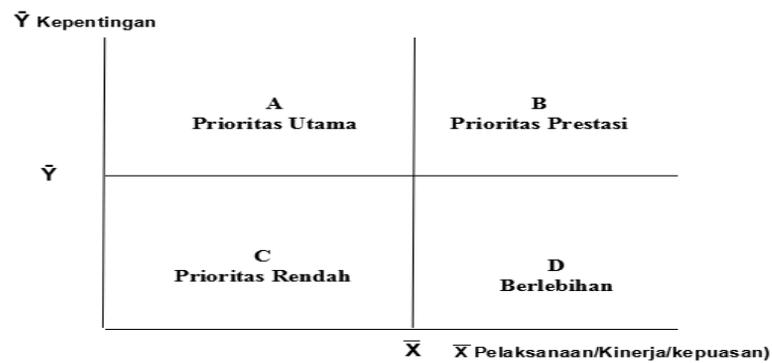
Menurut J.Supranto (2011:240), untuk menjawab perumusan masalah mengenai sampai sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan/nasabah terhadap kinerja perusahaan, maka digunakan *Importance Performance Analysis* (IPA) (John A. Martila and John C. James, 1997:77-79) atau Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja/Jasa akan menjadi suatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan. Artinya perusahaan seharusnya mencurahkan perhatian pada hal-hal yang memang dianggap penting oleh para pelanggan/nasabah. *Importance Performance Analysis* (IPA) adalah suatu teknik analisis yang digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor kinerja penting apa yang harus ditunjukkan oleh suatu organisasi dalam memenuhi kepuasan para pengguna jasa mereka (pelanggan).

Importance Performance Analysis (IPA) / Diagram Kartesius merupakan suatu bangunan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X} , \bar{Y}), dimana \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan

nasabah seluruh faktor atribut dan Y adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, selanjutnya ada K faktor dimana K merupakan banyaknya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

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

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram kartesius seperti pada gambar. Selain dari itu, bisa juga dilakukan analisis korelasi data kualitatif untuk mengetahui seberapa dekat hubungan antara tingkat pendapatan, pendidikan, dan usia pelanggan terhadap tingkat kepuasan jasa pelayanan perusahaan.



Gambar 4

Importance Performance Analysis (IPA) / Diagram Kartesius

(Sumber: J.Supranto 2011-242)

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

$$\bar{X} = \frac{\sum xi}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum yi}{n}$$

dimana : X = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan

Y = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah Responden

2.7 Penelitian Sebelumnya

Di dalam mengkaji analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT. BPR NBP Bona Pasogit 14 perlu dilakukan pengkajian penelitian terdahulu khususnya penelitian yang memiliki kesamaan objek pengkajian penelitian yaitu analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah di PT.BPR NBP Bona Pasogit 14. Berikut beberapa penelitian terdahulu :

Penelitian tentang Kepuasan yang dilakukan oleh Bagus Tri Laksono (2009), yang berjudul “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Nasabah Pengguna Kartu BPD Card Bank Jateng cabang utama Semarang*”. Penelitian ini mengukur kualitas pelayanan yang diproyeksi dalam 5 komponen, yaitu : sikap pelanggan, tanggapan penyedia jasa dalam menanggapi keluhan pelanggan, jasa pembayaran, fasilitas tambahan, dan ketepatan waktu Layanan. Hasilnya dari penelitian tersebut menyatakan bahwa sikap pelanggan dan tanggapan penyedia jasa dalam menghadapi keluhan pelanggan mampu memuaskan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan yang belum memuaskan pelanggan adalah jasa pembayaran, fasilitas tambahan dan ketepatan waktu.

Penelitian tentang Kepuasan yang dilakukan oleh Junaedi (2002) yang berjudul “*Analisis Kualiatas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Taplus BNI cara Surakarta*”. Kesimpulan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *empathy* yang merupakan penjiwaan dan perhatian yang bersifat pribadi kepada nasabah, seperti kemampuan dalam memberikan perhatian khusus kepada nasabah, menyediakan waktu untuk nasabah bila menghadapi persoalan, pendekatan pribadi, perhatian akan minat dan kebutuhan nasabah merupakan variabel yang dinilai nasabah taplus BNI cabang Surakarta ebagai hal yang dianggap paling penting dan mempunyai pengaruh yang paling signifikan untuk meningkatkan kepuasan kemudian untuk variabel *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tangkap), dan *Assurance* (jaminan) merupakan variabel yang dapat dianggap penting dan berpengaruh secara signifikan untuk meningkatkan kepuasan. Sedangkan untuk variabel *tangibles* belum dinilai sebagai hal yang penting dan berpengaruh secara signifikan untuk meningkatkan kepuasan.

Penelitian tentang kepuasan yang dilakukan oleh Bambang Edy Suryanto (2010) dengan judul “*Analisa Kepuasan Nasabah dengan metode SERVQUAL untuk meningkatkan kualiatas pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia cabang Bengkulu*”. Hasil penelitian sesuai dengan tujuan penelitan bahwa varaiabel *tangible*, *reability*, *responsivess*, *assurance*, *empathy* secara bersama-sama berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah pada kantor Bank Rakyat Indonesia cabang Bengkulu.

Penelitian lain tentang kepuasan yang dilakukan oleh Transtrianingsih (2001) yang berjudul analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada Bank Muamalat Cabang Solo. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari dimensi *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tangkap), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan Nasabah.

2.8 Kerangka Pemikiran

Langkah awal suatu perusahaan dalam menjalankan operasionalnya, adalah selalu menciptakan atau mencetuskan visi, misi dan tujuan perusahaan, agar dalam pelaksanaan operasionalnya tidak keluar dari jalur dari yang telah ditentukan, dalam mengukur tingkat pelayanan terhadap kepuasan pelanggan maka peneliti melakukan analisis deskriptif, tingkat kesesuaian dan studi kasus dengan variabel kualitatif. Setelah didapatkan didapatkan hasilnya tentang pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan, hasil tersebut akan diajukan sebagai saran untuk PT.BPR NBP Bona Pasogit 14 dalam memperbaiki pelayanan sebagai sarana untuk menciptakan kepuasan nasabah.

Perusahaan hendaknya mencari cara untuk mempertahankan nasabah untuk jangka panjang atas dasar kesetiaan dan kepercayaan nasabah, suatu perusahaan dapat berkembang diperlukan pengelolaan usaha yang baik serta berusaha sebisa mungkin memberikan pelayanan yang nyaman, tantangan yang diberikan oleh suatu perusahaan jasa yaitu masalah jasa dan kepuasan nasabah. Kualitas merupakan sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu kata yang harus bisa dikerjakan dengan baik oleh perusahaan sehingga mampu bersaing dengan baik, untuk mencirikan suatu keunggulan atau sebuah nama yang akan selalu dikenang oleh nasabah dari perusahaan itu sendiri.

Meskipun tidak pengertian kualitas yang diterima secara universal, dari pengertian-pengertian yang ada terdapat beberapa kesamaan yaitu dalam beberapa elemen-elemen berikut ini :

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan
2. Kualitas mencakup produk, jasa, SDM, proses dan lingkungan
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah, misalnya apa yang dianggap berkualitas dimasa yang akan datang

Menurut *American Society Quality Control* dalam Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009:143), Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada pelanggan.

Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk/ kinerja yang merupakan bagian utama dari strategi untuk terus berkembang. Keunggulan suatu produk adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh produk tersebut, sehingga dikenal oleh konsumen banyak. Apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan nasabah

Semakin banyaknya lembaga (perusahaan) yang bergerak di bidang perbankan dan disertai adanya peningkatan taraf hidup masyarakat atau nasabah ingin dilayani lebih baik sesuai dengan apa yang dapat memenuhi keinginannya bagi pemenuh

kebutuhan hidupnya. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan jasa perbankan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh konsumen/nasabah yang banyak dan kemauan untuk mempertahankan konsumen/nasabahnya. perusahaan jasa perbankan harus mempunyai pilihan untuk nasabah agar nasabah puas dengan pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan jasa perbankan.

Dalam hal ini kepuasan pelanggan tidak dapat dihitung tetapi tentunya harus diimbangi dengan adanya kualitas jasa pelayanan yang diberikan maka kualitas pelayanan merupakan prioritas utama dalam mereka menentukan pilihan.

Parasuraman dkk dalam Rabat Lupiyoadi (2013:216), yang melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi dalam empat perusahaan) berusia 25 tahun ke atas, disimpulkan bahwa terdapat lima dimensi SERVQUAL sebagai berikut :

1. 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 si pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (tehnologi) serta penampilan pegawainya.
2. Keandalan (*reability*), 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.
3. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu membentuk persepsi negatif dalam kualitas pelayanan
4. Jaminan dan Kepastian (*assurance*), pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*comunication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*)
5. Empati (*empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan mereka. Hal ini mengharuskan bahwa suatu perusahaan memiliki pengertian dan

pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

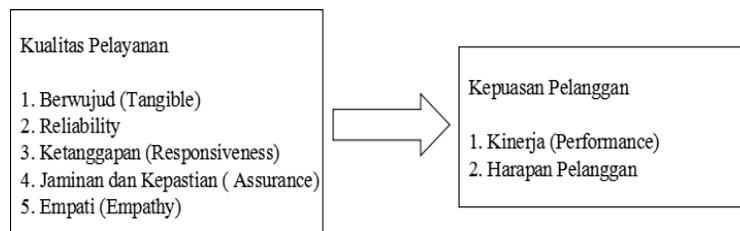
Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan pelanggan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa, sebaliknya apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Indikator yang digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk jasa antara lain menurut Fandy Tjiptono (2015) sebagai kinerja berikut :

Kinerja (*performance*), karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli, membeli kecepatan, konsumsi bahan bakar, jumlah penumpang yang diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi dan sebagainya. Harapan Pelanggan, diyakini mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan, pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan.

Dalam mengevaluasinya, pelanggan/nasabah akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan.

2.8.1 Konstelasi Penelitian

Berdasarkan kerangka pemikiran tersebut, maka paradigma mengenai penelitian dalam penulisan ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Gambar 5
Konstelasi Penelitian

2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara atau jawaban dari identifikasi masalah penelitian yang dilakukan, maka peneliti mengemukakan hipotesis penelitian sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. BPR NBP Bona Pasogit 14 baik
2. Tingkat kepuasan pelanggan atas pelayanan PT. BPR NBP Bona Pasogit 14 baik
3. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan dapat digunakan sebagai acuan PT. BPR NBP Bona Pasogit 14

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang dipergunakan adalah riset Deskriptif Eksploratif dengan metode studi kasus, dengan tujuan penelitian untuk menguraikan secara menyeluruh sifat-sifat dari keadaan mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR NBP Bona Pasogit 14, dan teknik penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah Statistik Kualitatif/Deskriptif.

3.2 Objek, Unit Analisis, dan Lokasi Penelitian

3.2.1 Objek Penelitian

Yang menjadi objek penelitian yang saya lakukan adalah variabel “Kualitas Pelayanan” sebagai variabel bebas (*independen*) dengan indikator : Berwujud (*tangible*), Keandalan (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan dan Kepastian (*assurance*), dan Empati (*empathy*), serta variabel “Kepuasan Pelanggan” sebagai variabel tidak bebas (*dependen*) dengan indikator kinerja dan harapan.

3.2.2 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian yang saya lakukan bersifat Dyads dengan 2 (dua) unit yang diteliti yaitu nasabah PT. BPR NBP Bona Pasogit 14 dengan sumber data yang diperoleh dari hasil kuesioner dan data yang diperoleh dari PT. BPR NBP Bona Pasogit 14

3.2.3 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian ini dilakukan pada PT.BPR NBP Bona Pasogit 14 berlokasi di JL.Raya Serang Balaraja RT 02 RW 02

3.3 Jenis dan Sumber Data Penelitian

3.3.1 Jenis Data Penelitian

Jenis data penelitian yang saya lakukan menggunakan data kualitatif yang diperoleh dari hasil survey bersifat tulisan (penyebaran kuisisioner)

3.3.2 Sumber Data Penelitian

1. Dalam prosedur pengumpulan data pada penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah Data Primer (*Primary data*) dengan melakukan survey yang bersifat tulisan atau penyebaran kuisisioner kepada nasabah yang berada di PT.BPR NBP Bona Pasogit 14
2. Selain menggunakan sumber data primer (*primary data*), penelitian ini juga menggunakan sumber data sekunder (*secondary data*) karena sebagian tipe data diperoleh dari buku sebagai referensi, dan juga jurnal.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Untuk mempermudah proses analisis, maka saya peneliti mengklasifikasi variabel penelitian ke dalam dua kelompok, yaitu:

1. Variabel Independen merupakan variabel yang mempengaruhi variabel dependen, setiap terjadi perubahan terhadap variabel independen maka variabel dependen dapat terpengaruh atas perubahan tersebut.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah kualitas pelayanan.

2. Variabel Dependen merupakan variabel tidak bebas yang keberadaannya dipengaruhi variabel yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas/independen.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah kepuasan pelanggan.

Adapun Operasional variabel dalam penelitian ini dapat dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 3
Operasionalisasi Variabel
Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah
Pada PT BPR NBP Bona Pasogit 14

	Indikator	Ukuran	Skala
Kualitas Pelayanan	<i>Tangible</i> (Berwujud)	1. Gedung PT BPR bersih dan Nyaman 2. Ruang Tunggu yang nyaman 3. Kebersihan dan kerapihan pegawai	Ordinal
	<i>Realibility</i> (Keandalan)	1. Dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat 2. Dapat berkomunikasi baik dengan nasabah 3. Dapat memberikan solusi terhadap keluhan nasabah	Ordinal
	<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	1. Kelengkapan fasilitas informasi terkait prosedur pelayanan 2. Cepat dan tanggap dalam proses pelayanan 3. Pegawai menawarkan bantuan yang dapat diberikan tanpa diminta nasabah	Ordinal
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	1. Keramahan pegawai pada saat berkomunikasi dengan nasabah 2. Pegawai mengerti dan memahami tentang PT. BPR NBP Bona Pasogit 14 yang ditanyakan oleh pelanggan 3. Dapat berperilaku sopan dan santun pada saat melayani nasabah	Ordinal
	<i>Empathy</i> (Empati)	1. Bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan nasabah 2. Pada saat melayani nasabah karyawan memahami keperluan Nasabah	Ordinal

		3. Tingkat perhatian personal terhadap Nasabah	
Kepuasan Nasabah (Y)	Kinerja Harapan	Kinerja (<i>Perceived Performance</i>) > Harapan (<i>Expectation</i>)	Ordinal

3.5 Metode Penarikan Sempel

Metode penarikan sampel pada penelitian yang saya lakukan adalah menggunakan formula slovin yang bertujuan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang ingin diteliti yaitu :

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

Dimana : n = Jumlah Sempel

N = Populasi

e = Margin eror (10%)

$$n = \frac{2.061}{1 + 2.061 (0,01)^2}$$

$$n = 76,3 \rightarrow 100 \text{ responden}$$

Jumlah populasi (N) sebesar 2.061 diperoleh dari Rata-rata perbulan nasabah yang berkunjung ke PT.BPR NBP Bonapasogit 14. Secara statistik maximum eror 0,1 sehingga peneliti membulatkan menjadi 100 responden agar eror kurang dari 0,1.

Metode penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara penarikan sampel dimana elemen populasi tidak memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih untuk menjadi sampel atau *sampling non probability*, dengan metode pemilihan sampel *Convenience Sampling* menentukan pemilihan sampel berdasarkan kemudahan, dirancang untuk melihat fenomena secara mudah dimana sampel atau responden mudah ditemui dan secara kebetulan dijumpai peneliti.

3.6 Metode Pengumpulan Data

Dalam metode pengumpulan data, peneliti mengumpulkan data primer dan data sekunder. Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer diperoleh dengan survey dan observasi. Adapun tekniknya dalam mengumpulkan data primer dengan menyebarkan koesioner dan wawancara.

1. Data Primer

a. Penyebaran Kuesioner

Yaitu dengan menyebar daftar pertanyaan kepada pelanggan/nasabah yang menabung di PT. BPR NBP Bona Pasogit 14 untuk memperoleh informasi tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. BPR NBP Bona Pasogit 14.

b. Wawancara

Wawancara dilakukan dengan mengadakan tanya jawab dengan pihak perusahaan untuk mendapat informasi dan data-data, yaitu proses interaksi dan komunikasi untuk memperoleh data yang diperlukan. Dalam hal ini penulis melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dengan permasalahan peneliti.

2. Data Sekunder

Data Sekunder diperoleh dari studi pustaka, seperti mencari sumber-sumber lain yang bisa mendukung dalam penelitian dengan membaca buku dan mempelajari literature yang berhubungan dengan objek yang diteliti, yang bersumber dari bukuteori, jurnal, laporan perusahaan, sehingga mempunyai landasan teoritis dalam penelitian mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

3.7 Uji Validasi dan Reliabilitas

Uji Validitas dan reliabilitas merupakan uji yang dilakukan terhadap instrumen penelitian untuk mengetahui kelayakan setiap instrumen yang digunakan dalam penelitian. Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Untuk mengukur Validitas dari setiap instrumen pertanyaan digunakan *Analysis Corrected Item-Total Correlation* dengan bantuan SPSS 19 untuk mencari koefisien korelasi dari *Product Moment Pearson* terhadap jawaban 30 responden dengan tingkat signifikansi (α) 10% atau 0,1 sehingga nilai r table yang digunakan adalah $df/dk = 15-2 = 0,440$. Maka, untuk setiap instrumen pertanyaan terhadap kinerja kualitas pelayanan yang diuji akan dinyatakan valid jika r hitung $\geq 0,440$. Sedangkan uji reabilitas suatu alat ukur bertujuan menunjukkan sejauh mana pengukur tersebut tanpa bias (bebas kesalahan) dan arena itu menjamin pengukuran yang konsisten lintas waktu dan lintas beragam item dalam instrumen. Untuk menguji reabilitas terhadap setiap instrument pertanyaan digunakan rumus Alpha Cronbach dengan nilai Alpha batas sebesar 0,440 dan menggunakan bantuan program pengolahan SPSS 19. Agar dapat digunakan sebagai alat ukur suatu instrumen pertanyaan harus memenuhi syarat validasi dan reabilitas.

Tabel 4

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber : Data diolah SPSS 19

Tabel 5
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,923	15

Sumber: Data Diolah SPSS 19

Tabel 6
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	43,0000	27,448	,781	,914
VAR00002	43,0000	28,345	,584	,919
VAR00003	42,9333	27,237	,625	,918
VAR00004	42,8667	26,533	,687	,916
VAR00005	42,9333	27,099	,739	,915
VAR00006	42,9333	26,892	,686	,916
VAR00007	43,2667	27,237	,559	,921
VAR00008	43,2000	27,269	,529	,922
VAR00009	43,0667	27,168	,726	,915
VAR00010	42,7667	28,530	,580	,920
VAR00011	42,8000	26,924	,726	,915
VAR00012	42,8333	27,592	,629	,918
VAR00013	42,8333	27,730	,603	,919
VAR00014	42,8000	28,648	,589	,919
VAR00015	42,7667	27,633	,659	,917

Sumber : Data Diolah SPSS 19

Pada tabel diatas Corrected Item-Total Correlation, nilai tersebut adalah nilai validitas. Sedangkan nilai Cronbach's Alpha if Item Deleted adalah nilai reabilitas. Untuk menilai apakah nilai-nilai diatas valid dan reliable, bandingkan dengan R tabel pada $DF = N-2$ ($30-2$) = 0,3061. Jika nilai Corrected Item- Total Correlation > R tabel (0,3061) maka butir pertanyaan dinyatakan valid sebaliknya jika < R tabel (0,3061) maka butir pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Pada tabel Cronbach's Alpha If Item Deleted, apabila nilai Cronbach's Alpha if Item Deleted > R tabel maka butir pertanyaan bisa dinyatakan reliabel dan apabila nilai Cronbach's Alpha If Item Deleted < R tabel maka butir pertanyaan tidak reliabel.

Tabel 7
Hasil Pengujian Validitas dan Reabilitas

No	Kode Pertanyaan	Uji Validitas	Uji Reabilitas
1	VAR00001	Valid	Reliabel
2	VAR00002	Valid	Reliabel
3	VAR00003	Valid	Reliabel
4	VAR00004	Valid	Reliabel
5	VAR00005	Valid	Reliabel
6	VAR00006	Valid	Reliabel
7	VAR00007	Valid	Reliabel
8	VAR00008	Valid	Reliabel
9	VAR00009	Valid	Reliabel
10	VAR00010	Valid	Reliabel
11	VAR00011	Valid	Reliabel
12	VAR00012	Valid	Reliabel
13	VAR00013	Valid	Reliabel
14	VAR00014	Valid	Reliabel
15	VAR00015	Valid	Reliabel

Sumber: Data Diolah SPSS 19

Setelah melakukan uji validitas dan reabilitas terhadap 15 butir pertanyaan dengan menggunakan spss 19, semua butir pertanyaan layak dijadikan kuisioner dalam penelitian ini akan disebar kepada 100 Responden PT. BPR NBP Bonapasogit 14.

3.8 Metode Pengolahan/ Analisis Data

Metode analisis yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Analisis Deskriptif Eksploratif

Dalam analisis data penelitian yang dilakukan peneliti menggunakan analisis pada jenis penelitian deskriptif eksploratif dengan metode studi kasus, yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul mengenai penerapan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT BPR NBP Bona Pasogit 14. Pengukurannya adalah dengan skala *linkert* yang dirancang untuk memungkinkan pelanggan menjawab dalam berbagai tindakan pada setiap butir yang menguraikan pelayanan produk. Kategori yang digunakan oleh skala *linkert* berupa analisis tingkat kepentingan dan kinerja dengan lima kategori berikut :

Sangat penting/sangat puas	4
Penting/puas	3
Tidak penting/tidak puas	2
Sangat tidak penting/sangat tidak puas	1

Rumus Tanggapan Responden

$$\frac{\text{Skor Total Jawaban Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100\%$$

Keterangan :

- a) Skor actual adalah skor jawaban yang diperoleh dari seluruh responden atas kuisisioner yang telah diajukan
 - b) Skor ideal adalah skor maximum atau skor tertinggi yang mungkin diperoleh jika semua responden memilih dengan skor tinggi.
2. Tingkat kesesuaian, bertujuan untuk mengetahui tingkat kesesuaian antara skor tingkat kinerja atau pelaksanaan dengan skor tingkat kepentingan atau harapan pelanggan.

Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$T_{ki} = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Dimana : T_{ki} = Tingkat Kesesuaian Responden

X_i = Skor Penilaian kinerja perusahaan, kualitas pelayanan atau indikator-indikator kepuasan pelanggan yang diberikan oleh PT BPR NBP Bona Pasogit 14

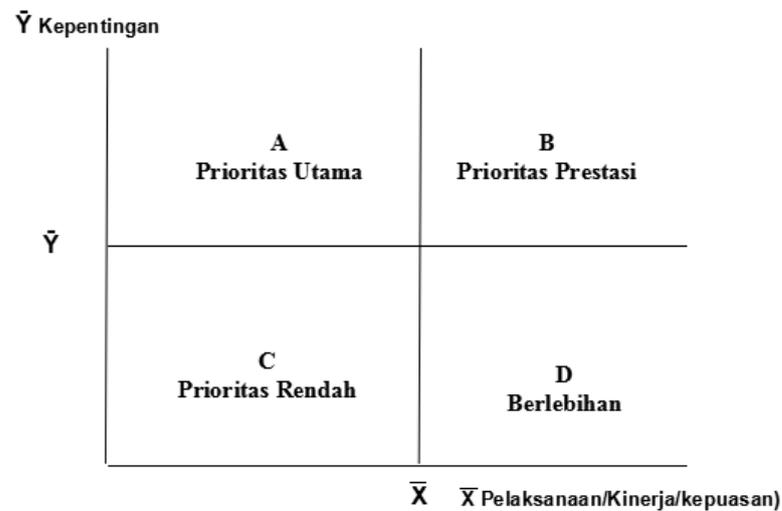
Y_i = Skor penilaian kepuasan atau harapan pelanggan akan indikator-indikator kepuasan pelanggan yang diberikan PT BPR NBP Bona Pasogit 14

3. *Importance Performance Analysis (IPA) / Diagram Kartesius*

Importance Performance Analysis (IPA) / Diagram Kartesius merupakan suatu bangunan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik (\bar{X}, \bar{Y}) , dimana \bar{X} merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan nasabah seluruh faktor atribut dan \bar{Y} adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, selanjutnya ada K faktor dimana K merupakan banyaknya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{k} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{k}$$

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram kartesius seperti pada gambar di bawah ini:



Keterangan :

- a. Kuadran A menunjukkan, bahwa faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa atau kualitas pelayanan yang dianggap sangat penting bagi nasabah, akan tetapi pihak perusahaan belum melaksanakan sesuai dengan keinginan pelanggan/nasabah, sehingga menimbulkan kekecewaan rasa tidak puas.
- b. Kuadran B menunjukkan, bahwa unsur-unsur jasa atau kualitas pelayanan pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, dianggap sangat penting dan sangat memuaskan oleh pelanggan/nasabah maka kewajiban dari perusahaan adalah mempertahankan kinerja.
- c. Kuadran C menunjukkan, bahwa beberapa faktor yang memang dianggap kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan/nasabah, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.
- d. Kuadran D menunjukkan, bahwa faktor yang mempengaruhi pelanggan/nasabah kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah dan Perkembangan PT. BPR NBP Bonapasogit 14

PT. BPR NBP 14 merupakan salah satu perusahaan grup BPR NBP. Dimana grup BPR NBP ini memiliki 33 grup BPR di Indonesia. BPR NBP ini tersebar tidak hanya ada di pulau Jawa namun ada juga di Sumatra. Di Sumatra sendiri BPR NBP memiliki 21 Grup NBP dan di Jawa sendiri ada 12 Grup BPR NBP. Dan salah satu grup dari BPR NBP yang ada di pulau Jawa ini adalah BPR NBP 14.

PT. BPR NBP 14 Berdiri 19 September 1994. PT. BPR NBP 14 memiliki 1 Kantor Pusat (Caringin), 3 Kantor Cabang (Bogor, Balaraja, Dramaga), 3 Kantor kas (Citeureup, Cibogo, Tugu Kujang).

PT. BPR NBP 14 Cabang Balaraja berdiri 26 Januari 2011. PT. BPR NBP 14 Cabang Balaraja ini berlokasi JL. Raya Serang-Balaraja, RT 02 RW 02 Kec. Balaraja, Kab Tangerang.

4.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan PT. BPR NBP Bonapasogit 14

VISI

“ MENJADI BPR TERBAIK DAN MITRA USAHA TERPERCAYA”

MISI

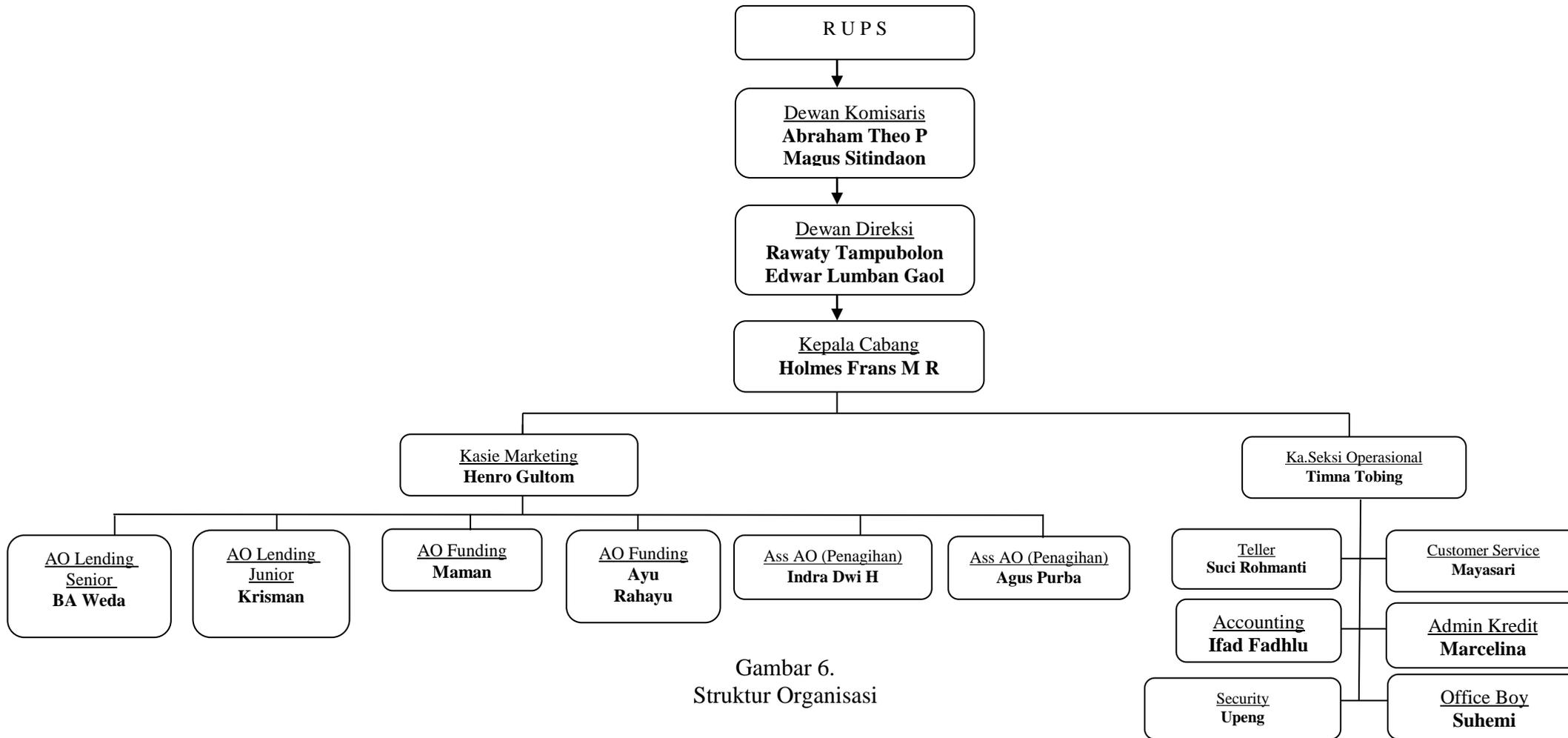
1. Menciptakan produk-produk perbankan yang mampu memenuhi keinginan dan kebutuhan masyarakat.
2. Menciptakan BPR yang Sehat dan Aman
3. Senantiasa melayani kebutuhan nasabah dengan ramah, antusias, cepat dan akurat.
4. Menciptakan keamanan dan kenyamanan dan keamanan dalam bertransaksi dengan ditunjang oleh tehnologi.
5. Menciptakan tenaga profesional yang senantiasa meningkatkan kualitas kerja.

TUJUAN

Menumbuhkembangkan Lembaga Perbankan Khususnya BPR secara dinamis dan transparan dengan memberikan manfaat serta keuntungan yang optimal kepada semua pihak (Stakeholder).

4.1.3 Struktur Organisasi

STRUKTUR ORGANISASI PT. BPR NBP 14 KANTOR CABANG BALARAJA



Gambar 6.
Struktur Organisasi

4.1.4 Uraian Tugas

A. Kepala Cabang

1. Menggunakan sumber materi dan sumber daya manusia yang tersedia secara efektif dan efisien dalam rangka melaksanakan kegiatan operasional PT. BPR NBP 14
2. Mengajukan usul kepada Direksi mengenai keperluan penambahan pegawai dan lain-lain hal yang berhubungan dengan usaha memajukan perusahaan maupun kesulitan-kesulitan yang dihadapi.
3. Mampu menilai prestasi kerja dan mengusulkan promosi pegawai Cabang kepada Direksi Perusahaan
4. Menyampaikan laporan-laporan bulanan kepada direksi Perusahaan mengenai pelaksanaan kegiatan usaha Cabang pada wilayah kerjanya.
5. Memimpin penyusunan usulan anggaran Cabang dan mengajukan kepada Panitia Anggaran Direksi
6. Bertindak atas nama Perusahaan untuk wilayah kerja Cabang yang dipimpinnya dalam urusan dengan pihak ketiga sesuai dengan wewenang dan tugas yang diberikan Direksi.
7. Melaksanakan tugas-tugas lain sebagaimana ditentukan Direksi
8. Mengadakan koordinasi yang baik dengan Team Operasional dan Team Marketing dalam pelaksanaan tugas-tugas yang prinsipil.
9. Menyusun rencana kerja sesuai dengan program kerja Perusahaan.
10. Mendistribusikan dan memberikan petunjuk pelaksanaan tugas kepada bawahan.
11. Membina dan memotivasi bawahan dalam rangka peningkatan produktifitas dan pengembangan kegiatan di wilayah kerjanya.
12. Senantiasa mengupayakan suasana kerja yang harmonis.
13. Mempertimbangkan dan menyetujui atau tidak menyetujui permohonan Cuti Pegawai.
14. Mengawasi dan mengkoordinasikan kegiatan teknik dan non teknik dalam melayani masyarakat baik pelanggan maupun calon pelanggan.
15. Mengawasi penerimaan uang, pengambilan uang di rekening ABA serta rekening buku ABA.
16. Menyetujui permintaan barang dan alat tulis kantor ke Pusat sesuai kebutuhan operasional cabang dan sesuai dengan wewenang Kepala Cabang.
17. Mengawasi dan mengevaluasi pemakaian barang serta alat tulis kantor yang menjadi tanggung jawab di Cabang.
18. Membuat dan mengajukan ke Direksi kebutuhan anggaran bulanan untuk operasional kedepan yang merupakan bagian dari anggaran.
19. Mengevaluasi Rekening Tunggal maupun perbaikan Rekening dan melaporkan pada Direksi.
20. Dalam hal menentukan kebijakan perusahaan Kepala Cabang hanya memberi masukan/ input pada Direksi.
21. Melaksanakan rapat staf minimal 2 kali dalam sebulan untuk mengevaluasi pelaksanaan tugas serta mencari solusi pemecahan masalah yang dihadapi. Setiap rapat dibuatkan rapat Notulen.
22. Memelihara hubungan kerja yang baik dengan semua pihak yang ada hubungannya dengan Cabang baik intern maupun ekstern.

23. Menyampaikan saran dan pertimbangan tentang kegiatan tugas kepada atasan (Direksi)
24. Melaksanakan tugas-tugas kedinasan lain sebagaimana yang ditetapkan oleh atasan (Direksi) sesuai bidangnya.

B. Kepala Seksi Operasional

1. Membuka dan menutup Kas setiap hari
2. Memeriksa kebenaran saldo pada saat pembukaan maupun penutupan kas.
3. Bertanggung jawab atas pelaksanaan operasional harian yang meliputi Transaksi Tabungan, Deposito, Kredit, umum dan SDM
4. Melaksanakan verifikasi, pengawasan secara rutin yang menyangkut semua kegiatan operasional BPR
5. Memeriksa kelengkapan berkas-berkas realisasi kredit
6. Memeriksa slip angsuran, slip tabungan, slip pemindahbukuan dan tiket debit/ kredit secara harian (H+1)
7. Melaksanakan stock opname atas persediaan Uang Tunai Teller, Khasanah dan Bank, Persediaan Percetakan dan ATK
8. Memeriksa kelancaran pembayaran bunga deposito tepat waktu
9. Memeriksa kelengkapan laporan ke Bank Indonesia dan PT. NBP setiap bulannya
10. Memeriksa kelengkapan laporan pajak setiap bulannya
11. Memeriksa kelengkapan Laporan Simpanan Pihak Ketiga (Bulanan dan Triwulan), Laporan Kredit (Bulanan, Triwulan dan Tahunan)
12. Memeriksa kelengkapan laporan Peserta Asuransi, Pembayaran gaji setiap bulannya
13. Memeriksa dan memverifikasi Laporan Transaksi Harian, Laporan Bulanan dan Laporan Tahunan
14. Memeriksa kelancaran pengoperasian Network Banking Program (NBP Sys), dengan memeriksa laporan Neraca, Laba Rugi, Comparasi Saldo, NPL, Laporan Mutasi Tabungan, Laporan Mutasi Kredit
15. Membina sumber daya yang ada pada bagian operasional
16. Bekerjasama dengan bawahan, rekan kerja dan menjamin suasana kerja yang baik, disiplin, tertib, bersih, rapi dan sopan sehingga tercipta suasana kerja yang menyenangkan .
17. Selalu meningkatkan diri dalam ketrampilan dan pengetahuan yang berhubungan dengan bidang pekerjaannya.

C. AO (Account Officer)

1. Melakukan pemasaran produk dan jasa Bank (Promosi).
2. Melakukan solisitasi (pencarian nasabah baru) dengan terencana untuk meningkatkan penyaluran kredit .
3. Menyertorkan ke Teller atas hasil tagihan angsuran dan membuat daftar angsurannya setiap hari.
4. Melakukan survey lapangan, analisis dan menyusun laporan hasil pemeriksaan atau survey lapangan atas permohonan kredit yang diproses.
5. Melaksanakan peninjauan On the Spot terhadap jaminan, tempat tinggal dan usaha secara benar dan akurat.

6. Menyusun daftar debitur yang akan dikunjungi dan melaksanakan kunjungan terhadap debitur dan membuat laporan kunjungan debitur (Progress Report) serta melaporkan hasil kunjungan tersebut kepada Kepala Cabang .
7. Melakukan monitoring dan pembinaan terhadap debitur secara rutin .
8. Menyerahkan berkas-berkas calon debitur kepada Kepala Cabang untuk diperiksa kembali kelengkapannya sehingga dapat diproses.
9. Melakukan monitoring terhadap debitur bermasalah yang telah ditugaskan oleh Kepala Cabang serta membuat laporannya secara tertulis.
10. Berusaha untuk mencapai target-target yang dibebankan oleh perusahaan.
11. Membuat laporan hasil-hasil target dan menyusun daftar debitur sesuai dengan kolektibilitas kredit setiap akhir bulan dan melaporkan kepada Kepala Cabang.
12. Bekerjasama dengan sesama rekan kerja yang lain dan menjamin suasana kerja yang baik, disiplin, tertib, bersih, rapi dan sopan sehingga tercipta suasana kerja yang menyenangkan.
13. Selalu meningkatkan diri dalam keterampilan dan pengetahuan yang berhubungan dengan bidang pekerjaannya.

D. Teller

1. Melayani setiap orang dalam hal pengambilan uang tunai setelah diadakan pemeriksaan seperlunya dapat membayar langsung bila masih dalam batas wewenangnya atau meminta persetujuan atasannya dahulu bila melewati batas wewenangnya.
2. Melayani setiap orang dalam hal penyetoran uang tunai baik untuk tabungan, deposito maupun penerimaan uang lainnya.
3. Memeriksa dan menghitung secara tepat dan benar setiap penerimaan fisik uang tunai tanpa mengabaikan segi pelayanan kepada nasabah maupun bukan nasabah.
4. Menghitung dengan benar baik jumlah fisik uang dengan nominal yang akan dibayarkan baik untuk penarikan tabungan maupun realisasi kredit.
5. Menandatangani setiap bukti penerimaan dan pengeluaran uang tunai .
6. Menatausahakan aliran kas masuk dan keluar setiap hari dan mencocokkan mutasi hari itu serta melaporkan pada bagian pembukuan.
7. Mencatat sisa kas akhir hari dan mencocokkan dengan fisiknya kemudian melaporkannya kepada akuntansi untuk kas opname.
8. Memberikan data / informasi yang benar kepada atasan.
9. Menyimpan kembali uang tunai akhir hari ke dalam brankas.
10. Bekerjasama dengan sesama rekan kerja dan menjamin suasana kerja yang baik, disiplin, tertib, bersih, rapi dan sopan sehingga tercipta suasana kerja yang menyenangkan.
11. Selalu meningkatkan diri dalam ketrampilan dan pengetahuan yang berhubungan dengan bidang pekerjaannya.
12. Mengeluarkan uang dari kas khusus utama, melakukan pencatatan setiap transaksi pada mutasi kas.
13. Melakukan pembayaran untuk penarikan tunai tabungan.
14. Melakukan pembayaran atas realisasi kredit

E. Akuntansi (Pembukuan)

1. Menerima, mengklasifikasi dan memeriksa semua bukti-bukti transaksi yang masuk dari setiap bagian/seksi.
2. Melengkapi data yang kurang atau memeriksa kelengkapan dari bukti pembukuan yang ada.
3. Memeriksa kebenaran kode perkiraan dan memindahkan seluruh bukti-bukti pembukuan ke dalam buku besarnya masing-masing serta memeriksa saldo perkiraan buku besar tersebut berdasarkan bukti-bukti pembukuan dan atas saldo tersebut bagian pembukuan menyusun neraca akhir hari (harian).
4. Memelihara dan menyusun bukti-bukti pembukuan secara kronologis sesuai dengan kode-kode pembukuan yang telah ditetapkan oleh Bank, agar mudah mencarinya apabila diperlukan.
5. Menyusun laporan Neraca dan R/L bulanan dan mengirimkannya untuk Komisaris dan Bank Indonesia.
6. Mengawasi dan memeriksa perhitungan dan pembebanan bunga tabungan, deposito, atau bunga kredit sesuai dengan suku bunga yang ditentukan.
7. Mengontrol transaksi dan menyusun daftar tentang tanah, gedung, inventaris dan kendaraan dan menghitung serta menyusun daftar penghapusan dan penyusutannya.
8. Memberikan data dan informasi yang benar kepada atasan.
9. Memonitor dan melaporkan perkembangan keuangan bank setiap hari, minggu atau bulan kepada Kepala Cabang (sesuai kebutuhan) .
10. Bekerjasama dengan sesama rekan kerja dan menjamin suasana kerja yang baik, disiplin, tertib, bersih, rapi dan sopan sehingga tercipta suasana kerja yang menyenangkan.
11. Selalu meningkatkan diri dalam keterampilan dan pengetahuan yang berhubungan dengan bidang pekerjaannya.

F. Ass. Marketing (Pemasaran Kredit)

1. Melakukan pemasaran produk dan jasa Bank (Promosi).
2. Melakukan solisitasi (pencarian nasabah baru) dengan terencana untuk meningkatkan penyaluran kredit .
3. Melakukan survey lapangan, analisis dan menyusun laporan hasil pemeriksaan atau survey lapangan atas permohonan kredit yang diproses.
4. Melaksanakan peninjauan On the Spot terhadap jaminan, tempat tinggal dan usaha secara benar dan akurat bersama dengan AO
5. Menyusun daftar debitur yang akan dikunjungi dan melaksanakan kunjungan terhadap debitur dan membuat laporan kunjungan debitur (Progress Report) serta melaporkan hasil kunjungan tersebut kepada Account Officer
6. Melakukan monitoring dan pembinaan terhadap debitur secara rutin.
7. Menyerahkan berkas-berkas calon debitur kepada Account Officer untuk diperiksa kembali kelengkapannya sehingga dapat diproses.
8. Melakukan monitoring terhadap debitur bermasalah yang telah ditugaskan oleh Account Officer serta membuat laporannya secara tertulis.
9. Berusaha untuk mencapai target-target yang dibebankan oleh perusahaan.

10. Membuat laporan hasil-hasil target dan menyusun daftar debitur sesuai dengan kolektibilitas kredit setiap akhir bulan dan melaporkan kepada Account Officer. Marketing.
11. Bekerjasama dengan sesama rekan kerja yang lain dan menjamin suasana kerja yang baik, disiplin, tertib, bersih, rapi dan sopan sehingga tercipta suasana kerja yang menyenangkan.
12. Selalu meningkatkan diri dalam keterampilan dan pengetahuan yang berhubungan dengan bidang pekerjaannya.

G. Asisten Marketing (Pemasaran Tabungan)

1. Menangani pemasaran produk-produk bank khususnya Tabungan dan Deposito.
2. Melaksanakan penagihan tabungan (door to door) setiap hari ke pasar-pasar, rumah-rumah, kios, warung , dll .
3. Menyetorkan ke Teller atas hasil tagihan setoran tabungan, kemudian membuat daftar penerimaan tabungan serta melaporkan kepada atasannya.
4. Mencari, melayani dan memberikan penjelasan kepada calon nasabah tentang prosedur penyimpanan tabungan dan deposito serta keuntungan yang akan diperoleh.
5. Melayani dan menerima para nasabah / calon nasabah yang membutuhkan / yang akan mengajukan permohonan tabungan serta mewawancarai mereka sehingga dapat diusulkan jenis tabungan yang sesuai dengan kebutuhannya.
6. Membantu dan membimbing calon nasabah dalam melengkapi persyaratan atau mengisi formulir permohonan tabungan dan deposito.
7. Memeriksa kembali aplikasi permohonan tabungan dan deposito yang telah diisi oleh calon nasabah .
8. Menyerahkan berkas-berkas permohonan tabungan dan deposito kepada Customer Service untuk diproses lebih lanjut.
9. Menerima dan melayani nasabah
10. yang memerlukan keterangan atau penjelasan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan kredit .
11. Memberikan data/informasi yang benar kepada atasan.
12. Bekerjasama dengan sesama rekan kerja yang lain dan menjamin suasana kerja yang baik, disiplin, tertib, bersih, rapi dan sopan sehingga tercipta suasana kerja yang menyenangkan.
13. Selalu meningkatkan diri dalam ketrampilan dan pengetahuan yang berhubungan dengan bidang pekerjaannya.

H. Customer Service

1. Melayani dan menerima nasabah atau calon nasabah yang akan menyimpan dana/menggunakan jasa Bank lainnya dengan menjelaskan produk-produk yang ada serta mengusulkan jenis produk yang mana yang dirasakan cocok dengan kebutuhan calon nasabah tersebut .
2. Melayani nasabah yang akan membuka rekening tabungan, deposito dan permohonan kredit dengan memberikan bantuan dalam pengisian formulir yang disediakan dan melengkapi dengan syarat-syarat yang dibutuhkan.

3. Memberikan informasi yang dibutuhkan, baik kepada nasabah maupun calon nasabah, yang menyangkut jasa-jasa atau produk-produk perbankan yang ada atau hanya sekedar informasi biasa.
4. Menyimpan dan menatausahakan dengan rapi semua berkas formulir dan file nasabah lainnya.
5. Menampung dan melayani keluhan nasabah yang berhubungan dengan pelayanan dan transaksi bidang operasional dan menyampaikannya kepada atasan untuk mendapat perhatian.
6. Bekerjasama dengan sesama rekan kerja yang lain dan menjamin suasana kerja yang baik, disiplin, tertib, bersih, rapi dan sopan sehingga tercipta suasana kerja yang menyenangkan.
7. Selalu meningkatkan diri dalam ketrampilan dan pengetahuan yang berhubungan dengan bidang pekerjaannya.
8. Menginput data debitur secara benar dan akurat ke dalam komputer sesuai system.

I. Remedial

1. Menghadapi pengaduan nasabah dan membantu menyelesaikan permasalahan nasabah yang hadir di kantor maupun diluar kantor dalam kaitan dengan tugas Remedial
2. Melakukan analisa awal terhadap data tunggakan 1 (satu) dari AO (Account Officer) dan analisa Assisten Account Officer
3. Melakukan analisa kekurangan atau kelebihan Assisten Account Officer atas penugasan dan penyampaian SP dibawah tunggakan 1 (satu).
4. Melakukan stock opname barang tarikan (AYDA/Non AYDA) dan melaporkan hasilnya kepada Kepala Cabang.
5. Menandatangani memo AYDA, memo pemberitahuan intern, dan usulan penanganan dikembalikan kepada Account Officer.
6. Melakukan tindakan-tindakan atas nama perusahaan yang bersifat legal practice
7. Membuat laporan hasil penanganan Remedial kepada Kepala Cabang.
8. Melaksanakan Tugas di seluruh wilayah kerja.
9. Memfollow up Debitur-Debitur yang telah membuat janji.
10. Berkoordinasi dengan bagian-bagian terkait dalam menunjang pelaksanaan aktivitasnya.
11. Bertanggung jawab atas terlaksananya kegiatan penagihan yang ditugaskan secara tepat waktu di wilayahnya.
12. Menyiapkan administrasi yang diperlukan dalam penagihan harian.
13. Menerima uang angsuran, denda dan biaya tagih dari Debitur dengan memberikan Bukti Slip Tabungan sebagai bukti penerimaan.
14. Menyetorkan hasil tagihan ke Kasir/Teller tepat waktu pada sore hari atau maksimal keesokkan harinya.
15. Mempersiapkan SP (Surat Peringatan) untuk tunggakan dibawah 1 (satu) bulan kepada Assisten AO.

16. Melakukan verifikasi/rekondisi terhadap Kendaraan tarikan yang berhasil ditarik atau diamankan.
17. Mengunjungi Debitur yang menunggak untuk melakukan penagihan atau pengamanan ataupun penarikan unit kendaraan.
18. Membuat Surat penarikan kepada nasabah yang menunggak
19. Melakukan kontrol dan review terhadap nasabah yang menunggak.
20. Menandatangani memo AYDA, memo pemberitahuan intern, dan usulan kepada Kepala cabang
21. Mempersiapkan administrasi untuk tugas Remedial Officer dalam melakukan penarikan unit dan pengamanan jaminan.
22. Melakukan verifikasi/Rekondisi terhadap Kendaraan tarikan yang berhasil ditarik

J. Office Boy

1. Wajib datang ke kantor paling lama pukul 07.45 WIB setiap hari kerja kecuali hari senin pukul 07.15 WIB dan jam istirahat setiap hari adalah Pukul 12.00 – 13.00 WIB.
2. Pagi hari sebelum bekerja maka wajib mempersiapkan peralatan pembersih lantai, kaca dan peralatan didalam dan luar gedung.
3. Lakukan pembersihan semua lokasi parkir.
4. Bersihkan kaca dengan cairan pembersih kaca + pembersih kaca
5. Periksa, bersihkan dan rapikan posisi peralatan luar gedung dan di dalam gedung.
6. Periksa peralatan kerja dan pastikan bekerja dengan baik.
7. Kalau ada yang kurang berfungsi/ rusak, laporkan segera pada pimpinan/ Kasie Operasional.
8. Bersikap yang sopan terhadap nasabah dan karyawan.
9. Periksa kamar mandi, rapikan dan pastikan semua peralatan di kamar mandi berfungsi dengan baik.
10. Tidak merokok selama bertugas.
11. Pada sore hari sebelum tutup kantor, membersihkan semua peralatan kantor yang ada serta memeriksa apakah ada yang kurang.
12. Melakukan tugas kebersihan kantor setiap hari antara lain ruangan Kepala Cabang, ruangan akuntansi, ruangan teller, ruangan Customer Service, ruangan Admin Kredit, ruangan rapat, kamar mandi /WC, dapur, halaman kantor dll.
13. Membersihkan ruang tunggu / nasabah setiap saat.
14. Membersihkan inventaris kantor antara lain meja, kursi, lemari, computer, telepon, meja counter, dll.
15. Menyediakan air minum serta melayani setiap karyawan terutama Kepala Cabang.
16. Merawat, memperbaiki kantor atau inventaris kantor apabila ada kerusakan sesuai instruksi atasan.
17. Harus berada di kantor selama jam kerja.
18. Melaksanakan instruksi maupun tugas lain yang diberikan atasannya atau atas permintaan karyawan

K. Elektronik Data Processing (EDP)

3. Mempersiapkan operasional system, jaringan komputer pada pagi hari
4. Menonaktifkan operasional system, jaringan komputer pada akhir hari
5. Menatausahakan Back up Data :
 - a. EOD (End Of Day)
 - b. EOM (End Of Month)
 - c. EOY (End Of Year)
6. Mencetak dan menatausahakan laporan yang berhubungan dengan EOD, EOM dan EOY (Softcopy dan Hardcopy)
7. Memberikan supprt atas operasional system yang berlaku
8. Menatausahakan pelaksanaan transaksi harian kas kecil
9. Menatausahakan pelaksanaan pemeliharaan Sarana dan Prasarana perusahaan

L. IC Supv

1. Bertanggung jawab atas pelaksanaan pengendalian internal perusahaan sesuai dengan peraturan dan ketentuan yang berlaku.
2. Melaksanakan verifikasi, pengawasan atas pelaksanaan operasional perusahaan yang meliputi transaksi operasional dan tranksasi kredit
3. Verifikasi keabsahan dan kewajaran transaksi di bagian Oprl yang meliputi unit kerja teller, Customer sservice, administrasi kredit, EDP.
4. Verifikasi keabsahan transaksi di bagian kredit yang meliputi unit kerja Credit Support, account officer dan koordinasi kolektor.
5. Verifikasi terhadap pelaksanaan operasional di bagian remedial.
6. Membuat laporan hasil pelaksanaan operasional internal control yang meliputi laporan ZDP, Temuan atas penyimpangan yang terjadi sebagai pelaksanaan pengendalian internal perusahaan untuk dilakukan perbaikan berdasarkan hasil temuan tersebut.
7. Membuat laporan rutin operasional perusahaan, sesuai dengan rencana kerja perusahaan yang telah ditetapkan.
8. Melakukan koordinasi dengan pihak terkait dalam hal pelaksanaan fungsi pengendalian intern antara lain dengan Akunting Publik, Bank Indonesia dan pengawasan intern NBP.
9. Melakukan rapat koordinasi dan evaluasi dengan Kabag operasional, Kabag Marketing, Kabag Remedial minimal satu kali dalam satu bulan..
10. Melaksanakan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh Direksi.

M. Administrasi

1. Memeriksa seluruh kelengkapan dan persyaratan administrasi kredit calon debitur yang masuk baik dari koordinator maupun marketing untuk dapat diproses lebih lanjut.
2. Mengetik secara lengkap surat perjanjian kredit dan menyusun dengan rapi sebelum diatur penandatangananannya.
3. Melaksanakan realisasi kredit dari permohonan yang telah disetujui dan dilengkapi dengan berkas-berkas yang disyaratkan.
4. Menyusun, menyimpan dan memelihara (menatausahakan) file-file kredit dengan rapi dan aman sehingga memudahkan pencarian apabila dibutuhkan.
5. Membuat kuitansi angsuran pembayaran pinjaman debitur dan mencatat setiap pembayaran angsuran ke dalam kartu pinjaman nasabah kemudian

menginput data pembayaran angsuran atau realisasi kredit tersebut ke kartu rekening debitur ke dalam Computer sesuai dengan kuitansi pembayaran angsuran atau berkas realisasi kredit.

6. Membuat laporan penerimaan angsuran kredit dan laporan penyaluran kredit setiap hari dan melaporkannya kepada Kepala Bagian Operasional .
7. Membuat surat pemberitahuan tunggakan kepada nasabah .
8. Menyusun laporan ke BI dalam hal laporan nominatif kredit, daftar kolektibilitas kredit setiap akhir bulan.
9. Melaporkan perkembangan kredit kepada Kepala Bagian Operasional dan Kepala Bagian Marketing.
10. Membantu Kepala Bagian Operasional dalam hal menghitung Bunga Pinjaman, PPAP dan TKS.
11. Bekerjasama dengan sesama rekan kerja yang lain dan menjamin suasana kerja yang baik, disiplin, tertib, bersih, rapi dan sopan sehingga tercipta suasana kerja yang menyenangkan.
12. Selalu meningkatkan diri dalam ketrampilan dan pengetahuan yang berhubungan dengan bidang pekerjaannya.

N. Kepala Bagian Marketing

1. Melaksanakan kegiatan perkreditan sesuai dengan petunjuk dan tata cara yang telah ditetapkan oleh Bank, perihal semua ketentuan hukum, peraturan dan kebijaksanaan yang dikeluarkan pemerintah melalui Bank Indonesia.
2. Melakukan verifikasi dan evaluasi atas setiap kelengkapan berkas penyaluran kredit .
3. Membuat laporan kepada Direksi tentang keadaan dan perkembangan kredit serta kredit bermasalah .
4. Membuatkan target untuk Koordinator, Marketing/Account officer serta Kolektor .
5. Melaporkan perkembangan pos-pos pelayanan yang telah berjalan serta mencari lokasi-lokasi baru yang dapat dijadikan sebagai pos pelayanan .
6. Mengetahui dan mengawasi (me monitor) setiap pekerjaan bawahannya .
7. Mendidik bawahannya agar dapat berdayaguna, berhasil guna dan mempunyai loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan .
8. Mengadakan komite kredit yang terdiri dari Direksi, Kabag. Marketing, Kabag. Operasional .
9. Membantu Direksi untuk menyusun program kerja dan anggaran khususnya dibidang penghimpunan dan penyaluran dana.
10. Melakukan briefing/pertemuan bersama-sama dengan A/O, Marketing, Asisten Marketing, Colektor untuk membahas kinerja seluruh marketing .
11. Bekerjasama dengan bawahan, rekan kerja dan menjamin suasana kerja yang baik, disiplin, tertib, bersih, rapi dan sopan sehingga tercipta suasana kerja yang menyenangkan.
12. Selalu meningkatkan diri dalam ketrampilan dan pengetahuan yang berhubungan dengan bidang pekerjaannya.

O. Satpam (Security)

1. Melakukan tugas jaga untuk mengamankan lokasi kantor/bank termasuk direktur, karyawan dan harta benda (asset) perusahaan setiap hari.

2. Membuat laporan hasil pengawasan (laporan harian) kepada atasan setiap hari.
3. Memonitor kehadiran karyawan (jam masuk dan jam pulang) dan mencatat hal-hal lain tentang karyawan yang dipandang perlu setiap hari.
4. Setelah karyawan dan Direksi pulang, wajib memeriksa setiap ruangan untuk memastikan bahwa listrik (lampu), air sudah dimatikan, pintu dan jendela sudah dikunci (aman).
5. Mengawasi atau memonitor kehadiran setiap orang yang masuk kantor dengan menanyakan identitas, maksud dan tujuannya serta mencatatnya dalam laporan harian.
6. Menjaga hubungan yang baik dengan nasabah, karyawan dan tetangga.
7. Menjaga kebersihan kantor (ruang tunggu dan halaman).
8. Jujur, rapi dan berlaku sopan terhadap setiap orang.
9. Melakukan tugas-tugas lain sesuai kebutuhan atau perintah atasan.
10. Bekerjasama dengan sesama rekan kerja yang lain dan menjamin suasana kerja yang baik, disiplin, tertib, bersih, rapi dan sopan sehingga tercipta suasana kerja yang menyenangkan.
11. Turut menjaga citra dan nama baik bank dan memegang teguh rahasia bank sesuai dengan peraturan perundang- undangan yang berlaku

P. Bagian Umum & Personalia / Sekretaris Direksi

- 1 Mengetik, menerima, mengirim dan mengarsip surat – surat dinas yang berhubungan dengan perusahaan.
- 2 Menerima, melayani, mengidentifikasi pennelepon yang ingin berbicara kepada Direksi.
- 3 Mengatur penerimaan tamu-tamu direksi.
- 4 Mempersiapkan pertemuan, rapat serta acara-acara lain pada perusahaan termasuk membuat undangan rapat ke setiap peserta, sekaligus memberitahukan hari, tanggal, agenda rapat dan tempat berlangsungnya rapat.
- 5 Membuat Notulen/Risalah Rapat bagian operasional.
- 6 Membantu tugas-tugas Direksi dalam hal penerimaan karyawan dan keputusan hubungan kerja baik karena ketentuan perusahaan maupun atas permintaan yang bersangkutan (bidang personalia) .
- 7 Mengajukan kenaikan gaji karyawan,sesuai masukkan dari masing masing kepala bagian dan kontrak kerja karyawan tidak tetap kepada direksi sesuai dengan ketentuan dan peraturan kepegawaian yang berlaku.
- 8 Menyimpan dan memelihara dokumen-dokumen penting perseroan termasuk dokumen-dokumen pegawai .
- 9 Memelihara dan memonitor absensi karyawan.
- 10 Melaksanakan pembayaran gaji karyawan atas instruksi Direksi.
- 11 Menyiapkan dan mengurus fasilitas direktur dan karyawan yang berlaku di perusahaan tersebut termasuk mengurus segala persiapan yang diperlukan untuk perjalanan dinas.
- 12 Mengatur dan menyusun hak cuti seluruh karyawan / pegawai.
- 13 Mengurus pembayaran/pelaporan jamsostek dan pajak perusahaan sesuai dengan peraturan yang berlaku .

- 14 Menatausahakan aktiva tetap dan inventaris kantor atas instruksi Direksi, termasuk mencatat serta memonitor kebutuhan perlengkapan kantor yang harus segera disediakan dan mendistribusikannya pada bagian / seksi lain.
- 15 Bekerjasama dengan sesama rekan kerja dan menjamin suasana kerja yang baik, disiplin, tertib, bersih, rapi dan sopan sehingga tercipta suasana kerja yang menyenangkan.
- 16 Selalu meningkatkan diri dalam ketrampilan dan pengetahuan yang berhubungan dengan bidang pekerjaannya
- 17 Menjaga kebersihan dan kenyamanan serta keamanan kantor dengan memperhatikan pelayanan yang lebih baik kepada nasabah.

4.1.5 Karakteristik Responden

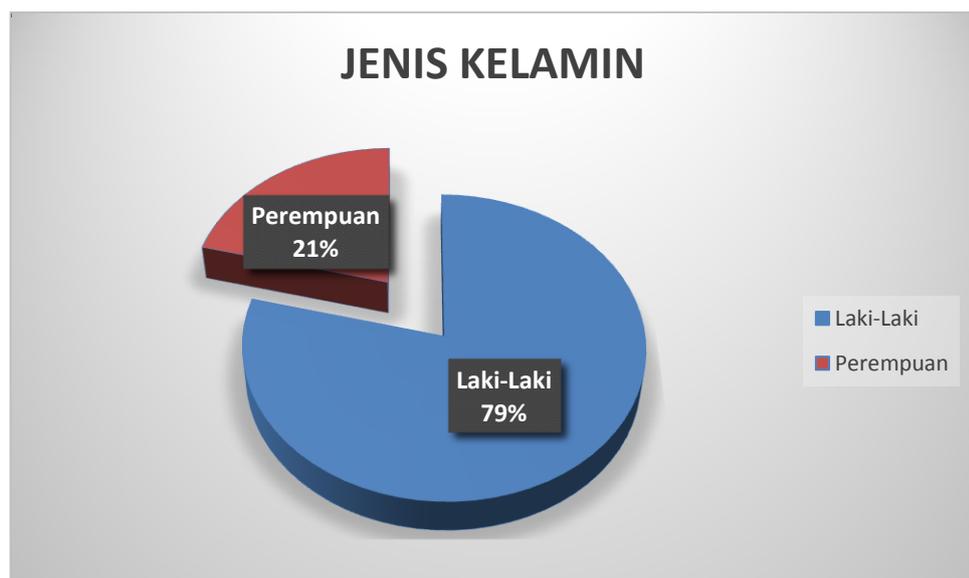
Karakteristik responden yang diteliti mencakup 6 kriteria, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, pendapatan/penghasilan, dan lama menggunakannya. Berikut hasil data karakteristik responden pada PT. BPR NBP Bonapasogit 14 sebanyak 100 Responden.

4. Jenis Kelamin Responden

Tabel 9
Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-Laki	79	79
2	Perempuan	21	21
Jumlah		100	100

Sumber : Data Koisioner Diolah, 2017



Gambar 7
Jenis Kelamim

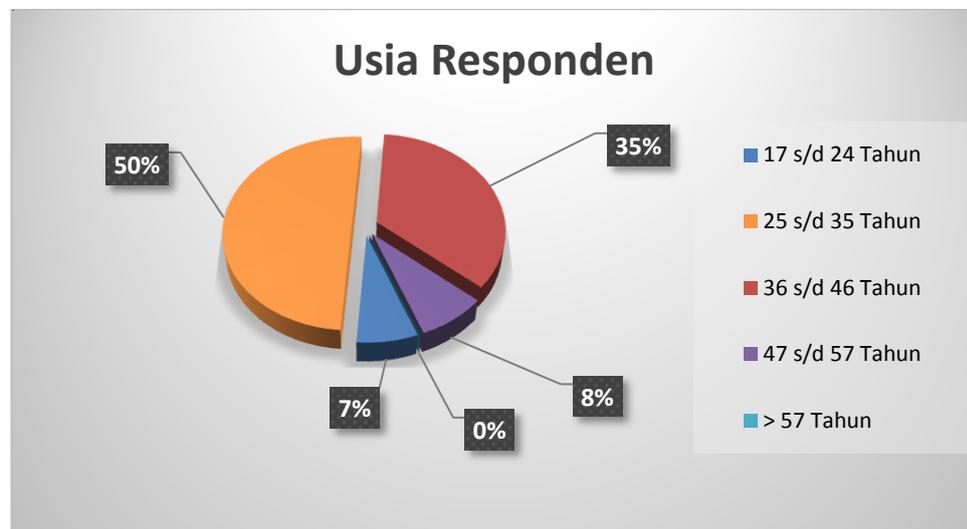
Berdasarkan hasil observasi dari 100 orang responden, maka dapat disimpulkan bahwa jumlah responden laki-laki dari penelitian ini lebih banyak dibandingkan responden perempuan. Dengan persentase responden laki-laki sebanyak 79% responden dan diikuti responden perempuan sebanyak 21% responden.

5. Usia Responden

Tabel 10
Usia Responden

No	Usia	Jumlah Responden	Persentase
1	17 s/d 24 Tahun	7	7
2	25 s/d 35 Tahun	50	50
3	36 s/d 46 Tahun	35	35
4	47 s/d 57 Tahun	8	8
5	> 57 Tahun	0	0
JUMLAH		100	100

Sumber : Data Koesioner Diolah, 2017



Gambar 8
Usia Responden

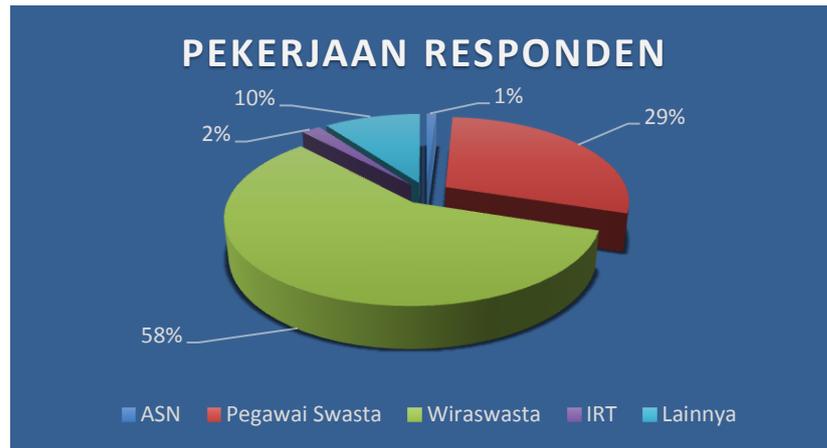
Berdasarkan hasil observasi dari 100 responden, maka dapat disimpulkan bahwa usia responden terbesar dalam penelitian ini adalah responden yang berusia 25 s/d 35 Tahun, yaitu sebanyak 50 responden dengan persentase 50%.

6. Pekerjaan Responden

Tabel 11
Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	ASN	1	1
2	Pegawai Swasta	29	29
3	Wiraswasta	58	58
4	IRT	2	2
5	Lainnya	10	10
JUMLAH		100	100

Sumber : Data Koesioner Diolah, 2017



Gambar 9
Pekerjaan Responden

Berdasarkan hasil observasi dari 100 orang responden dapat diketahui bahwa jumlah responden terbesar adalah yang memiliki pekerjaan sebagai Wiraswasta yaitu sebanyak 58 responden dengan persentase 58%. Kemudian responden yang memiliki pekerjaan sebagai Pegawai Swasta yaitu sebanyak 29 responden dengan persentase 29%. Jumlah responden yang memiliki pekerjaan Lainnya yaitu sebanyak 10 responden dengan persentase 10%. Responden yang memiliki pekerjaan IRT yaitu sebanyak 2 responden dengan persentase 2% dan sisanya yang terkecil dengan pekerjaan sebagai ASN sebanyak 1 Responden dengan persentase 1%.

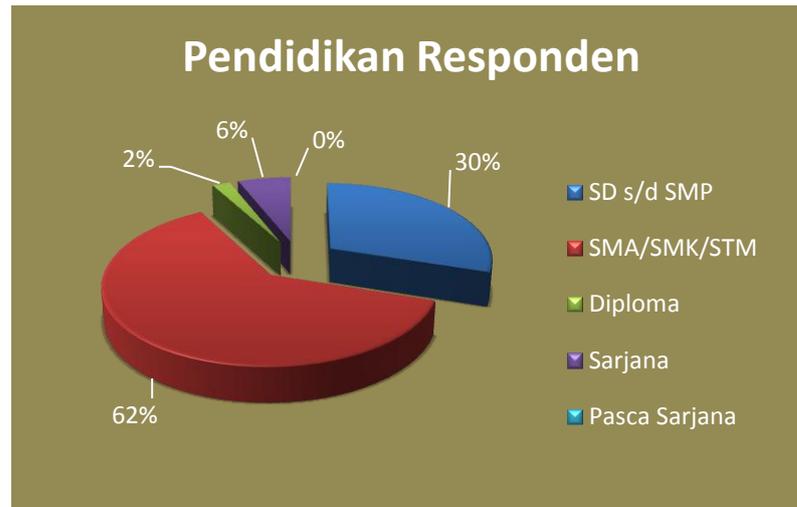
Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai Wiraswasta yaitu sebanyak 58 responden dengan persentase 58%.

7. Pendidikan Responden

Tabel 12
Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
1	SD s/d SMP	30	30
2	SMA/SMK/STM	62	62
3	Diploma	2	2
4	Sarjana	6	6
5	Pasca Sarjana	0	0
Jumlah		100	100

Sumber : Data Koisioner Diolah, 2017



Gambar 10
Pendidikan Responden

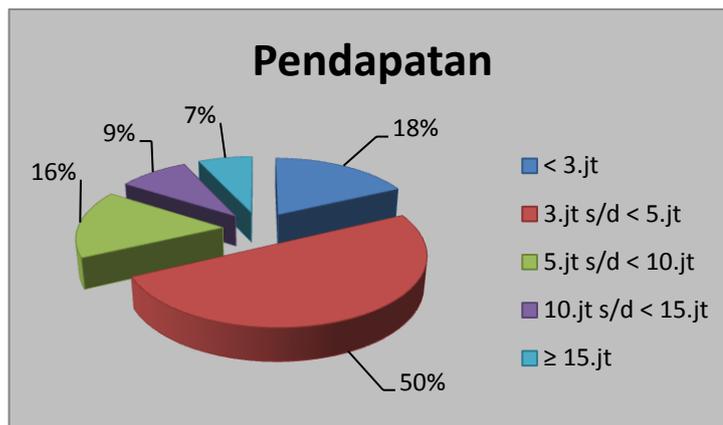
Berdasarkan hasil observasi dari 100 orang responden dapat diketahui bahwa jumlah jumlah responden terbesar adalah Berpendidikan SMA/SMK/STM yaitu sebanyak 62 responden dengan persentase 62%. Kemudian jumlah responden yang berpendidikan SD s/d SMP yaitu sebanyak 30 responden dengan persentase 30%. Jumlah responden yang berpendidikan Sarjana yaitu sebanyak 6 responden dengan persentase 6%. Lalu yang berpendidikan Diploma yaitu sebanyak 2 responden dengan persentase 2%. Dan jumlah yang terkecil adalah Pasca Sarjana yaitu sebanyak 0 responden dengan persentase 0%. Hal ini menunjukkan jumlah responden yang terbesar dalam penelitian ini adalah responden yang berpendidikan SMA/SMK/STM yaitu sebanyak 62 responden dengan persentase 62%.

8. Pendapatan/Penghasilan Responden

Tabel 13
Pendapatan/Penghasilan Responden

No	Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase
1	< 3.jt	18	18
2	3.jt s/d < 5.jt	50	50
3	5.jt s/d < 10.jt	16	16
4	10.jt s/d < 15.jt	9	9
5	≥ 15.jt	7	7
Jumlah		100	100

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017



Gambar 11
Pendapatan/Penghasilan Responden

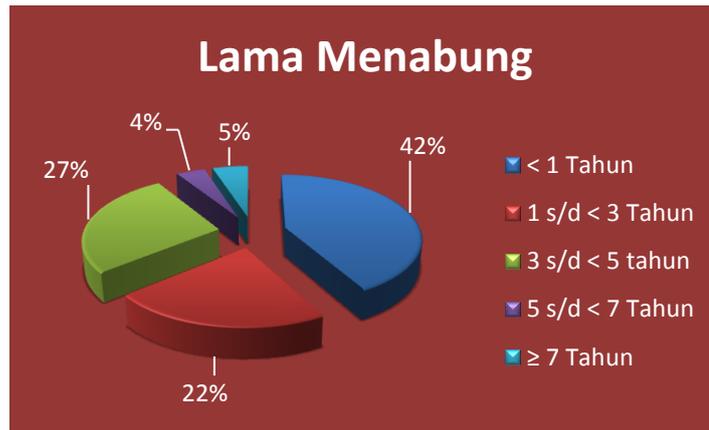
Berdasarkan hasil observasi dari 100 orang responden dapat diketahui bahwa jumlah responden terbesar adalah dengan pendapatan 3.jt s/d < 5.jt yaitu sebanyak 50 responden dengan persentase 50%. Kemudian diikuti dengan jumlah pendapatan responden < 3.jt sebanyak 18 responden dengan persentase 18%. Lalu jumlah pendapatan responden 5.jt s/d < 10.jt yaitu sebanyak 16 Responden dengan persentase 16%. Lalu jumlah pendapatan responden 10.jt s/d < 15.jt yaitu sebanyak 9 Responden dengan persentase 9%. Dan jumlah pendapatan terkecil responden $\geq 15.jt$ yaitu sebanyak 7 Responden dengan Persentase 7%. Hal ini menunjukkan bahwa pendapatan responden terbesar dalam penelitian ini adalah sebesar 3.jt s/d < 5.jt yaitu sebanyak 50 responden dengan persentase 50%.

9. Lama Menabung di BPR NBP 14

Tabel 14
Lama Menabung di BPR NBP 14

No	Pendapatan	Jumlah Responden	Persentase
1	< 1 Tahun	42	42
2	1 s/d < 3 Tahun	22	22
3	3 s/d < 5 tahun	27	27
4	5 s/d < 7 Tahun	4	4
5	≥ 7 Tahun	5	5
Jumlah		100	100

Sumber: Data Koeisioner Diolah,2017



Gambar 12
Lama Menabung di BPR NBP

Berdasarkan hasil observasi dari 100 orang responden dapat diketahui bahwa jumlah jumlah responden terbesar adalah lama menabung di BPR NBP 14 < 1Tahun yaitu sebanyak 42 Responden dengan Persentase 42%. Kemudian diikuti dengan lama menabung di BPR NBP 3 s/d < 5 tahun yaitu sebanyak 27 responden dengan persentase 27%. Responden dengan lama menabung di BPR NBP 1 s/d < 3 tahun yaitu sebanyak 22 responden dengan persentase 22 %. Lalu responden dengan lama menabung di BPR NBP ≥ 7 Tahun yaitu sebanyak 5 Responden dengan persentase 5%. Dan responden dengan lama menabung di BPR NBP terkecil adalah 5 s/d < 7 tahun yaitu sebanyak 4 Responden dengan persentase 4%.

Hal ini menunjukkan bahwa responden dengan lama menabung di BPR NBP terbesar dalam penelitian ini adalah < 1 Tahun yaitu sebanyak 42 responden dengan persentase 42%.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Analisis penerapan kualitas pelayanan yang diberikan PT.BPR NBP Bonapasogit 14.

Kualitas pelayanan adalah merupakan hasil perbandingan antara kenyataan dan harapan pelanggan/nasanah dengan pelayanan yang diberikan. Penerapan kualitas pelayanan yang ada di PT.BPR NBP Bonapasogit 14 berdasarkan indikator Berwujud (*tangible*), Reliabilitas (*reliability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*empathy*) adalah sebagai berikut :

A . Berwujud (*tangible*)

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.

1. Gedung PT.BPR NBP Bonapasogit 14 yang bersih dan nyaman

Gedung PT.BPR NBP Bonapasogit 14 yang bersih dan nyaman merupakan bentuk berwujud dari kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan fasilitas yang bersih dan nyaman di lingkungan gedung BPR seperti, kursi tunggu, Toko Kue, Minimarket. Berikut merupakan salah satu fasilitas yang disediakan oleh PT BPR NBP Bonapasogit 14 :



Tersedianya kursi diruang tunggu dan Fasilitas Minimarket

Tabel 15
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Gedung
PT BPR NBP Bonapasogit 14 yang bersih dan nyaman

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	4	35	35	140
Setuju	3	54	54	162
Kurang Setuju	2	10	10	20
Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		100	100	323

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Berdasarkan penelitian kepada 100 responden diketahui bahwa 35% responden menyatakan sangat setuju, 54% responden menyatakan setuju, 10% responden kurang setuju dan 1% responden menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan keterangan diatas mengenai gedung PT.BPR NBP Bonapasogit 14 dapat dikatakan sudah sesuai/baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mengatakan sangat setuju/setuju diatas 50% yaitu sebanyak 89% responden dan yang mengatakan kurang setuju/tidak setuju kurang dari 50% yaitu hanya berjumlah 11% responden.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{33}{400} \times 100 \quad \frac{323}{400} \times 100 = 81\%$$

Tabel 16
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0% - 24%	Tidak Setuju
25% - 49%	Kurang Setuju
50% - 74 %	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju = 81%

Sumber : Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 81% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai Gedung PT BPR NBP Bonapasogit 14 yang bersih dan nyaman.

2. Memiliki Ruang Tunggu yang Nyaman di BPR NBP 14

Kondisi Ruang Tunggu yang nyaman merupakan kondisi layak atau tidak ruang tunggu di BPR NBP 14 yang disediakan untuk nasabah BPR NBP 14. Berikut merupakan kondisi Ruang Tunggu di BPR NBP 14 :



Ruang Tunggu yang bersih dan nyaman

Tabel 17
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Ruang Tunggu yang Nyaman di BPR NBP 14

Penelitian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	4	30	30	120
Setuju	3	57	57	171
Kurang Setuju	2	12	12	24
Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		100	100	316

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Berdasarkan penelitian kepada 100 responden diketahui bahwa 30% responden menyatakan sangat setuju, 57% responden menyatakan setuju, 12% responden menyatakan kurang setuju, dan 1% responden menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan keterangan diatas mengenai kondisi ruang tunggu di PT.BPR NBP Bonapasogit 14, Ruang Tunggu yang nyaman dapat dikatakan sudah sesuai/baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mengatakan sangat setuju/setuju diatas 50% yaitu sebanyak 87% responden dan yang mengatakan tidak sesuai/tidak baik kurang dari 50% yaitu hanya berjumlah 13% responden.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{316}{400} \times 100 = 79\%$$

Tabel 18
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0% - 24%	Tidak Setuju
25% - 49%	Kurang Setuju
50% - 74 %	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju = 79%

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 79% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai ruang tunggu yang nyaman di PT.BPR NBP 14.

3. Karyawan PT BPR NBP Berpakaian Rapih/Bersih

Karyawan PT. BPR NBP Berpakaian Rapih/Bersih merupakan gaya berpakaian yang dikenakan oleh para pegawai karyawan PT. BPR NBP 14 yang seragam, elok di pandang dan rapih/bersih. Berikut Penampilan Pegawai PT.BPR NBP 14 :



Penampilan Karyawan PT.BPR NBP 14
Pada saat bertugas di Kantor BPR NBP

Tabel 19
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Penampilan Karyawan
di PT.BPR NBP 14 berpakaian Rapih/Bersih

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	4	30	30	120
Setuju	3	60	60	180
Kurang Setuju	2	10	10	20
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	320

Sumber: Data Koersioner Diolah,2017

Berdasarkan penelitian kepada 100 Responden diketahui bahwa 30% responden menyatakan sangat setuju, 60% responden menyatakan setuju, 10% responden menyatakan kurang setuju, dan 0% responden menyatakan tidak setuju. Berdasarkan keterangan diatas mengenai penampilan karyawan PT.BPR NBP 14 yang berpakaian Rapih/Bersih dapat dikatakan sudah sesuai/baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mengatakan sangat setuju/setuju diatas 50% yaitu sebanyak 90% responden dan yang mengatakan kurang setuju/tidak setuju kurang dari 50% yaitu hanya berjumlah 10% responden.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{320}{400} \times 100 = 80\%$$

Tabel 20
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0% - 24%	Kurang Setuju
25% - 49%	Tidak Setuju
50% - 74 %	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju = 80%

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 80% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai penampilan karyawan di PT.BPR NBP 14 berpakaian rapih/bersih.

B. *Reliability*

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.

4. Karyawan PT. BPR NBP 14 dapat memberikan pelayanan yang tepat

Pelayanan yang tepat adalah pelayanan yang sesuai dengan apa yang diinginkan nasabah. Berikut salah satu pelayanan yang diberikan oleh karyawan kepada nasabah:



Karyawan sedang melayani nasabah yang menabung

Tabel 21
Kinerja Penilaian Responden Terhadap
Pelayanan Yang Tepat di BPR NBP 14

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	4	30	30	120
Setuju	3	57	57	171
Kurang Setuju	2	11	11	22
Tidak Setuju	1	2	2	2
Total		100	100	315

Sumber : Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan penelitian 100 responden diketahui bahwa 30% responden menyatakan sangat setuju, 57% responden menyatakan setuju, 11% menyatakan kurang setuju, dan 2% responden tidak setuju. Berdasarkan keterangan diatas mengenai Karyawan memberikan pelayanan yang tepat di PT.BPR NBP 14 dapat dikatakan sudah sesuai/baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mengatakan sangat setuju/setuju diatas 50% yaitu sebanyak 87% responden dan yang mengatakan kurang setuju/tidak setuju kurang dari 50% yaitu sebanyak 13% responden.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{315}{400} \times 100 = 79\%$$

Tabel 22
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0% - 24%	Tidak Setuju
25% - 49%	Kurang Setuju
50% - 74 %	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju = 79%

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 79% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai karyawan PT.BPR NBP 14 dapat memberikan pelayanan yang tepat

5. Karyawan Mengerti dan Memahami tentang PT.BPR NBP 14 yang ditanyakan oleh nasabah

Karyawan mengerti dan memahami tentang PT.BPR NBP 14 yang ditanyakan oleh nasabah merupakan salah kemampuan dari karyawan bagaimana untuk menjelaskan tentang BPR kepada nasabah sehingga nasabah bisa memahami. Berikut salah satu contoh karyawan mengerti dan memahami tentang BPR NBP 14 :



Karyawan sedang menjelaskan yang ditanyakan Nasabah

Tabel 23
Kinerja Penilaian Responden Terhadap
Karyawan memahami dan mengerti tentang BPR NBP 14

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	4	25	25	100
Setuju	3	64	64	192
Kurang Setuju	2	10	10	20
Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		100	100	313

Sumber : Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan penilaian kepada 100 responden diketahui bahwa 25% responden menyatakan sangat setuju, 64% responden menyatakan setuju, 10% responden menyatakan kurang setuju, dan 1% responden menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan keterangan diatas Karyawan mengerti dan memahami tentang PT.BPR NBP 14 yang ditanyakan nasabah dapat dikatakan sudah sesuai/baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mengatakan sangat setuju/setuju diatas 50% yaitu sebanyak 89% responden dan yang mengatakan kurang setuju/tidak setuju kurang dari 50% yaitu hanya berjumlah 11% responden.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{313}{400} \times 100 = 78,25\%$$

Tabel 24
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0% - 24%	Tidak Setuju
25% - 49%	Kurang Setuju
50% - 74 %	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju = 78,25%

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 78,25% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai karyawan mengerti dan memahami tentang PT.BPR NBP 14 yang ditanyakan oleh nasabah.

6. Karyawan PT.BPR NBP 14 dapat memberikan solusi dari keluhan Nasabah

Karyawan PT.BPR NBP 14 dapat memberikan solusi dari keluhan nasabah merupakan cara karyawan untuk mengatasi keluhan-keluhan nasabah. Berikut salah satu contoh karyawan PT. BPR NBP 14 dapat memberikan solusi dari keluhan Nasabah :



Karyawan mencoba memberikan solusi terhadap keluhan Nasabah

Tabel 25
Kinerja Penilaian Responden Terhadap
Karyawan yang memberikan solusi terhadap keluhan nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat setuju	4	31	31	124
Setuju	3	65	65	195
Kurang Setuju	2	2	2	4
Tidak Setuju	1	2	2	2
Jumlah		100	100	325

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan penilaian kepada 100 responden diketahui bahwa 31% responden menyatakan sangat setuju, 65% responden menyatakan setuju, 2% responden menyatakan kurang setuju, dan 2% responden menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan keterangan diatas Karyawan PT. BPR NBP 14 dapat memberikan solusi dari keluhan nasbaha dapat dikatakan sudah sesuai/baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mengatakan sangat setuju/setuju diatas 50% yaitu sebanyak 96% responden dan yang mengatakan kurang setuju/tidak setuju kurang dari 50% yaitu hanya berjumlah 4% responden.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{325}{400} \times 100 = 81,25\%$$

Tabel 26
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0% - 24%	Tidak Setuju
25% - 49%	Kurang Setuju
50% - 74 %	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju = 81,25%

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 81,25% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai karyawan PT.BPR NBP 14 dapat memberi solusi dari keluhan nasabah.

C. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya Tanggap (*responsiveness*), yaitu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan pelanggan menunggu menciptakan persepsi negatif dalam kualitas pelayanan.

7. PT. BPR NBP 14 memiliki kelengkapan fasilitas informasi terkait prosedur pelayanan

PT.BPR NBP 14 memiliki kelengkapan fasilitas informasi terkait prosedur pelayanan merupakan cara perusahaan dalam menyampaikan informasi yang sesuai dan dapat dipercaya yang dapat mempermudah nasabah mendapatkan informasi. Berikut kelengkapan fasilitas informasi terkait prosedur pelayanan :



Karyawan difasilitasi 1 buah Tab untuk mempermudah pelayanan

Tabel 27
Kinerja Penilaian Responden Terhadap
Kelengkapan Fasilitas Informasi Terkait Prosedur Pelayanan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	4	21	21	84
Setuju	3	62	62	186
Kurang setuju	2	15	15	30
tidak setuju	1	2	2	2
Jumlah		100	100	302

Sumber : Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan penilaian kepada 100 responden diketahui bahwa 21% responden menyatakan sangat setuju, 62% responden menyatakan setuju, 15% responden menyatakan kurang setuju, dan 2% responden menyatakan tidak setuju.

Berdasarkan keterangan diatas PT. BPR NBP memiliki kelengkapan fasilitas informasi terkait prosedur pelayanan dapat dikatakan sudah sesuai/baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mengatakan sangat setuju/setuju diatas 50% yaitu sebanyak 83% responden dan yang mengatakan kurang setuju/tidak setuju dibawah 50% dimana jumlahnya hanya 17%.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{302}{400} \times 100 = 75,50\%$$

Tabel 28
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0% - 24%	Tidak Setuju
25% - 49%	Kurang Setuju
50% - 74 %	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju = 75,50%

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 75,50% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai PT.BPR NBP 14 memiliki kelengkapan fasilitas informasi terkait prosedur pelayanan.

8. Karyawan PT.BPR NBP cepat dalam menghadapi keluhan Nasabah

Karyawan PT.BPR NBP cepat dalam menghadapi keluhan nasabah merupakan suatu pembekalan yang diberikan kepada Karyawan sehingga bila ada keluhan-keluhan dari nasabah karyawan dapat cepat menanggapi.

Tabel 29
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan PT.BPR NBP 14
Cepat dalam Menghadapi Keluhan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	4	22	22	88
Setuju	3	64	64	192
Kurang Setuju	2	12	12	24
Tidak Setuju	1	2	2	2
Total		100	100	306

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan penelitian kepada 100 responden diketahui 22% responden menyatakan sangat setuju, 64% responden menyatakan setuju, 12% responden menyatakan kurang setuju dan 2% responden menyatakan tidak setuju. Berdasarkan keterangan diatas mengenai Karyawan PT.BPR NBP 14 cepat dalam menghadapi keluhan nasabah dapat dikatakan sudah sesuai/baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mengatakan sangat setuju/setuju diatas 50% yaitu sebanyak 86% responden dan yang mengatakan kurang setuju/tidak setuju dibawah 50% yaitu hanya berjumlah 14% responden.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{306}{400} \times 100 = 76,50\%$$

Tabel 30
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0% - 24%	Tidak Setuju
25% - 49%	Kurang Setuju
50% - 74 %	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju = 76,50%

Sumber; Data Koesioner Diolah,2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 75,50% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai karyawan PT.BPR NBP 14 cepat dalam menghadapi keluhan nasabah.

9. Karyawan PT.BPR NBP memberikan bantuan kepada nasabah tanpa diminta nasabah

Karyawan menawarkan bantuan yang dapat diberikan tanpa diminta oleh nasabah merupakan sikap karyawan yang lebih peka terhadap kebutuhan pelanggan

Tabel 31
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Memberi Bantuan Tanpa Diminta Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	4	24	24	96
Setuju	3	70	70	210
Kurang Setuju	2	6	6	12
Tidak Setuju	1	0	0	1
Total		100	100	319

Sumber : Data Koesioner Diolah,2017

Berdasarkan penelitian kepada 100 responden diketahui 24% responden menyatakan sangat setuju, 70% responden menyatakan setuju, 6% responden menyatakan kurang setuju dan 0% responden menyatakan tidak setuju. Berdasarkan keterangan diatas mengenai Karyawan PT.BPR NBP 14 memberi bantuan kepada nasabah tanpa diminta nasabah dapat dikatakan sudah sesuai/baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mengatakan sangat setuju/setuju diatas 50% yaitu sebanyak 94% responden dan yang mengatakan kurang setuju/tidak setuju dibawah 50% yaitu hanya berjumlah 6% responden.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{319}{400} \times 100 = 79,75\%$$

Tabel 32
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0% - 24%	Tidak Setuju
25% - 49%	Kurang Setuju
50% - 74 %	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju = 79,75%

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 79,75% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai

karyawan PT.BPR NBP 14 memberi bantuan kepada nasabah tanpa diminta nasabah.

D. Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopan santunan, dan kemampuan para karyawan perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para nasabah kepada perusahaan.

10. Karyawan PT.BPR NBP ramah pada saat berkomunikasi dengan nasabah

Keramahan karyawan pada saat berkomunikasi dengan nasabah merupakan sikap dan tata cara karyawan berkomunikasi dengan ramah kepada nasabah untuk menunjukkan bahwa karyawan peduli terhadap nasabah dan karyawan tidak ingin mengecewakan kepercayaan pelanggan.

Tabel 33
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Keramahan Karyawan Pada Saat Berkomunikasi Dengan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	4	32	32	128
Setuju	3	64	64	192
Kurang Setuju	2	4	4	8
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	328

Sumber : Data Koesioner Diolah,2017

Berdasarkan penelitian kepada 100 responden diketahui 32% responden menyatakan sangat setuju, 64% responden menyatakan setuju, 4% responden menyatakan kurang setuju dan 0% responden menyatakan tidak setuju. Berdasarkan keterangan diatas mengenai Keramahan karyawan pada saat berkomunikasi dengan nasabah dapat dikatakan sudah sesuai/baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mengatakan sangat setuju/setuju diatas 50% yaitu sebanyak 96% responden dan yang mengatakan kurang setuju/tidak setuju dibawah 50% yaitu hanya berjumlah 4% responden.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{328}{400} \times 100 = 82\%$$

Tabel 34
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0% - 24%	Tidak Setuju
25% - 49%	Kurang Setuju
50% - 74 %	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju = 82%

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 82% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai karyawan PT.BPR NBP 14 ramah pada saat berkomunikasi dengan nasabah

11. Karyawan PT.BPR NBP Membuat Nasabah Merasa Aman Saat Melakukan Transaksi

Karyawan PT. BPR NBP membuat nasabah merasa aman saat melakukan transaksi maksudnya perusahaan menyiapkan petugas keamanan/satpam di kantor agar saat sedang melakukan transaksi nasabah merasa aman. Berikut bukti nyata nasabah dapat melakukan transaksi dengan aman :



Satpam Yang Selalu Menjaga Kemanan& Alat Pemadam

Tabel 35
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Keamanan Nasabah Saat Bertransaksi

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	4	25	25	100
Setuju	3	72	72	216
Kurang Setuju	2	2	2	4
Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		100	100	321

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Berdasarkan penelitian kepada 100 responden diketahui 25% responden menyatakan sangat setuju, 72% responden menyatakan setuju, 2% responden menyatakan kurang setuju dan 1% responden menyatakan tidak setuju. Berdasarkan keterangan diatas mengenai Keamanan Nasabah saat bertransaksi di PT.BPR NBP 14 dapat dikatakan sudah sesuai/baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mengatakan sangat setuju/setuju diatas 50% yaitu sebanyak 97% responden dan yang mengatakan kurang setuju/tidak setuju dibawah 50% yaitu hanya berjumlah 3% responden.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{321}{400} \times 100 = 80,25\%$$

Tabel 36
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0% - 24%	Tidak Setuju
25% - 49%	Kurang Setuju
50% - 74 %	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju = 80,25%

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 80,25% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai karyawan PT.BPR NBP 14 membuat nasabah merasa aman saat melakukan transaksi di Bank BPR NBP.

12. Karyawan PT.BPR NBP Dapat Berperilaku Sopan/Santun Pada Saat Melayani Nasabah.

Karyawan berperilaku sopan/santun saat melayani nasabah merupakan sikap dan tata cara Karyawan berkomunikasi dengan sopan/santun kepada nasabah untuk menunjukkan bahwa karyawan peduli terhadap pelanggan dan karyawan tidak ingin mengecewakan kepercayaan Pelanggan.

Tabel 37
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Dapat Berperilaku Sopan/Santun Saat Melayani Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	4	32	32	128
Setuju	3	64	64	192
Kurang Setuju	2	4	4	8
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	328

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan penelitian kepada 100 responden diketahui 32% responden menyatakan sangat setuju, 64% responden menyatakan setuju, 4% responden menyatakan kurang setuju dan 0% responden menyatakan tidak setuju. Berdasarkan keterangan diatas mengenai Karyawan dapat berperilaku sopan/santun saat melayani nasabah dapat dikatakan sudah sesuai/baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mengatakan sangat setuju/setuju diatas 50% yaitu sebanyak 96% responden dan yang mengatakan kurang setuju/tidak setuju dibawah 50% yaitu hanya berjumlah 4% responden.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{328}{400} \times 100 = 82\%$$

Tabel 38
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0% - 24%	Tidak Setuju
25% - 49%	Kurang Setuju
50% - 74 %	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju = 82%

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 82% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai karyawan PT.BPR NBP 14 dapat berperilaku sopan/santun saat melayani nasabah.

E. Empati (*Empathy*)

Empati (*Empathy*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para nasabah dan berusaha memahami keinginan mereka.

13. Karyawan PT.BPR NBP 14 Bertanggung Jawab Terhadap Keamanan/Kenyamanan Nasabah.

Bertanggung Jawab Terhadap Keamanan/Kenyamanan Nasabah, yaitu bertanggung jawab terhadap keamanan nasabah seperti pihak bank menugaskan kepada pihak keamanan bertanggung jawab terhadap kenyamanan nasabah, pihak bank menyediakan fasilitas nyaman mungkin bagi nasabah seperti AC. Berikut bukti nyata dari tanggung jawab terhadap keamanan/Kenyamanan Nasabah.



terdapat ac di ruang tunggu nasabah

Tabel 39
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Kenyaman/Keamanan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	4	30	30	120
Setuju	3	68	68	204
Kurang Setuju	2	2	2	4
Tidak Setuju	1	0	0	0
Total		100	100	328

Sumber; Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan penelitian kepada 100 responden diketahui 30% responden menyatakan sangat setuju, 68% responden menyatakan setuju, 2% responden menyatakan kurang setuju dan 0% responden menyatakan tidak setuju. Berdasarkan keterangan diatas mengenai PT BPR NBP 14 Bertanggung Jawab atas Keamanan/Kenyamanan Responden dapat dikatakan sudah sesuai/baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mengatakan sangat setuju/setuju diatas 50% yaitu sebanyak 98% responden dan yang mengatakan kurang setuju/tidak setuju dibawah 50% yaitu hanya berjumlah 2% responden.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{328}{400} \times 100 = 82\%$$

Tabel 40
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0% - 24%	Tidak Setuju
25% - 49%	Kurang Setuju
50% - 74 %	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju = 82%

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 82% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai

karyawan PT.BPR NBP 14 bertanggung jawab terhadap keamanan/kenyamanan nasabah.

14. Karyawan PT.BPR NBP 14 Memahami Keperluan Nasabah

Pada saat melayani nasabah karyawan memahami keperluan nasabah maksudnya seperti memberikan solusi atau jalan keluar kepada nasabah yang berpenghasilan rendah.

Tabel 41
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Karyawan Yang Memahami Keperluan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	4	29	29	116
Setuju	3	66	66	198
Kurang Setuju	2	3	3	6
Tidak Setuju	1	2	2	2
Total		100	100	322

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Berdasarkan penelitian kepada 100 responden diketahui 29% responden menyatakan sangat setuju, 66% responden menyatakan setuju, 3% responden menyatakan kurang setuju dan 2% responden menyatakan tidak setuju. Berdasarkan keterangan diatas mengenai Karyawan memahami keperluan nasabah dapat dikatakan sudah sesuai/baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mengatakan sangat setuju/setuju diatas 50% yaitu sebanyak 95% responden dan yang mengatakan kurang setuju/tidak setuju dibawah 50% yaitu hanya berjumlah 5% responden.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{322}{400} \times 100 = 81\%$$

Tabel 42
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0% - 24%	Tidak Setuju
25% - 49%	Kurang Setuju
50% - 74 %	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju = 81%

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 81% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai karyawan PT.BPR NBP 14 memahami keperluan nasabah.

15. Karyawan PT.BPR NBP Memiliki Tingkat Perhatian Personal Terhadap Nasabah

Tingkat perhatian personal kepada nasabah maksudnya karyawan memiliki tingkat perhatian yang lebih kepada nasabah yang menjadi prioritasnya seperti karyawan memiliki tingkat perhatian personal terhadap nasabah yang sudah lama menabung di Bank.

Tabel 43
Kinerja Penilaian Responden Terhadap Tingkat Perhatian Personal Terhadap Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase	Skor
Sangat Setuju	4	30	30	120
Setuju	3	67	67	201
Kurang Setuju	2	2	2	4
Tidak Setuju	1	1	1	1
Total		100	100	326

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan penelitian kepada 100 responden diketahui 30% responden menyatakan sangat setuju, 67% responden menyatakan setuju, 2% responden menyatakan kurang setuju dan 1% responden menyatakan tidak setuju. Berdasarkan keterangan diatas mengenai Karyawan memiliki tingkatperhatian personal kepada nasabah dapat dikatakan sudah sesuai/baik. Hal ini terlihat dari jumlah responden yang mengatakan sangat setuju/setuju diatas 50% yaitu sebanyak 97 % responden dan yang mengatakan kurang setuju/tidak setuju dibawah 50% yaitu hanya berjumlah 3% responden.

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{\text{Skor Total Responden}}{\text{Skor Tertinggi Responden}} \times 100$$

$$\text{Total Tanggapan Responden} = \frac{326}{400} \times 100 = 82\%$$

Tabel 44
Kriteria Tanggapan Responden

Interval (%)	Kriteria
0% - 24%	Tidak Setuju
25% - 49%	Kurang Setuju
50% - 74 %	Setuju
75% - 100%	Sangat Setuju = 82%

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan hasil analisis di atas, dapat dilihat nilai tanggapan responden sebesar 82% yang artinya responden sangat setuju terhadap pernyataan mengenai karyawan PT.BPR NBP 14 memiliki tingkat perhatian personal terhadap nasabah.

Dibawah ini merupakan hasil keseluruhan tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan dari setiap item pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 45
Hasil Keseluruhan Penilaian Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan

No	Indikator	Pernyataan	Nilai Tanggapan Responden	Kriteria
1	Bukti fisik (<i>Tangible</i>)	PT.BPR NBP 14 memiliki gedung bersih/nyaman	81%	Sangat Setuju
		PT.BPR NBP 14 memiliki ruang tunggu yang nyaman	79%	Sangat Setuju
		Karyawan PT.BPR NBP 14 berpakaian bersih/rapih	80%	Sangat Setuju
2	Realibilitas (<i>Realibility</i>)	Karyawan PT. BPR NBP 14 dapat memberikan pelayanan yang tepat	79%	Sangat Setuju
		Karyawan mengerti dan memahami tentang PT. BPR NBP 14 yang ditanyakan oleh nasabah	78,25%	Sangat Setuju
3	Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)	Karyawan PT.BPR NBP 14 dapat memberikan solusi dari keluhan nasabah.	81,25%	Sangat Setuju
		PT.BPR NBP 14 memiliki kelengkapan fasilitas informasi terkait prosedur pelayanan	75,50%	Sangat Setuju
		Karyawan PT. BPR NBP 14 memberi bantuan kepada nasabah tanpa diminta nasabah.	79%	Sangat Setuju
4	Jaminan (<i>Assurance</i>)	Karyawan PT. BPR NBP 14 ramah pada saat berkomunikasi dengan nasabah.	82%	Sangat Setuju
		Karyawan PT. BPR NBP 14 membuat nasabah merasa aman saat melakukan transaksi di Bank BPR	80,25%	Sangat Setuju
		Karyawan PT. BPR NBP 14 dapat berperilaku sopan/santun pada saat melayani nasabah.	82%	Sangat Setuju
5	Empati (<i>Empathy</i>)	Karyawan PT. BPR NBP 14 bertanggung jawab terhadap keamanan/kenyamanan nasabah.	82%	Sangat Setuju
		Karyawan PT. BPR NBP 14 memahami keperluan nasabah.	81%	Sangat Setuju
		Karyawan PT. BPR NBP 14 memiliki tingkat perhatian personal terhadap nasabah.	82%	Sangat Setuju
Rata-Rata			80,16%	Sangat Setuju

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan dengan indikator antara lain : Bukti Fisik (*tangible*), Reabilitas (*realibility*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*empathy*) berada pada kriteria sangat setuju dengan nilai rata-rata yaitu sebesar 80,16%.

4.2.2 Analisis tingkat kepuasan nasabah atas pelayanan pada PT. BPR NBP Bonapasogit 14

Kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan pada PT.BPR NBP Bonapasogit 14 akan dinilai dengan membandingkan skor tingkat kinerja dengan skor tingkat harapan berdasarkan indikator penentu dari kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

A. Berwujud (*Tangible*)

1. PT. BPR NBP 14 memiliki gedung bersih/nyaman

Tabel 46
Tingkat Kinerja Pada Indikator
PT. BPR NBP 14 memiliki gedung Bersih/Nyaman

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Baik	4	42	168
Baik	3	54	162
Kurang Baik	2	4	8
Tidak Baik	1	0	0
Total		100	338
Rata- Rata	3,38		

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Tabel 47
Tingkat Harapan Pada Indikator
PT. BPR NBP 14 memiliki gedung Bersih/Nyaman

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Setuju	4	35	140
Setuju	3	54	162
Kurang Setuju	2	10	20
Tidak Setuju	1	1	1
Total		100	323
Rata-Rata	3,23		

Sumber : Data Koesioner Diolah, 2017

Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{338}{323} \times 100 = 104,64$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai PT. BPR NBP 14 memiliki gedung bersih/nyaman sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen PT BPR NBP 14 dan sudah memenuhi kepuasan nasabah.

2. PT. BPR NBP 14 Memiliki Ruang Tunggu Yang Nyaman

Tabel 48
Tingkat Kinerja Pada Indikator PT. BPR NBP 14 Memiliki Ruang Tunggu Yang Nyaman

Penelitian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Setuju	4	30	120
Setuju	3	57	171
Kurang Setuju	2	12	24
Tidak Setuju	1	1	1
Total		100	316
Rata-Rata	3,16		

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Tabel 49
Tingkat Harapan Pada Indikator PT. BPR NBP 14 Memiliki Ruang Tunggu Yang Nyaman

Penelitian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Baik	4	29	116
Baik	3	63	189
Kurang Baik	2	7	14
Tidak Baik	1	1	1
Total		100	320
Rata-Rata	3,2		

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{316}{320} \times 100 = 98,76$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian dibawah 100% mengenai PT. BPR NBP 14 memiliki ruang tunggu yang nyaman belum dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen PT. BPR NBP 14 dan belum memenuhi kepuasan nasabah.

3. Karyawan PT.BPR NBP 14 Berpakaian Rapih/Bersih

Tabel 50
Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14 Berpakaian Rapih/Bersih

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Setuju	4	30	120
Setuju	3	60	180
Kurang Setuju	2	10	20
Tidak Setuju	1	0	0
total		100	320
Rata-Rata	3,2		

Sumber; Data Koesioner Diolah, 2017

Tabel 51
Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14
Berpakaian Rapih/Bersih

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Baik	4	42	168
Baik	3	57	171
Kurang Baik	2	1	2
Tidak Baik	1	0	0
total		100	341
Rata-Rata		3,41	

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{320}{341} \times 100 = 93,84$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian dibawah 100% mengenai Karyawan PT. BPR NBP 14 berpakaian rapih/bersih belum dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen BPR NBP 14 dan belum memenuhi kepuasan nasabah.

4. Karyawan PT. BPR NBP 14 Dapat Memberikan Pelayanan Yang Tepat

Tabel 52
Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14
Dapat Memberikan Pelayanan Yang Tepat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Setuju	4	30	120
Setuju	3	57	171
Kurang Setuju	2	11	22
Tidak Setuju	1	2	2
Total		100	315
Rata-Rata		3,15	

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Tabel 53
Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14
Dapat Memberikan Pelayanan Yang Tepat

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Baik	4	39	152
Baik	3	60	180
Kurang Baik	2	1	2
Tidak Baik	1	0	0
Total		100	334
Rata-Rata		3,34	

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{315}{334} \times 100 = 94,3$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian dibawah 100% mengenai Karyawan PT. BPR NBP 14 dapat memberikan pelayanan yang tepat belum dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen BPR NBP 14 dan belum memenuhi kepuasan nasabah.

5. Karyawan Mengerti dan Memahami Tentang PT. BPR NBP 14 Yang Ditanyakan oleh Nasabah

Tabel 54
Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan Memahami Tentang BPR NBP 14
Yang Ditanyakan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Persentase
Sangat Setuju	4	25	100
Setuju	3	64	192
Kurang Setuju	2	10	20
Tidak Setuju	1	1	1
Total		100	313
Rata-Rata	3,13		

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Tabel 55
Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan Memahami Tentang BPR NBP 14
Yang Ditanyakan Nasabah

penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Baik	4	15	60
Baik	3	79	237
Kurang Baik	2	6	12
Tidak Baik	1	0	0
Total		100	309
	3,09		

Sumber; Data Koesioner Diolah, 2017

Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{313}{309} \times 100 = 101,30$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai Karyawan PT. BPR NBP 14 memahami tentang BPR NBP 14 yang ditanyakan nasabah sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen BPR NBP 14 dan sudah memenuhi kepuasan nasabah.

6. Karyawan PT. BPR NBP Dapat Memberikan Solusi dari Keluhan Nasabah

Tabel 56
Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14
Dapat Memberi Solusi dari Keluhan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat setuju	4	31	124
Setuju	3	65	195
Kurang Setuju	2	2	4
Tidak Setuju	1	2	2
Total		100	325
Rata-Rata		3,25	

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Tabel 57
Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14
Dapat Memberi Solusi dari Keluhan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Baik	4	20	80
Baik	3	75	225
Kurang Baik	2	5	10
Tidak Baik	1	0	0
Jumlah		100	315
Rata-Rata		3,15	

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{325}{315} \times 100 = 103,17$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai Karyawan PT. BPR NBP 14 dapat memberikan solusi dari keluhan nasabah sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen BPR NBP 14 dan sudah memenuhi kepuasan nasabah.

7. PT BPR NBP Memiliki Kelngkapan Fasilitas Informasi Terkait Prosedur Pelayanan.

Tabel 58
Tingkat Kinerja Pada Indikator Kelengkapan Fasilitas
Informasi Terkait Prosedur Pelayanan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Setuju	4	21	84
Setuju	3	62	186
Kurang setuju	2	15	30
Tidak setuju	1	2	2
Total		100	302
Rata- Rata		3,02	

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Tabel 59
Tingkat Harapan Pada Indikator Kelengkapan Fasilitas
Informasi Terkait Prosedur Pelayanan

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Baik	4	10	40
Baik	3	85	255
Kurang Baik	2	5	10
Tidak Baik	1	0	0
Total		100	305
Rata-Rata		3,05	

Sumber : Data Koesioner Diolah, 2017

Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{302}{305} \times 100 = 99,01$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian dibawah 100% mengenai Karyawan PT. BPR NBP 14 memiliki kelengkapan fasilitas informasi terkait prosedur pelayanan belum dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen BPR NBP 14 dan belum memenuhi kepuasan nasabah.

8. Karyawan PT.BPR NBP 14 Cepat Dalam Menghadapi Keluhan Nasabah

Tabel 60
Tingkat Kinerja Pada Indikator Cepat Dalam Menghadap Keluhan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Setuju	4	22	88
Setuju	3	64	192
Kurang Setuju	2	12	24
Tidak Setuju	1	2	2
Total		100	306
Rata-Rata		3,06	

Sumber: Data Koesiner Diolah, 2017

Tabel 61
Tingkat Kinerja Pada Indikator Cepat Dalam Menghadap Keluhan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Baik	4	11	44
Baik	3	80	240
Kurang Baik	2	9	18
Tidak Baik	1	0	0
Total		100	302
Rata-Rata		3,02	

Data Koesioner Diolah, 2017

Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{306}{302} \times 100 = 101,32$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai Karyawan PT. BPR NBP 14 cepat dalam menghadapi keluhan nasabah sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen BPR NBP 14 dan sudah memenuhi kepuasan nasabah.

9. Karyawan PT. BPR NBP 14 Memberikan Bantuan Kepada Nasabah Tanpa Diminta Nasabah.

Tabel 62
Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Memberikan Bantuan Kepada Nasabah Tanpa Diminta Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Setuju	4	24	96
Setuju	3	70	210
Kurang Setuju	2	6	12
Tidak Setuju	1	0	1
Total		100	319
Rata-Rata	3,19		

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Tabel 63
Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Memberikan Bantuan Kepada Nasabah Tanpa Diminta Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Baik	4	26	104
Baik	3	62	186
Kurang Baik	2	12	24
Tidak Baik	1	0	0
Total		100	314
Rata-Rata	3,14		

Sumber; Data Koesioner Diolah, 2017

Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{319}{314} \times 100 = 101,60$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai Karyawan PT. BPR NBP 14 memberikan bantuan kepada nasabah tanpa diminta nasabah sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen BPR NBP 14 dan sudah memenuhi kepuasan nasabah.

10. Karyawan PT.BPR NBP 14 Ramah Pada Saat Berkomunikasi Dengan Nasabah

Tabel 64
Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Ramah Pada Saat Berkomunikasi Dengan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Setuju	4	32	128
Setuju	3	64	192
Kurang Setuju	2	4	8
Tidak Setuju	1	0	0
Total		100	328
Rata-Rata		3,28	

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Tabel 65
Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Ramah Pada Saat Berkomunikasi Dengan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Baik	4	26	104
Baik	3	68	204
Kurang Baik	2	6	12
Tidak Baik	1	0	0
Total		100	320
Rata-Rata		3,2	

Sumber; Data Diolah Koesioner,2017

Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{328}{320} \times 100 = 102,6$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai Karyawan PT. BPR NBP 14 ramah pada saat berkomunikasi dengan nasabah sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen BPR NBP 14 dan sudah memenuhi kepuasan nasabah.

11. Karyawan PT.BPR NBP 14 Membuat Nasabah Merasa Aman Saat Melakukan Transaksi di Bank BPR NBP 14.

Tabel 66
Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP14 Membuat Nasabah Merasa Aman Saat Melakukan Transaksi di Bank BPR NBP 14

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Setuju	4	25	100
Setuju	3	72	216
Kurang Setuju	2	2	4
Tidak Setuju	1	1	1
Total		100	321
Rata-Rata		3,21	

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Tabel 67
Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP14 Membuat Nasabah Merasa Aman Saat Melakukan Transaksi di Bank BPR NBP 14

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Baik	4	22	88
Baik	3	66	198
Kurang Baik	2	12	24
Tidak Baik	1	0	0
Total		100	310
Rata-Rata		3,1	

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{321}{310} \times 100 = 103,54$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai Karyawan PT. BPR NBP 14 membuat nasabah merasa aman saat melakukan transaksi di Bank BPR NBP 14 sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen BPR NBP 14 dan sudah memenuhi kepuasan nasabah.

12. Karyawan PT.BPR NBP 14 Dapat Berperilaku Sopan/Santun Pada Saat Melayani Nasabah'

Tabel 68
Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Dapat Berperilaku Sopan/Santun Pada Saat Melayani Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Setuju	4	32	128
Setuju	3	64	192
Kurang Setuju	2	4	8
Tidak Setuju	1	0	0
Total		100	328
Rata-Rata		3,28	

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Tabel 69
Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Dapat Berperilaku Sopan/Santun Pada Saat Melayani Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Baik	4	28	112
Baik	3	58	174
Kurang Baik	2	14	28
Tidak Baik	1	0	0
Total		100	314
Rata-Rata		3,14	

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{328}{314} \times 100 = 104,46$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai Karyawan PT. BPR NBP 14 dapat berperilaku sopan/santun pada saat melayani nasabah sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen BPR NBP 14 dan sudah memenuhi kepuasan nasabah.

13. Karyawan PT.BPR NBP 14 Bertanggung Jawab Terhadap Keamanan/Kenyamanan Nasabah.

Tabel 70
Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14
Bertanggung Jawab Terhadap Keamanan/Kenyamanan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Setuju	4	30	120
Setuju	3	68	204
Kurang Setuju	2	2	4
Tidak Setuju	1	0	0
Total		100	328
Rata-Rata	3,28		

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Tabel 71
Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14
Bertanggung Jawab Terhadap Keamanan/Kenyamanan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Setuju	4	24	96
Setuju	3	62	186
Kurang Setuju	2	14	28
Tidak Setuju	1	0	0
Total		100	310
Rata-Rata	3,1		

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{328}{310} \times 100 = 105,8$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai Karyawan PT. BPR NBP 14 bertanggung jawab terhadap keamanan/kenyamanan nasabah sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen BPR NBP 14 dan sudah memenuhi kepuasan nasabah.

14. Karyawan PT.BPR NBP 14 Memahami Keperluan Nasabah

Tabel 72
Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14 Memahami Keperluan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Setuju	4	29	116
Setuju	3	66	198
Kurang Setuju	2	3	6
Tidak Setuju	1	2	2
Total		100	322
Rata-Rata		3,22	

Sumber: Data Koesioner Diolah, 2017

Tabel 73
Tingkat Harapan Pada Indikator Karyawan PT. BPR NBP 14 Memahami Keperluan Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Baik	4	25	100
Baik	3	65	195
Kurang Baik	2	10	20
Tidak Baik	1	0	0
Total		100	315
Rata-Rata		3,15	

Sumber; Data Koesioner Diolah, 2017.

Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{322}{315} \times 100 = 102,22$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai Karyawan PT. BPR NBP 14 memahami keperluan nasabah sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen BPR NBP 14 dan sudah memenuhi kepuasan nasabah.

15. Karyawan PT. BPR NBP 14 Memiliki Tingkat Perhatian Personal Terhadap Nasabah.

Tabel 74
Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Memiliki Tingkat Perhatian Personal Terhadap Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Setuju	4	30	120
Setuju	3	67	201
Kurang Setuju	2	2	4
Tidak Setuju	1	1	1
Total		100	326
Rata-Rata		3,26	

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Tabel 75
Tingkat Kinerja Pada Indikator Karyawan PT.BPR NBP 14 Memiliki
Tingkat Perhatian Personal Terhadap Nasabah

Penilaian	Bobot	Jumlah	Skor
Sangat Baik	4	28	112
Baik	3	64	192
Kurang Baik	2	8	16
Tidak Baik	1	0	0
Total		100	320
Rata-Rata		3,2	

Sumbet: Data Koesioner Diolah, 2017

Tingkat Kesesuaian:

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{326}{320} \times 100 = 101,88$$

Dari hasil analisis diatas, dengan tingkat kesesuaian diatas 100% mengenai Karyawan PT. BPR NBP 14 memiliki tingkat perhatian personal terhadap nasabah sudah dilaksanakan dengan baik oleh pihak manajemen BPR NBP 14 dan sudah memenuhi kepuasan nasabah.

Tabel 76
Hasil Tingkat Kepuasan Nasabah Secara Keseluruhan Terhadap Tingkat Kinerja dan
Tingkat Harapan Atas Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan pada PT.BPR NBP
Bonapasogit 14

No	Indikator	Penilaian Kinerja (X)	Penilaian Harapan (Y)	Tx	Tingkat Kepuasan
A. Berwujud (tangible)					
1.	PT. BPR NBP 14 Memiliki gedung bersih/nyaman	338	323	104,64%	Puas
2	PT.BPR NBP 14 Memiliki Ruang Tunggu Yang Nyaman	316	320	98,75%	Belum Puas
3	Karyawan PT.BPR NBP 14 Berpakaian Rapih/Bersih	320	341	93,84%	Belum Puas
B. Realibilitas (Realibility)					
4	Karyawan PT.BPR NBP 14 Dapat Memberikan Pelayanan Tepat	315	334	94,31%	Belum Puas
5	Karyawan Mengerti Dan Memahami Tentang PT.BPR NBP 14 Yang Ditanyakan Oleh Nasabah	313	309	101,30%	Puas
6	Karyawan PT.BPR NBP 14 Dapat Memberikan Solusi Dari Keluhan Nasabah	325	315	103,17%	Puas

No	Indikator	Penilaian Kinerja (X)	Penilaian Harapan (Y)	Tx	Tingkat Kepuasan
C. Daya Tanggap (Responsiveness)					
7	PT.BPR NBP 14 Memiliki Kelengkapan Fasilitas Informasi Terkait Prosedur Pelayanan	302	305	99,01%	Belum Puas
8	Karyawan PT. BPR NBP 14 Cepat Dalam Menghadapi Keluhan Nasabah	306	302	101,32%	Puas
9	Karyawan PT. BPR NBP 14 Memberikan Bantuan Kepada Nasabah Tanpa Diminta Nasabah	319	314	101,60%	Puas
D. Jaminan (Assurance)					
10	Karyawan PT.BPR NBP 14 Ramah Pada Saat Berkomunikasi Dengan Nasabah	328	320	102,60%	Puas
11	Karyawan PT.BPR NBP 14 Membuat Nasabah Merasa Aman Saat Melakukan Transaksi di Bank BPR	321	310	103,54%	Puas
12	Karyawan PT. BPR NBP 14 Dapat Berperilaku Sopan/Santun Saat Melayani Nasabah	328	314	104,46%	Puas
E. Empati (Empathy)					
13	Karyawan PT. BPR NBP 14 Bertanggung Jawab Terhadap Keamanan/Kenyamanan Nasabah	328	310	105,80%	Puas
14	Karyawan PT. BPR NBP 14 Memahami Keperluan Nasabah	322	315	102,22%	Puas
15	Karyawan PT.BPR NBP 14 Memiliki Tingkat Perhatian Personal Terhadap Nasabah	326	320	101,88%	Puas
Total		4807	4752		

Sumber: Data Koesioner Diolah,2017

Dari tabel diatas 10 Indikator yang sudah memuaskan nasabah diantaranya yaitu : (1) PT. BPR NBP 14 memiliki gedung bersih/nyaman, (5) karyawan mengerti dan memahami tentang PT.BPR NBP 14 yang ditanyakan oleh nasabah, (6) karyawan PT.BPR NBP 14 dapat memberikan solusi dari keluhan nasabah, (8) karyawan PT.BPR NBP 14 cepat dalam menghadapi keluhan nasabah, (9) karyawan PT.BPR NBP 14 memberi bantuan kepada nasabah tanpa diminta oleh nasabah, (10) karyawan PT.BPR NBP 14 ramah pada saat berkomunikasi dengan nasabah, (11) karyawan PT.BPR NBP 14 membuat nasabah merasa aman saat melakukan transaksi

di Bank BPR NBP 14, (12) karyawan PT.BPR NBP 14 dapat berperilaku sopan/santun saat melayani nasabah, (13) karyawan PT.BPR NBP 14 bertanggung jawab terhadap keamanan/kenyamanan nasabah, (14) karyawan PT.BPR NBP 14 memahami keperluan nasabah, (15) karyawan PT.BPR NBP 14 memiliki tingkat perhatian personal terhadap nasabah.

Adapun 5 Indikator yang belum memuaskan nasabah diantaranya adalah, (2) PT.BPR NBP 14 memiliki ruang tunggu yang nyaman, (3) karyawan PT.BPR NBP 14 berpakaian rapih/bersih, (4) karyawan PT.BPR NBP 14 dapat memberikan pelayanan yang tepat, (7) PT.BPR NBP 14 memiliki kelengkapan fasilitas informasi terkait prosedur pelayanan.

Secara keseluruhan, tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan nasabah pada PT.BPR NBP Bonapasogit 14 sebagai berikut :

$$Tki = \frac{xi}{yi} \times 100 \qquad Tki = \frac{4792}{4767} \times 100 = 100,52\%$$

Jadi, dapat disimpulkan bahwa walaupun masih ada indikator yang belum memuaskan nasabah tetapi secara keseluruhan kinerja pada PT.BPR NBP Bonapasogit 14 sudah dapat memenuhi harapan nasabah atau dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan PT.BPR NBP Bonapasogit 14 sudah memuaskan nasabah, hal ini dikarenakan tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan pelanggan sebesar 100,52% atau lebih dari 100%.

4.2.3 Analisis pelayanan terhadap kepuasan dapat digunakan sebagai acuan oleh PT.BPR NBP Bonapasogit 14.

Pada bagian ini dibahas mengenai pemetaan dari nilai kinerja (x) dan harapan (y), dari hasil tersebut maka akan terbentuk matriks yang terdiri dari empat buah kuadran yang masing-masing kuadran menggambarkan skala prioritas dalam mengambil kebijakan baik berupa peningkatan kinerja atau mempertahankan kinerja perusahaan.

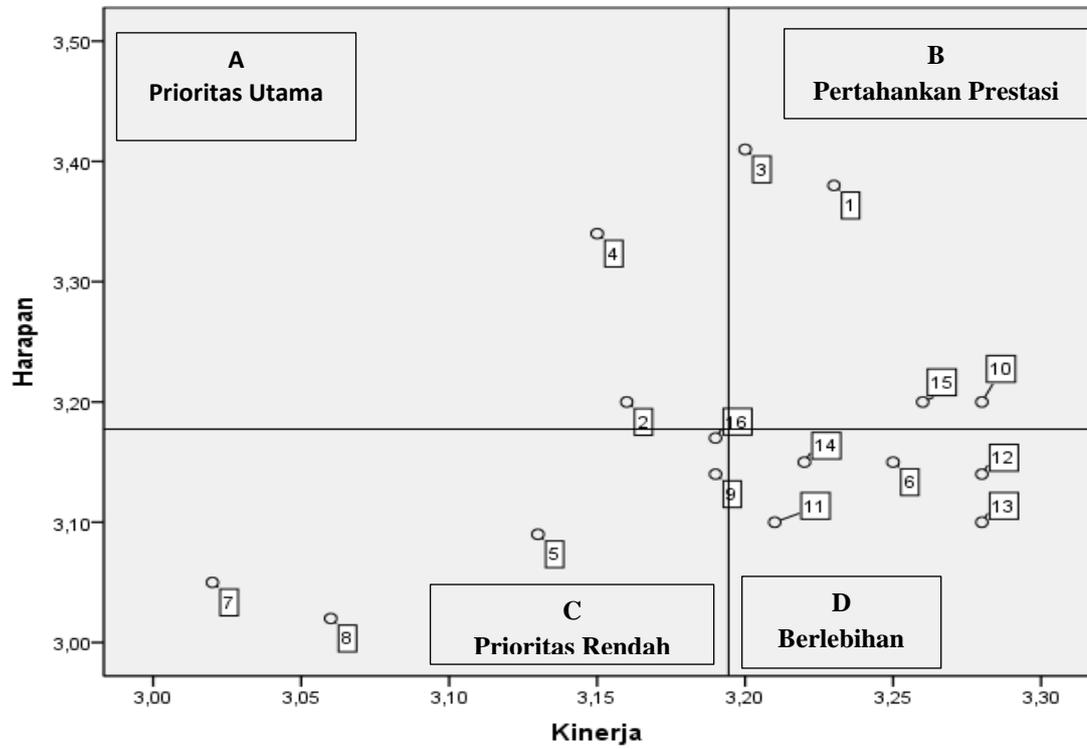
Berikut data sebaran kinerja dan harapan konsumen :

No	Indikator	Penilaian Kinerja (X)	Penilaian Harapan (Y)	\bar{X}	\bar{Y}
	A. Berwujud (tangible)				
1.	PT. BPR NBP 14 Memiliki gedung bersih/nyaman	323	338	3,23	3,38
2	PT.BPR NBP 14 Memiliki Ruang Tunggu Yang Nyaman	316	320	3,16	3,2
3	Karyawan PT.BPR NBP 14 Berpakaian Rapih/Bersih	320	341	3,2	3,41
	B. Realibilitas (Realibility)				
		315	334	3,15	3,34

4	Karyawan PT.BPR NBP 14 Dapat Memberikan Pelayanan Tepat				
5	Karyawan Mengerti Dan Memahami Tentang PT.BPR NBP 14 Yang Ditanyakan Oleh Nasabah	313	309	3,13	3,09
6	Karyawan PT.BPR NBP 14 Dapat Memberikan Solusi Dari Keluhan Nasabah	325	315	3,25	3,15
	C. Daya Tanggap (Responsiveness)				
7	PT.BPR NBP 14 Memiliki Kelengkapan Fasilitas Informasi Terkait Prosedur Pelayanan	302	305	3,02	3,05
8	Karyawan PT. BPR NBP 14 Cepat Dalam Menghadapi Keluhan Nasabah	306	302	3,06	3,02
9	Karyawan PT. BPR NBP 14 Memberikan Bantuan Kepada Nasabah Tanpa Diminta Nasabah	319	314	3,19	3,14
	D. Jaminan (Assurance)				
10	Karyawan PT.BPR NBP 14 Ramah Pada Saat Berkomunikasi Dengan Nasabah	328	320	3,28	3,2
11	Karyawan PT.BPR NBP 14 Membuat Nasabah Merasa Aman Saat Melakukan Transaksi di Bank BPR	321	310	3,21	3,1
12	Karyawan PT. BPR NBP 14 Dapat Berperilaku Sopan/Santun Saat Melayani Nasabah	328	314	3,28	3,14
	E. Empati (Empathy)				
13	Karyawan PT. BPR NBP 14 Bertanggung Jawab Terhadap Keamanan/Kenyamanan Nasabah	328	310	3,28	3,1
14	Karyawan PT. BPR NBP 14 Memahami Keperluan Nasabah	322	315	3,22	3,15
15	Karyawan PT.BPR NBP 14 Memiliki Tingkat Perhatian Personal Terhadap Nasabah	326	320	3,26	3,2
	Total	4792	4767	3,19	3,17

Selanjutnya untuk dapat mengetahui mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah yang nantinya dapat digunakan sebagai acuan PT.BPR NBP Bonapasogit 14 dalam memberikan kualitas pelayanan yang terbaik kepada nasabah.

Untuk dapat mengetahui kepuasan nasabah tersebut, maka digunakanlah diagram analisis IPA/diagram kartesius yang gambarnya dapat kita lihat dibawah ini:



Gambar 13

Diagram Kartesius Pengukuran Kepuasan Nasabah

Dari gambar tersebut maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

A. Kuadran Prioritas Utama

Kuadran Prioritas Utama menunjukkan, bahwa faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan nasabah, termasuk unsur-unsur jasa atau kualitas pelayanan yang dianggap sangat penting bagi nasabah, akan tetapi pihak PT.BPR NBP Bonapasogit 14 belum melaksanakan sesuai dengan keinginan nasabah, sehingga menimbulkan kekecewaan rasa tidak puas.

Indikator-indikator yang termasuk dalam kuadran adalah :

(2) PT.BPR NBP 14 Memiliki Ruang Tunggu Yang Nyaman

(4) Karyawan PT.BPR NBP 14 Dapat Memberikan Pelayanan Tepat

Dengan demikian item-item tersebut menjadi skala prioritas utama PT.BPRNBP Bonapasogit 14 untuk diperbaiki.

B. Kuadran Pertahankan Prestasi

Kuadran Pertahankan Prestasi menunjukkan, bahwa unsur-unsur jasa atau kualitas pelayanan pokok yang telah berhasil dilaksanakan PT.BPR NBP Bonapasogit 14, dianggap sangat penting dan sangat memuaskan oleh nasabah,

maka kewajiban dari PT.BPR NBP Bonapasogit 14 adalah mempertahankan kinerjanya.

Indikator-indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- (1) PT. BPR NBP 14 Memiliki gedung bersih/nyaman
- (3) Karyawan PT.BPR NBP 14 Berpakaian Rapih/Bersih
- (10) Karyawan PT.BPR NBP 14 ramah saat berkomunikasi dengan nasabah
- (15) Karyawan PT.BPR NBP 14 memiliki tingkat perhatian personal terhadap nasabah.

Dengan demikian item-item tersebut perlu dipertahankan kinerjanya oleh PT.BPR NBP Bonapasogit 14.

C. Kuadran Prioritas Rendah

Kuadran Prioritas Rendah menunjukkan, bahwa beberapa faktor yang memang dianggap kurang penting pengaruhnya bagi nasabah, pelaksanaannya oleh PT.BPR NBP Bonapasogit 14 biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

Indikator-indikator yang masuk dalam kuadran ini adalah :

- (5) Karyawan Mengerti dan Memahami Tentang PT.BPR NBP 14 yang ditanyakan nasabah.
- (7) PT.BPR NBP 14 memiliki kelengkapan fasilitas informasi terkait prosedur pelayanan.
- (8) Karyawan PT.BPR NBP 14 cepat dalam menghadapi keluhan nasabah.
- (9) Karyawan PT.BPR NBP 14 memberi bantuan kepada nasabah tanpa diminta nasabah.

Dengan demikian item-item diatas dapat diabaikan/mempunyai skala prioritas pembenahan bagi PT.BPR NBP Bonapasogit 14.

D. Kuadran Berlebihan

Kuadran Berlebihan menunjukkan, bahwa faktor yang mempengaruhi nasabah kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

Indikator-indikator yang termasuk dalam kuadran ini adalah :

- (10) Karyawan PT.BPR NBP 14 dapat memberi solusi dari keluhan nasabah.
- (11) Karyawan PT.BPR NBP 14 membuat nasabah merasa aman saat melakukan transaksi di Bank BPR NBP.
- (12) Karyawan PT.BPR NBP 14 dapat berperilaku sopan/santun pada saat melayani nasabah.
- (13) Karyawan PT.BPR NBP 14 bertanggung jawab terhadap keamanan/kenyamanan nasabah.
- (14) Karyawan PT.BPR NBP 14 memahami keperluan nasabah.

Dengan demikian item-item tersebut berlebihan dilaksanakan PT.BPR NBP Bonapasogit 14, untuk itu lebih baik PT.BPR NBP Bonapasogit 14 mengalokasikan sumber dananya untuk prioritas utama terlebih dahulu.

Berdasarkan hasil diagram kartesius, untuk acuan perusahaan terutama pada kepuasan nasabah kedepannya PT.BPR NBP Bonapasogit 14 harus lebih mengutamakan pelaksanaan pada indikator, (2) PT.BPR NBP 14 Memiliki Ruang Tunggu Yang Nyaman, (4) Karyawan PT.BPR NBP 14 Dapat Memberikan Pelayanan Tepat, karena dianggap tidak dilaksanakan dengan baik oleh PT.BPR NBP Bonapasogit 14. Dengan demikian, item-item tersebut menjadi skala prioritas utama PT.BPR NBP Bonapasogit 14 untuk diperbaiki, maka dari itu lebih baik dari pihak PT.BPR NBP Bonapasogit 14 mengalokasikan sumber dananya untuk prioritas utama terlebih dahulu agar rencana perusahaan untuk memberi kepuasan kepada nasabah.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai analisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT.BPR NBP Bonapasogit 14, dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.BPR NBP Bonapasogit 14. Dalam kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.BPR NBP Bonapasogit 14 dapat diketahui melalui indikator kualitas pelayanan yang meliputi : berwujud (tangible), reliabilitas (reliability), ketanggapan (responsiveness), jaminan dan kepastian, dan empati (empathy). Berdasarkan hasil penyebaran koesioner terhadap 100 responden, secara keseluruhan penilaian responden dari PT.BPR NBP Bonapasogit 14, mengatakan kualitas pelayanan yang diberikan sudah sesuai/baik, hal ini dilihat dari jawaban responden terhadap kinerja PT.BPR NBP Bonapasogit 14 sudah melebihi 80%
2. Tingkat kepuasan nasabah atas pelayanan pada PT.BPR NBP Bonapasogit 14. Berdasarkan hasil tingkat kesesuaian, dari 15 atribut pertanyaan terdapat 4 atribut yang belum memenuhi kepuasan nasabah dan terdapat 11 atribut pertanyaan yang telah memenuhi kepuasan nasabah. Secara keseluruhan dari hasil rata-rata skor penilaian tingkat kinerja dan tingkat harapan diperoleh tingkat kesesuaian sebesar 100,52, sehingga sudah dapat memenuhi harapan nasabah atau dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.BPR NBP Bonapasogit 14 sudah memuaskan nasabah, hal ini dikarenakan tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan nasabah sebesar 100,52 atau mencapai diatas 100%.
3. Analisis pelayanan terhadap kepuasan dapat digunakan sebagai acuan oleh PT.BPR NBP Bonapasogit 14. Berdasarkan dari hasil gambar diagram kartesius, PT.BPR NBP Bonapasogit 14 perlu meningkatkan kualitas pelayanannya agar memenuhi kepuasan nasabah, indikator tersebut adalah (2) PT.BPR NBP 14 Memiliki Ruang Tunggu Yang Nyaman, (4) Karyawan PT.BPR NBP 14 Dapat Memberikan Pelayanan Tepat. Sedangkan indikator yang dianggap kurang penting namun dilaksanakan dengan berlebihan oleh PT.BPR NBP Bonapasogit 14 yaitu : (6) Karyawan PT.BPR NBP 14 dapat memberi solusi dari keluhan nasabah, (11) Karyawan PT.BPR NBP 14 membuat nasabah merasa aman saat melakukan transaksi di Bank BPR NBP, (12) Karyawan PT.BPR NBP 14 dapat berperilaku sopan/santun pada saat melayani nasabah, (13) Karyawan PT.BPR NBP 14 bertanggung jawab terhadap keamanan/kenyamanan nasabah, (14) Karyawan PT.BPR NBP 14 memahami keperluan nasabah. Walaupun demikian harus tetap terjaga kualitas pelayanannya agar nasabah tidak kecewa.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan pengamatan selama penelitian yang dilakukan pada PT.BPR NBP Bonapasogit 14, maka peneliti memberikan saran sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi PT.BPR NBP Bonapasogit 14 :

1. PT.BPR NBP Bonapasogit 14 harus meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara meningkatkan Ruang Tunggu Yang Nyaman, seperti penambahan AC di ruang tunggu sehingga nasabah yang menunggu merasa nyaman.
2. Demi memuaskan keinginan nasabah, para karyawan PT.BPR NBP 14 perlu melakukan *briefing* terlebih dahulu sebelum jam operasional dibuka. Tujuannya untuk membekali karyawan dengan berbagai informasi seputaran PT.BPR NBP Bonapasogit 14. Dan apabila ada nasabah yang mengalami kesulitan karyawan mampu menjawab permasalahan yang dialami nasabah. Tidak hanya itu karyawan mampu menjelaskan dan memberi pengertian kepada nasabah jika ada sesuatu yang nasabah kurang bisa dipahaminya.
3. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT.BPR NBP Bonapasogit 14 bisa dijadikan acuan untuk keberlangsungan jangka panjang perusahaan kedepannya dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih maksimal untuk menciptakan kepuasan nasabah, sehingga nasabah menjadi loyal pada PT.BPR NBP Bonapasogit 14. Agar nasabah merasakan kepuasan yang maksimal maka PT.BPR NBP Bonapasogit 14 harus lebih meningkatkan pelayanan pada faktor atau atribut yang dianggap sangat penting mempengaruhi kepuasan nasabah akan tetapi pihak PT.BPR NBP Bonapasogit 14 belum melaksanakan sesuai dengan keinginan nasabah, indikator-indikatornya yaitu : PT.BPR NBP 14 Memiliki Ruang Tunggu Yang Nyaman misalnya : kondisi ruangannya bersih ada disediakan majalah,koran ruang tunggu dan bebas dari asap rokok, Karyawan PT.BPR NBP 14 Dapat Memberikan Pelayanan Tepat misalnya : memberikan salam kepada nasabah yang datang dan menjelaskan dan memandu nasabah bila ada yang tidak dimengerti oleh nasabah dengan sabar.

DAFTAR PUSTAKA

- Bagus Tri Laksono, 2009. “ *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Nasabah Pengguna Kartu BPD Card Bank Jateng cabang utama Semarang*”, Semarang
- Bambang Edy Suryanto, 2010. “ *Analisa Kepuasan Nasabah dengan metode SERVQUAL untuk meningkatkan kualitas pelayanan di PT. Bank Rakyat Indonesia cabang Bengkalis*”.
- Buchari Alma 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Christopher Lovelock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry.2010. *Pemasaran jasa*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Deliyanti Oentoro.2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Penerbit Latsibang Pressindo
- Dwi Suhartanto. 2014. *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Fandy Tjiptono.2014. *Pemasaran Jasa*.Yogyakarta : Penerbit Andi
- Fitzsimmons.James A., Mona J. Fitzsimmons and Sabjeev K. Bordoloi. Eighth Edition 2014, *Service Management*, New York, Penerbit McGraw-Hill Education
- Junaedi.2002. “ *Analisis Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Taplus BNI cara Surakarta*”.
- Kasmir.2014. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : Penerbit PT. Raja Grafindo Persada
- Lovenia, 2012, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Jateng Cabang Semarang*
- Lukman Dendawijaya. 2005. *Manajemen Perbankan*. Jakarta : Penerbit Ghalia Indonesia
- Melayu Hasibuan.2009. *Dasar-Dasar Perbankan*. Jakarta : Penerbit Grafindo
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller.2009. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Penerbit Erlangga
- Philip Kotler. 2000. *Manajemen Pemasaran : Edisi Millenium Jilid 1*. Jakarta: PT. Prenhallindo

Rabat Lopiyoadi dan A.Hamdani.2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat

Slamet Riyadi, 2006, *Banking Assets and Liability Management*, Jakarta, Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia

Transtrianingsih, 2011, "*analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan nasabah pada bank muamalat cabang solo*", Solo

Lampiran 1.

KUESIONER PENELITIAN
Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. BPR NBP
Bonapasogit 14

Tanggal :

No :

Kepada Yth,
 Bapak/Ibu Nasabah
 PT. BPR NBP Bonapasogit 14

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyusunan Skripsi, bersama ini saya :

Nama : Franzola Victor P.Siregar
 NPM : 021113195

Mahasiswa Universitas Pakuan

Sedang mengadakan penelitian dengan judul “ Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di PT BPR NBP Bonapasogit 14”.

Untuk keperluan tersebut, saya mohon bantuan Bpk/Ibu dengan hormat untuk memberikan penilaian melalui kuesioner ini. Dan saya harap informasi yang Bapak/Ibu berikan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Atas kerjasama dan partisipasi yang telah diberikan, saya ucapkan terima kasih.

Identitas Responden

1. Nama :
2. Kota Asal :
3. Jenis Kelamin
 - a. Pria
 - b. Wanita
4. Usia

a. 17 s/d 24 Tahun	d. 47 s/d 57 Tahun
b. 25 s/d 35 Tahun	e. > 58 Tahun
c. 36 s/d 46 Tahun	
5. Pekerjaan

a. ASN	d. IRT
b. Pegawai Swasta	e. Lainnya
c. Wiraswasta	
6. Pendidikan

a. SD s/d SMP	d. Sarjana
b. SMA/SMK/STM	e. Pasca Sarjana
c. Diploma	
7. Pendapatan/Penghasilan Perbulan

a. < 3.jt	d. 10.jt s/d 15.jt
b. 3.jt s/d 5.jt	e. > 15.jt
c. 5.jt s/d 10.jt	

8. Sudah berapa lama anda menabung PT. BPR NBP Bonapasogit 14
- < 1 tahun
 - 1 < 3 Tahun
 - 3 < 5 Tahun
 - 5 < 7 Tahun
 - > 7 Tahun

I. Kualitas Pelayanan

Berilah jawaban sesuai urutan kualitasnya **sangat baik (a=4)**, **baik (b=3)**, **kurang baik (c=2)**, **tidak baik (d=1)**, dengan memberikan tanda ceklis (✓) sehubungan dengan kualitas pelayanan PT. BPR NBP Bonapasogit 14.

A. Bukti fisik (*Tangible*)

No	PERNYATAAN	Harapan				Kinerja			
		SB	B	KB	TB	SS	S	KS	TS
1	PT. BPR NBP memiliki gedung bersih dan nyaman								
2	PT. BPR NBP memiliki ruang tunggu yang nyaman								
3	Karyawan PT. BPR NBP berpakaian rapih dan bersih								

B. Realibilitas (*Realibility*)/Kehandalan

No	PERNYATAAN	Harapan				Kinerja			
		SB	B	KB	TB	SS	S	KS	TS
4	Karyawan PT. BPR NBP dapat memberikan pelayanan yang tepat dan cepat								
5	Karyawan mengerti dan memahami tentang PT. BPR NBP yang ditanyakan oleh nasabah								
6	Karyawan PT. BPR NBP dapat memberikan solusi dari keluhan nasabah								

C. Daya tanggap (*Responsiveness*)

No	PERNYATAAN	Harapan				Kinerja			
		SB	B	KB	TB	SS	S	KS	TS
7	PT. BPR NBP memiliki kelengkapan fasilitas informasi terkait prosedur pelayanan								
8	Karyawan PT. BPR NBP cepat/ tanggap dalam menghadapi keluhan nasabah								
9	Karyawan PT. BPR NBP memberikan bantuan kepada nasabah tanpa diminta nasabah								

C. Jaminan (*Assurance*)

No	PERNYATAAN	Harapan				Kinerja			
		SB	B	KB	TB	SS	S	KS	TS
10	Karyawan PT. BPR NBP ramah pada saat berkomunikasi dengan nasabah								
11	Karyawan PT. BPR NBP membuat nasabah merasa aman saat melakukan transaksi di Bank BPR NBP								
12	Karyawan PT. BPR NBP dapat berperilaku sopan dan santun pada saat melayani nasabah								

81	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
82	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
85	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	43
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
88	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
90	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
91	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	47
92	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	56
93	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	53
94	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2	2	4	52
95	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	53
96	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	52
97	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	54
98	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	42
99	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	51
100	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
Skor Total	322	316	320	322	314	323	295	305	318	330	327	328	325	329	330	4804

37	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
39	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
40	4	2	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	2	44
41	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	2	46
42	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	56
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
45	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
46	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	59
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
50	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	56
51	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	42
52	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	52
53	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	51
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	48
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
56	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
63	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	59
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
70	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	50
71	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	53
72	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	51
73	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	51
74	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	57
75	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	55
76	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	53
77	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	49
78	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	51
79	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	56

80	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	58
81	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	46
82	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	47
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
84	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
86	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	46
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
89	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
90	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
92	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
94	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
96	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
97	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	46
98	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
99	2	4	3	3	4	4	3	2	3	4	3	3	4	4	3	49
100	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	50
Skor Total	345	335	346	337	343	336	337	333	346	350	345	347	345	346	342	5133

Lampiran 4. Surat Riset

Surat Keterangan

NO.151/BPR_NBP14-SKET/X/2017

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Holmes Frans R, SE

Jabatan : Pimpinan Cabang

Dengan ini menerangkan dengan benar bahwa:

Nama : Franzola Victor P. Siregar

NIM : 021113195

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Bahwa yang bersangkutan di atas adalah mahasiswa Universitas Pakuan Bogor yang telah melakukan kegiatan magang pada kantor PT BPR NBP Bonapasogit 14 dari tanggal **04 Oktober 2017** sampai **14 Oktober 2017**

Mahasiswa yang bersangkutan telah menyelesaikan magangnya dengan baik dan kami berharap semua ilmu didapatnya di lapangan dapat menambah wawasan dan pengetahuan sehingga dapat menunjang studi yang bersangkutan. Kami juga berharap semoga kegiatan positif ini menambah pengalaman dalam menempuh dunia kerja dimasa yang akan datang.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat semoga dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Tangerang, 14 Oktober 2017

Holmes Frans R, SE
Pimpinan Cabang