

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1. Pengertian Bank

³Bank merupakan salah satu lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak di bidang keuangan. Pengertian bank menurut Undang-undang Nomor 10 Tahun 1998 tentang Perubahan Atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1992 tentang Perbankan, menyatakan bahwa bank adalah 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. Ada juga pengertian bank yang dikemukakan para ahli yang mengatakan bahwa:

Bank adalah suatu badan usaha yang melaksanakan berbagai macam jasa, seperti memberikan pinjaman, mengedarkan mata uang, pengawasan terhadap mata uang, bertindak sebagai tempat penyimpanan benda-benda berharga, membiayai perusahaan-perusahaan, dan lain-lain.

Selain itu, bank sebagai badan yang usaha utamanya memberikan kredit. Dari pengertian tersebut dapat dikemukakan bahwa usaha bank selalu berkaitan dengan masalah keuangan, yaitu: menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Dengan demikian bank sebagai suatu badan berfungsi sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) dari dua pihak, yaitu pihak yang kelebihan dana (*surplus unit*) dan pihak yang kekurangan dana

³ <http://yahoo.files.wordpress.com/2009/01/bank.pdf>

(*defisit unit*). Hal ini juga yang menyebabkan lembaga bank disebut sebagai lembaga kepercayaan, artinya pihak yang kelebihan dana mempercayakan sepenuhnya kepada bank untuk mengelola dananya termasuk menyalurkannya kepada pihak yang kekurangan atau memerlukan dana berupa kredit. Wujud kepercayaan tersebut dalam bentuk tidak ikut campurnya pihak yang surplus unit dalam menentukan pihak defisit unit mana yang layak dipercaya.

Bank sebagai lembaga perantara keuangan, di samping harus tetap menjaga kepercayaan masyarakat dengan menjamin tingkat likuiditas juga harus beroperasi secara efektif dan efisien untuk mencapai tingkat *rentabilitas* (keuntungan) yang memadai. Kunci dari keberhasilan manajemen bank adalah bagaimana bank tersebut bisa merebut hati masyarakat sehingga peranannya sebagai *financial intermediary* (perantara keuangan) berjalan dengan baik. Salah satu hal yang bisa merebut hati masyarakat adalah adanya kinerja bank yang baik. Bagi nasabah, mengetahui kinerja suatu bank dapat membantu mengambil keputusan apakah bank tersebut dapat dipercaya atau tidak.

3.2. Teori Kepuasan

⁴*Frederick Herzberg* mengembangkan teori 2 faktor yang membedakan *dissatisfier* (faktor-faktor yang menyebabkan ketidakpuasan) dan *satisfier* (faktor yang menyebabkan kepuasan). Ketidakberadaan *dissatisfier* tidaklah cukup, sebaliknya *satisfier* harus ada secara aktif untuk memotivasi suatu pembelian.

Pelanggan pada dasarnya memiliki harapan terhadap 2 atribut, yaitu :

⁴ [http://yahoo.files.wordpress.com/2008/04/kepuasan berdasarkan para ahli.pdf](http://yahoo.files.wordpress.com/2008/04/kepuasan%20berdasarkan%20para%20ahli.pdf).

1. Atribut pokok (atribut standar) yang selayaknya harus terdapat pada setiap produk/layanan, serta
2. Atribut puas yang merupakan atribut tambahan yang bukan merupakan atribut standar.

Jika pelanggan kecewa, maka perusahaan harus mengelola atribut pokoknya dengan baik agar pelanggan menjadi tidak kecewa. Sedangkan kondisi tidak puas terjadi apabila atribut puas yang ditawarkan oleh perusahaan belum sesuai dengan harapan pelanggan. Sesuai konsep “Model Sikap dan Perilaku Pelanggan”, bahwa kepuasan pelanggan dapat tercapai bila apa yang diharapkan terhadap produk/layanan perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan. Untuk itu perusahaan harus mengelola atribut pokok dan atribut puas dengan baik.

Apabila atribut pokok telah dipenuhi sesuai dengan harapan pelanggan, dan atribut puas dapat melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan menjadi senang, yang pada akhirnya dapat berakibat tercapainya loyalitas pelanggan.

3.3. Kepuasan Pelanggan

⁵Kepuasan pelanggan adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dipenuhi. Suatu layanan dinilai memuaskan bila layanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan layanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas

⁵ Irawan, H. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 2002.

terhadap suatu layanan yang disediakan, maka layanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi layanan publik.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan layanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak layanan terhadap populasi sasaran.

⁶Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan layanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu layanan yang disediakan, maka layanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi layanan publik. Pada kondisi persaingan sempurna, dimana pelanggan mampu untuk memilih di antara beberapa alternatif pelayanan dan memiliki informasi yang memadai, kepuasan pelanggan merupakan satu determinan kunci dari tingkat permintaan layanan dan fungsi/operasionalisasi pemasok. Namun bila hanya satu agen, baik pemerintah maupun sektor swasta, yang merupakan penyedia tunggal pelayanan, maka penggunaan kepuasan pelanggan untuk mengukur efektifitas dan efisiensi pelayanan sering tidak kelihatan.

Ada beberapa faktor yang dapat dipertimbangkan oleh pelanggan dalam menilai suatu layanan, yaitu: ketepatan waktu, dapat dipercaya, kemampuan

⁶ Wahyuddin, dan Muryati, Ambar, (2001), Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

teknis, dapat diharapkan, berkualitas dan harga yang sepadan. Berdasarkan faktor-faktor tersebut, pelanggan sendiri yang menilai tingkat kepuasan yang mereka terima dari barang atau jasa spesifik yang diberikan, serta tingkat kepercayaan mereka terhadap kemampuan pemberi layanan.

Tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan merupakan faktor yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan layanan yang tanggap terhadap kebutuhan pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak layanan terhadap populasi sasaran. Dalam rangka mengembangkan suatu mekanisme pemberian layanan yang memenuhi kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan, perlu mengetahui hal-hal berikut :

1. Mengetahui apa yang pelanggan pikirkan tentang anda, pelayanan anda, dan pesaing anda.
2. Mengukur dan meningkatkan kinerja anda.
3. Mempergunakan kelebihan anda kedalam pemilahan pasar.
4. Memanfaatkan kelemahan anda kedalam peluang pengembangan sebelum orang lain memulainya.
5. Membangun wahana komunikasi internal sehingga setiap orang tahu apa yang mereka kerjakan.
6. Menunjukkan komitmen anda terhadap kualitas dan pelanggan anda

Umpan balik dan informasi merupakan elemen yang penting dalam membangun sistem pemberian pelayanan yang efektif, termasuk:

- a. Tingkat kepuasan pelanggan
- b. Kualitas pelayanan

⁷Berikut ini langkah-langkah yang dilakukan didalam mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan :

1. Data yang dikumpulkan

- Jenis Pelayanan
- Tuliskan setiap jenis pelayanan tersebut karena pelayanan inilah yang akan diukur kinerjanya di dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan
 - a. Kinerja Pelayan dan Tingkat Kepentingan Pelayanan.
- Meminta pelanggan agar memberikan nilai terhadap kinerja dan tingkat kepentingan

2. Bagaimana mengumpulkan data

a. Responden

- Responden dipilih secara acak.
- Identifikasi pelanggan yang akan menjadi responden
- Lakukan wawancara perorangan menggunakan kuesioner untuk mengukur tingkat kepentingan pelayanan dan kinerja pemberi pelayanan

b. Waktu

- Pilih waktu yang tepat bagi pelanggan.
- Jangan menentukan waktu sendiri, tetapi rundingkan dengan pelanggan kapan waktu luang mereka, sehingga ada kesepakatan.
- Jawaban yang akurat hanya dapat diperoleh bila pelanggan dengan senang hati memberikan informasi.

c. Lokasi

⁷ Susanto, (2001), Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

- Penentuan lokasi pengukuran kepuasan pelanggan sangat tergantung dari cakupan kajian.
- Untuk cakupan lokasi yang luas lakukan sampling pemilihan lokasi. Pilih lokasi yang representatif.

3. Metoda analisis

- Kompilasikan angka-angka penilaian kepuasan pelanggan terhadap:
- Lakukan analisis deskriptif dari setiap jawaban yang terkumpul masing-masing area pada matriks. Misal: persentase jawaban yang terkumpul pada masing-masing area.

4. *Survey Baseline* dan *Survey Lanjutan*

- Apabila dibutuhkan untuk membandingkan data sebelum dan sesudah proyek untuk mengukur perubahan di dalam tingkat kepuasan pelanggan lakukan beberapa kali survei yang sama. Biasanya, lakukan survei dasar dan survei lanjutan.
- Selang waktu antara dua survei tergantung dari tujuan survei dan juga masa proyek. Ini dapat dilakukan terus menerus, secara periodik, atau pada awal dan akhir proyek.

5. Interpretasi

Tingkat kepuasan pelanggan didefinisikan dengan parameter-parameter sebagai berikut:

- a. Kepuasan pelanggan tinggi: persentase responden yang melaporkan tingkat kepentingan pelayanan lebih besar dari 3 (4 atau 5) dan menilai tingkat kinerja pelayanan lebih besar dari 3 (4 atau 5). Pada kondisi ini pelanggan

menemukan bahwa kinerja pemberi pelayanan adalah baik didalam memberikan pelayanan yang penting bagi keputusan mereka didalam menentukan produksi.

- b. Kepuasan pelanggan sedang : persentase responden yang menilai kepentingan pelayanan adalah sedang sampai tinggi (3, 4 atau 5) tetapi menilai kinerja pemberi pelayanan hanya sedang (3); atau sebaliknya menilai kinerja pelayanan sedang sampai tinggi (3,4 atau 5) tetapi menilai kepentingan hanya sedang (3).
- c. Kepuasan pelanggan rendah : persentase responden yang menilai kepentingan pelayanan sedang sampai tinggi (3, 4 or 5) tetapi kinerja pelayanan rendah dan sangat rendah (2 or 1).
- d. Pelayanan tidak efisien : area kunci dari matriks kepuasan pelanggan dari responden yang menilai pelayanan tidak penting (2 atau 1) tetapi kinerja pemberi pelayanannya dinilai sedang sampai sangat baik (3, 4 atau 5). Kategori ini menunjukkan dua kemungkinan skenario yaitu sumberdaya pemerintah dibuang-buang (karena pelayanan yang tidak penting diberikan secara baik) atau program dimana terjadi eksternaliti positif yang tidak dikenal.
- e. Pelayanan tidak berguna : persentase responden yang melaporkan tingkat kepentingan pelayanan rendah atau sangat rendah (2 atau 1) dan kinerja pemberi pelayanannya juga rendah dan sangat rendah (2 atau 1).

6. Analisa Perbandingan

- Data kepuasan pelanggan dapat dianalisa berdasarkan setiap pelayanan atau lokasi geografis atau tingkat kesejahteraan, tergantung dari tingkat kepentingan dan keinginan tim evaluasi.
- Dengan demikian analisis dapat dilakukan untuk membandingkan tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan:
 - a. Pelayanan ke pelayanan;
 - b. *Baseline* dan kajian lanjutan;
 - c. Sebelum dan sesudah proyek;
 - d. Tahun pertama agregasi dengan tahun berikutnya agregasi

Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Dalam pendekatan *Total Quality Management* (TQM), sesungguhnya kualitas pelayanan ditentukan oleh pelanggan. Oleh karena itu dengan memahami proses dan pelanggan maka organisasi dapat menyadari dan menghargai akan pentingnya kualitas mutu pelayanan. Semua usaha manajemen diarahkan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Apa pun yang dilakukan manajemen tidak akan ada gunanya bila akhirnya tidak menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan. Adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai bahan analisis untuk meningkatkan pelayanan.

Day dalam Tse dan Wilton (1998), Kepuasan pelanggan adalah respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya. Wilkie (1990) mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.

Engel, et al. (1990) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan pelanggan. Sedangkan Kotler (1994) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Menurut *F. Tjiptono (1997)*, kepuasan pelanggan tidak lepas dari kreativitas yang memungkinkan organisasi jasa menangani dan memecahkan masalah-masalah yang sedang maupun yang akan dihadapi dalam praktek bisnis yang dilakukan sehari-hari. Untuk mewujudkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan, organisasi jasa harus melakukan 4 (empat) hal :

1. Mengidentifikasi siapa pelanggannya
2. Memahami tingkat harapan pelanggan atas kualitas
3. Memahami strategi kualitas pelayanan pelanggan
4. Memahami siklus pengukuran umpan balik dari kepuasan pelanggan.

Analisis Pelayanan

Banyak pakar dan organisasi yang mencoba mendefinisikan kualitas berdasarkan sudut pandangnya masing-masing. Dari definisi-definisi terdapat beberapa kesamaan, yaitu dalam elemen-elemen sebagai berikut:

- Kualitas meliputi usaha memenuhi harapan pelanggan
- Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan

- Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang)

Dengan berdasarkan beberapa persamaan elemen-elemen tersebut di atas, *Goetsch dan Davis (1994, p.4)* membuat definisi mengenai kualitas yang cakupannya lebih luas, yaitu: “ Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”, definisi kualitas menurut *Kotler, (1994)* adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

3.4.1. Penilaian Kualitas Dinilai Berdasarkan Dimensi

⁸Penilaian kualitas dapat dinilai berdasarkan beberapa dimensi yakni:

- a. *Tangible*, memperlihatkan fasilitas fisik, peralatan, karyawan dan bahan-bahan.
 1. Penampilan gedung kantor
 2. Interior bangunan gedung kantor
 3. Penampilan karyawan
- b. *Reliability*, kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan-pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan dapat diandalkan.
 1. Keandalan menangani transaksi
 2. Ketepatan memenuhi janji

⁸ Griffin Till: 1995: *Customer Loyalty: How to earn it and how too keep it: Lexington Books.*

3. Akurasi pencatatan transaksi
- c. *Responsiveness*, kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat.
 1. Lama mengantri
 2. Kecepatan pelayanan
 3. Kesungguhan karyawan membantu
- d. *Assurance*, pengetahuan dan sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan rasa percaya pelanggan.
 1. Memberi rasa aman bertransaksi
 2. Keramahtamahan
 3. Pengetahuan produk
- e. *Empathy*, rasa peduli, perhatian secara pribadi yang diberikan pada pelanggan.
 1. Memberi perhatian pribadi
 2. Kenyamanan jam operasional
 3. Mempunyai produk sesuai kebutuhan

3.4.2. Kualitas Pelayanan

Dalam pemasaran, produk mempunyai arti yang luas, yaitu suatu kesatuan yang ditawarkan pada pasar baik yang berwujud maupun tidak berwujud. Produk yang berwujud biasa disebut barang (*goods*) dan produk yang tidak berwujud biasa disebut jasa (*service*). Seperti yang diungkapkan oleh *Kotler dan Armstrong (1993:494)* jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan

kepemilikan sesuatu. Proses produksinya mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Sementara itu *Robert D. Reid (1989:29)* memberikan penjelasan mengenai jasa adalah sesuatu yang tidak berwujud, tidak seperti produk yang berwujud jasa bukan barang fisik, tetapi sesuatu yang menghadirkan kegiatan atau perbuatan. Kehadirannya ini umumnya dilakukan atas dasar personal sering berhadapan langsung antara individu. *Christian Gonroos (1990:27)* mencoba memadukan pengertian jasa sebagai aktivitas dari suatu hakikat yang tidak berwujud yang berinteraksi antara konsumen dan pemberi jasa dan/sumber daya fisik atau barang dan/ sistem yang memberikan jasa, yang memberikan solusi bagi masalah-masalah konsumen.

Dari pengertian tentang jasa, dapat dikatakan bahwa jasa, mempunyai beberapa karakteristik. Menurut *Philip Kotler (1994:466)*, ada empat karakteristik utama jasa yang berpengaruh besar pada perencanaan program pemasaran yaitu :

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Bila barang merupakan suatu objek, alat, material, atau benda; maka jasa justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha.

2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Kegiatan jasa tidak dapat dipisahkan dari pemberi jasa, baik perorangan ataupun organisasi serta perangkat mesin/teknologi.

3. *Variability* (berubah-ubah/aneka ragam)

Bahwa kualitas jasa yang diberikan oleh manusia dan mesin/peralatan berbedabeda, tergantung pada siapa yang memberi, bagaimana, memberikannya, serta waktu dan tempat jasa tersebut diberikan.

4. *Perishability* (tidak tahan lama)

Bahwa jasa tidak bisa disimpan untuk kemudian dijual atau digunakan, sehingga pada dasarnya jasa langsung dikonsumsi pada saat diberi. Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah jika permintaan selalu ada dan mantap karena menghasilkan jasa di muka dengan mudah. Bila permintaan turun, maka masalah yang sulit akan segera muncul.

Prinsip-prinsip kualitas jasa dalam rangka menciptakan gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi organisasi jasa untuk menyempurnakan kualitas, organisasi bersangkutan harus mampu mengimplementasikan enam prinsip utama yang berlaku bagi perusahaan manufaktur maupun organisasi jasa. Keenam prinsip ini sangat bermanfaat dalam membentuk mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan dengan didukung oleh para pemasok, karyawan, dan pelanggan. Keenam prinsip tersebut terdiri atas (*Wolkins*, dikutip dalam *Scheuing & Christopher, 1993*):

1. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin dan mengarahkan organisasinya dalam upaya peningkatan kinerja kualitas. Tanpa adanya

kepemimpinan dari manajemen puncak, usaha peningkatan kualitas hanya akan berdampak kecil.

2. Pendidikan

Semua karyawan perusahaan, mulai dari manajer puncak sampai karyawan operasional, wajib mendapatkan pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut antara lain konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

3. Perencanaan strategik

Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang digunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visi dan misinya.

4. *Review*

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini menggambarkan mekanisme yang menjamin adanya perhatian terus-menerus terhadap upaya mewujudkan sasaransasaran kualitas.

5. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi organisasi, baik dengan karyawan, pelanggan, maupun *stakeholder* lainnya.

6. *Total Human Reward*

Reward dan *recognition* merupakan aspek krusial dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan berprestasi perlu diberi imbalan dan prestasinya harus diakui. Dengan cara seperti ini, motivasi, semangat kerja, rasa bangga dan rasa memiliki (*sense of belonging*) setiap anggota organisasi dapat meningkat, yang pada akhirnya berkontribusi pada peningkatan produktifitas dan profitabilitas bagi perusahaan, serta kepuasan dan loyalitas pelanggan.

3.5. Teknik Pengambilan Sampel

⁹Dalam sebuah penelitian dengan menggunakan survei tidak harus selalu semua individu dalam populasi diteliti, karena disamping membutuhkan waktu yang lama penelitian akan memerlukan biaya yang mahal. Cukup dengan meneliti sebagian dari populasi yang disebut dengan sampel diharapkan dapat mewakili sifat populasi yang bersangkutan.

¹⁰Populasi adalah keseluruhan objek yang akan ingin diteliti. Populasi ini sering juga disebut *Universe*. Populasi yang tidak pernah diketahui dengan pasti jumlahnya disebut "*Populasi Infinit*" atau tak terbatas, dan populasi yang jumlahnya diketahui dengan pasti (populasi yang dapat diberi nomor identifikasi), misalnya murid sekolah, jumlah karyawan tetap pabrik, dan lain-lain disebut "*Populasi Finit*". Suatu kelompok objek yang berkembang terus (melakukan proses sebagai akibat kehidupan atau suatu proses kejadian) adalah *Populasi*

⁹ Walpole, R.E. *Pengantar Statistika: Edisi ke-3*, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta, 1995.

¹⁰ <http://www.google.com/>"Teknik pengambilan sampel"

Infinite. Jadi populasi yang diteliti harus didefinisikan dengan jelas, termasuk didalamnya ciri-ciri dimensi waktu dan tempat.

Sampel adalah bagian dari populasi yang menjadi objek penelitian (sampel sendiri secara harfiah berarti contoh). Hasil pengukuran atau karakteristik dari sampel disebut "statistik" yaitu \bar{X} untuk harga rata-rata hitung dan S atau SD untuk simpangan baku. Alasan perlunya pengambilan sampel adalah sebagai berikut :

1. Keterbatasan waktu, tenaga dan biaya.
2. Lebih cepat dan lebih mudah.
3. Memberi informasi yang lebih banyak dan dalam.
4. Dapat ditangani lebih teliti.

3.5.1. Jenis Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel pada dasarnya memiliki beragam pembagian yang bertolak dengan asumsi yang sama, teknik pengambilan sampel harus maksimal memungkinkan diperolehnya sampel yang representatif. Teknik pengambilan sampel ini terbagi atas dua yaitu :

1. Teknik pengambilan sampel secara acak (*probability sampling*)

Teknik pengambilan sampel secara acak (*probability sampling*) yaitu pengambilan sampel yang memiliki peluang yang sama yang dapat dihitung untuk dipilih menjadi anggota sampel. Penggunaan sampel ini dengan cara menggunakan populasi dan tujuan penelitian, dan penentuan sampel probabilitas

dapat dilakukan dengan benar apabila terdapat daftar anggota populasi yang lengkap. Ada empat rancangan sampling dalam kategori sampel probabilitas:

a. Sampling acak sederhana (*Simple Random Sampling*)

Sampling acak sederhana (*simple random sampling*) adalah setiap unsur dari keseluruhan populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih. Dengan cara menggunakan undian, tabel bilangan random dan komputer.

b. Sampling sistematis (*Systematical Sampling*)

Sampling sistematis (*systematical sampling*) yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara ordinal, artinya anggota sampel yang dipilih berdasarkan urutan tertentu. Di sini, unsur yang pertamalah yang dipilih secara random, unsur-unsur lainnya ditarik dengan mengambil jarak tertentu.

c. Sampling Bertingkat (*Startified Sampling*)

Sampling Bertingkat (*Startified Sampling*) yaitu teknik pengambilan sampel apabila populasi heterogen atau terdiri atas kelompok-kelompok yang bertingkat. Penentuan tingkat berdasarkan karakteristik tertentu.

d. Sampling Klaster atau Berkelompok (*Cluster Sampling*)

Sampling klaster atau berkelompok (*Cluster Sampling*) yaitu pengambilan sampel apabila tersebar beberapa daerah kecamatan, kabupaten, propinsi dan seterusnya. Pada peta daerah tersebut diberi nomor yang kemudian ditarik secara acak untuk dijadikan anggota sampelnya.

2. Teknik Pengambilan Sampel Secara Tak Acak (*Sampling Nonprobabilitas*)

Dalam teknik pengambilan secara tak acak ini anggota sampel tidak berpeluang dihitung untuk dipilih menjadi anggota sampel. Anggota sampel yang terpilih berdasarkan pertimbangan tertentu dan dianggap representatif, untuk itu karakteristik populasi harus dikenal baik, pengambilan sampel tak acak ini dilakukan karena tidak adanya daftar anggota populasi yang lengkap. Adapun yang termasuk kedalam *sampling nonprobability* adalah :

1. Sampling kebetulan (*accidental sampling*), yaitu mengambil sampel siapa saja yang ada atau kebetulan ditemui
2. Sampling kuota (*quota sampling*), yaitu menetapkan jumlah tertentu untuk setiap strata lalu meneliti siapa saja yang ada sampai jumlah itu terpenuhi,
3. Sampling bertujuan, yaitu memilih orang-orang tertentu karena dianggap berdasarkan penilaian tertentu mewakili statistik, tingkat signifikansi, dan prosedur pengujian hipotesis, tidak berlaku bagi rancangan sampling nonprobabilitas.

Tujuan pengambilan sampel agar sampel yang diambil dari populasinya "*representatif*" (mewakili), sehingga dapat diperoleh informasi yang cukup untuk mengestimasi populasinya. Defenisi dalam rangka pengambilan sampel, ada beberapa pengertian yang perlu diketahui, yaitu:

1. Populasi Sasaran (*Target Populasi*):

Yaitu populasi yang menjadi sasaran pengamatan atau populasi dari mana suatu keterangan, akan diperoleh.

2. Kerangka Sampel (*Sampling Frame*):

Yaitu suatu daftar unit-unit yang ada pada populasi yang akan diambil sampelnya (daftar anggota populasinya).

3. *Unit Sampel(Sampling Unit):*

Yaitu unit terkecil pada populasi yang akan diambil sebagai sampel

4. *Rancangan Sampel*

Yaitu rancangan yang meliputi cara pengambilan sampel dan penentuan besar sampelnya.

5. *Random.*

Yaitu cara mengambil sampel, dimana setiap unit dalam populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Salah satu cara menentukan ukuran sampel menurut *Slovin*, adapun rumus Slovin yang digunakan:

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = 10% tingkat kesalahan (*sampling error*)

3.7. Penilaian Kualitas

Penilaian kualitas dalam menilai suatu kepuasan pelanggan berdasarkan 5 dimensi yakni :

1. *Reliability* (keandalan), yaitu meliputi kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.

2. *Responsiveness* (keresponsifan/ ketanggapan), yaitu kecepatan dan ketanggapan karyawan untuk menolong mengatasi masalah nasabah dan ketersediaan untuk melayani nasabah dengan baik.
3. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan, keamanan dan kesopanan petugas/karyawan serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga nasabah terbebas dari resiko.
4. *Emphaty* (empati/perhatian), yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada nasabah, memahami kebutuhan nasabah, serta kemudahan untuk dihubungi.
5. *Tangibles* (ujud nyata), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana prasarana pelayanan.¹¹

3.8. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

3.8.1. Uji Validitas

¹²Uji validitas adalah uji tentang kemampuan suatu kuisisioner sehingga benar-benar dapat mengukur apa yang ingin diukur. Untuk menguji validitas item item pertanyaan dengan membuat korelasi skor pada item tersebut (yang diuji) dengan skor total. Validitas berasal dari kata *validity* yang memiliki arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukur. Suatu tes atau instrumen pengukur dapat dikatakan mempunyai validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil

¹¹ Gaspersz, V. *Manajemen Bisnis Total Dalam Era Globalisasi*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997

¹² Saifuddin, Azwar, *Reliabilitas dan Validitas*, Edisi Ke Tiga Cetakan Pertama, Pustaka Pelajar, (1997), Yogyakarta.

ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Pengertian lain dari validitas adalah aspek kecermatan pengukuran. Suatu alat ukur yang valid tidak hanya sekedar mampu mengungkapkan data dengan tepat, akan tetapi juga harus memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Kecermatan dalam hal ini berarti mampu memberikan gambaran mengenai perbedaan yang sekecil-kecilnya diantara subjek yang satu dengan yang lain. Hasil ukur yang kurang cermat dan teliti dapat menimbulkan kesalahan yang berupa hasil yang terlalu tinggi (*overestimate*) atau yang terlalu rendah (*underestimate*).¹³

Pengujian di sini menggunakan rumus korelasi produk *Moment Pearson* yakni :¹⁴

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Dimana :

r = koefisien korelasi antara variabel x dan y

n = jumlah sampel

x, y = skor dari masing-masing variabel

3.8.2. Uji Reabilitas

Reliabilitas merupakan penerjemahan dari kata *reliability* yang berasal dari kata *rely* dan *ability*. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi disebut

¹³ Syafaruddin, Manajemen Mutu Terpadu dalam Pendidikan: Konsep, Strategi, dan Aplikasi, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2002.

¹⁴ Arikunto, Suharsimi, (1996), Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi Ketiga, Rineka Cipta, Jakarta.

sebagai pengukuran yang reliabel. Konsep reliabilitas sendiri adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Reliabilitas kuisioner diperlihatkan oleh nilai *alpha*, dimana bila nilai *alpha* lebih besar dari 0,7 maka kuisioner yang disusun cukup *reliabel*. Rumus yang digunakan:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \alpha^2_b}{\alpha^2_t} \right]$$

Dimana :

α = nilai reabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

K = jumlah responden

α^2_b = jumlah semua varian tiap butir

α^2_t = varians total

3.9. Karakteristik dan Proses Perancangan

¹⁵Salah satu ciri dari aktivitas perancangan adalah bahwa selalu dimulai dari akhir dan berakhir di awal. Artinya, fokus dari semua aktivitas perancangan adalah titik akhir (deskripsi produk).

3.9.1. Karakteristik Perancangan

Karakteristik perancangan mengalami perubahan seiring berjalannya waktu. Pada masyarakat tradisional, aktivitas perancangan dilakukan oleh orang

¹⁵ Cross, Nigel, *Engineering Design Methods: Strategies for Product Design* New York; John Wiley & Sons, 1996

yang sama dengan pembuat produk. Pada kondisi ini, tidak diperlukan adanya model seperti Gambar sebagai media komunikasi rancangan.

Pada masyarakat modern, aktivitas perancangan dan pembuatan produk dilakukan oleh orang yang berbeda. Dengan kata lain, orang yang merancang produk dan orang yang membuat produk adalah tidak sama. Oleh karena itu, diperlukan suatu media yang berfungsi sebagai alat komunikasi antara perancang dan pembuat produk. Media komunikasi yang sangat efektif untuk digunakan adalah Gambar teknik. Pada saat ini, proses pembuatan produk menggunakan robot dan terkomputerisasi.

Media komunikasi yang digunakan adalah program-program komputer dalam kartu-kartu magnetik. Perbandingan antara karakteristik-karakteristik perancangan seperti yang telah disebutkan di atas, dapat dilihat pada Tabel 3.1 perbandingan aktivitas perancangan sebagai berikut:

Tabel 3.1.

Perbandingan Aktivitas Perancangan

| Tipe Masyarakat | Ciri | Media Komunikasi Rancangan |
|------------------------|---|-----------------------------------|
| Masyarakat Tradisional | Perancang dan pembuat adalah orang yang sama | Pikiran sendiri |
| Masyarakat Modern | Perancang dan pembuat adalah orang yang berbeda | Gambar teknik |
| Industri Terotomasi | Pembuat produk adalah mesin | Program-program komputer |

3.9.2. Model Perancangan Produk

Model perancangan produk dapat dibedakan menjadi dua model, yaitu model deskriptif dan model preskriptif. Penjelasan singkat tentang model tersebut dipaparkan di bawah ini:

1. Model Deskriptif.

Model ini menekankan pada pentingnya menghasilkan suatu konsep solusi sejak dini dalam proses perancangan. Model ini fokus pada solusi, heuristic (pengalaman sebelumnya), bersifat umum, *rule of thumb*.

2. Model Preskriptif.

Model ini menekankan pada kebutuhan untuk melakukan aktivitas yang lebih analitik sebelum aktivitas pembangkitan alternatif-alternatif konsep solusi. Model ini bersifat algoritmik, prosedur sistematis.

3.9.3. Metode Perancangan Produk

¹⁶Ada dua metode yang dapat digunakan dalam melakukan aktivitas perancangan suatu produk. Metode-metode tersebut adalah metode kreatif dan metode rasional.

1. Metode Kreatif

Metode kreatif adalah metode perancangan yang bertujuan untuk membantu merangsang pemikiran kreatif dengan cara meningkatkan produksi Gagasan, menyisihkan hambatan mental terhadap kreativitas, atau dengan cara memperluas area pencarian solusi.

Terdapat dua jenis metode kreatif yang sering digunakan, yaitu:

1. *Brainstorming*, adalah metode yang bertujuan untuk merangsang sekelompok orang untuk menghasilkan sejumlah besar Gagasan dengan cepat.

¹⁶ Ginting, Rosnani. 2008. "Perancangan Produk". Medan: Departemen Teknik Industri USU.

2. *Synectics*, adalah suatu aktivitas kelompok yang mencoba membangun, mengkombinasikan, dan mengembangkan gagasan-gagasan untuk memberikan solusi kreatif terhadap permasalahan perancangan. Cirinya adalah membangkitkan analogi.

2. Metode Rasional

Metode rasional menggunakan pendekatan yang sistematis dalam merancang. Namun, metode rasional sering memiliki tujuan yang sama dengan metode kreatif, seperti memperluas daerah penelitian untuk solusi potensial, atau menjadi fasilitator tim kerja dan kelompok pengambil keputusan.

Ada beberapa langkah dari metode perancangan rasional yang dapat dilihat pada Tabel 3.2 langkah perancangan produk dengan metode rasional.

Tabel 3.2.

Langkah Perancangan Produk dengan Metode Rasional

| No | Langkah Perancangan | Metode yang Sesuai | Tujuan dari Metode |
|-----------|----------------------------|----------------------------------|--|
| 1 | Klarifikasi Tujuan | Pohon Tujuan | Mengklarifikasi tujuan dan sub tujuan perancangan, serta Hubungan satu sama lain |
| 2 | Penetapan Fungsi | Analisis Fungsional | Menetapkan fungsi-fungsi yang diperlukan dan batas-batas sistem rancangan produk yang baru |
| 3 | Penetapan Spesifikasi | <i>Performance Specification</i> | Membuat spesifikasi kinerja yang akurat dari suatu solusi rancangan yang diperlukan |
| 4 | Penentuan Karakteristik | QFD | Menetapkan target apa yang akan dicapai oleh karakteristik teknis produk sehingga dapat memuaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen |

3.9.4. Proses-proses Dalam Perancangan Produk

¹⁷Perancangan produk menurut *Nigel Cross* terbagi atas tujuh langkah yang mempunyai yang masing-masing mempunyai metode tersendiri. Langkah-langkah tersebut diuraikan sebagai berikut :

1. Klarifikasi Tujuan

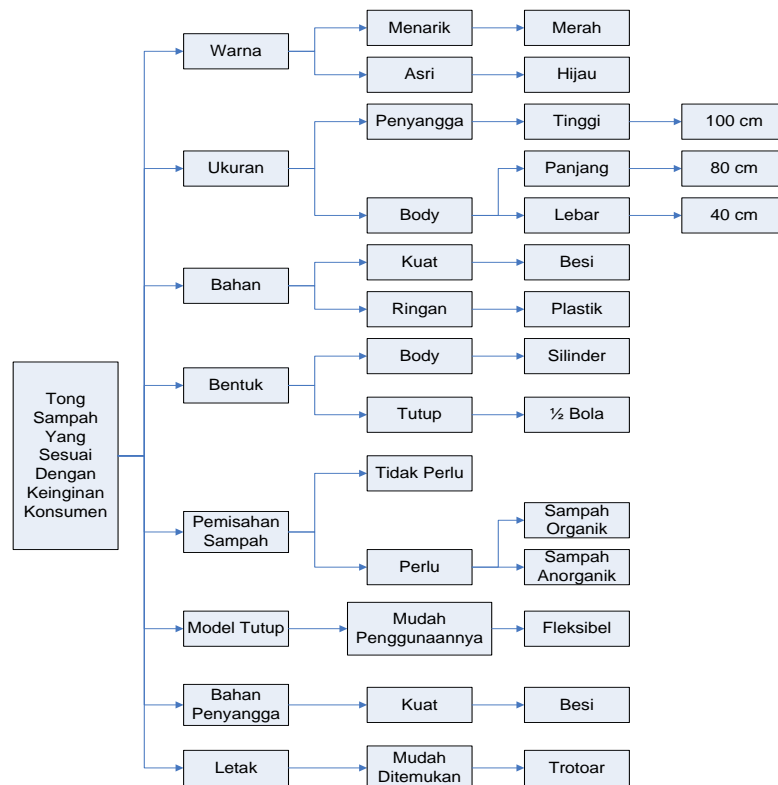
Langkah pertama yang penting dalam merancang adalah berupaya untuk memperjelas tujuan perancangan. Pada kenyataannya, sangat membantu dalam hasil di tiap langkah hingga hasil yang diharapkan. Akhir dari klarifikasi tujuan ini adalah sekumpulan tujuan perancangan objek yang harus dibuat walaupun tujuan-tujuan yang dibuat itu mungkin saja berubah dalam proses perancangan berikutnya. Metode pohon tujuan memberikan bentuk dan penjelasan dari pernyataan tujuan. Metode ini menunjukkan tujuan dan sasaran yang akan dicapai dengan berbagai pertimbangan.

Prosedur pembuatan pohon tujuan ini adalah:

1. Membuat daftar tujuan tujuan perancangan
2. Susun daftar dalam urutan tujuan dari *higher-level* kepada *lower-level*.

Gambarkan sebuah diagram pohon tujuan, untuk menunjukkan hubungan yang hierarki. Contoh pohon tujuan dapat dilihat pada Gambar 3.1 Pohon Tujuan Pembuatan Tong Sampah.

¹⁷ Cross, Nigel, *Engineering Design Methods: Strategies for Product Design*. New York; John Wiley & Sons, 1996.



Gambar 3.1. Pohon Tujuan Pembuatan Tong Sampah

2. Penetapan Fungsi

Dari metode pohon tujuan, kita melihat maksud permasalahan dapat mempunyai banyak tingkatan-tingkatan perbedaan yang umum maupun secara rinci. Dengan nyata, tingkat setiap permasalahan memberi arti sangat penting bagi atau oleh perancang.

Langkah selanjutnya adalah menetapkan fungsi, tujuannya adalah untuk menetapkan fungsi-fungsi yang diperlukan dan batas-batas sistem rancangan produk yang baru. Pada langkah ini digunakan metode analisis fungsional.

Metode analisis fungsional menawarkan seperti mempertimbangkan fungsi esensial alat, hasil/ produk atau sistem yang dirancang harus memuaskan, tidak

masalah komponen fisik apa yang seharusnya digunakan. Tingkat permasalahan diputuskan dengan mendirikan pembatas di sektor peletakan pengganti yang saling berkaitan dari fungsi.

3. Menyusun Kebutuhan

Setelah fungsi ditetapkan, maka langkah selanjutnya adalah menyusun kebutuhan. Langkah ketiga ini bertujuan untuk membuat spesifikasi pembuatan yang akurat yang perlu bagi desain/ rancangan.

Metode yang digunakan pada langkah ini adalah *Performance Specification Model*, yang prosedur pelaksanaannya adalah:

1. Mempertimbangkan tingkatan-tingkatan solusi yang berbeda yang dapat diaplikasikan.
2. Menentukan tingkatan untuk beroperasi.
3. Identifikasi atribut-atribut performansi yang diinginkan.
4. Menentukan kebutuhan performance untuk setiap atribut.
5. Menetapkan Karakteristik

Selanjutnya adalah langkah yang disebut penentuan karakteristik, yang bertujuan untuk menentukan target apa yang akan dicapai oleh karakteristik teknik suatu produk sehingga dapat memuaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen.

Metode yang digunakan pada langkah ini adalah QFD (*Quality Function Deployment*). QFD adalah satu metodologi yang berkonsentrasi untuk memperhatikan mutu dan dimensi-dimensi yang berbeda sepanjang proses perancangan produk dan mengintegrasikan mutu untuk satu produk dari

permulaan. *Output* dari QFD ini adalah akan dihasilkannya sebuah matrik yang disebut dengan *House of Quality*.

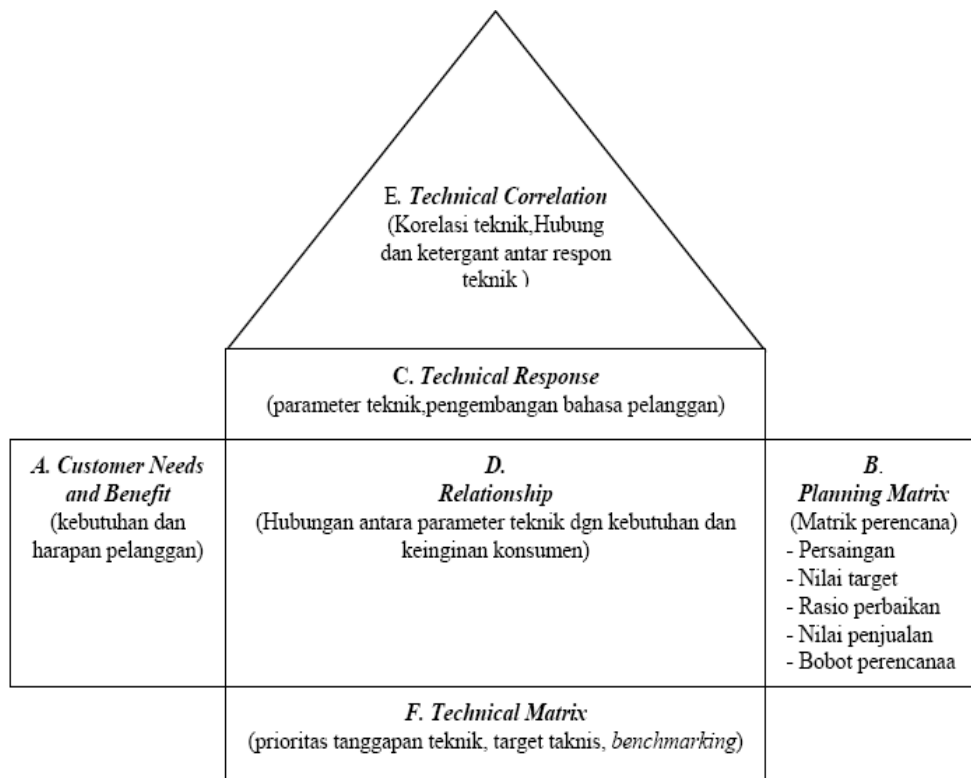
QFD mempunyai beberapa keuntungan, antara lain:

1. Memperbaiki kualitas.
2. Memperbaiki performansi perusahaan.
3. Biaya lebih rendah dalam desain dan manufaktur.
4. Menaikkan reliabilitas produk.
5. Menurunkan waktu perencanaan.
6. Menaikkan produktivitas teknikal dan staf lain.
7. Menurunkan jaminan klaim.
8. Menaikkan oportunitas marketing.
9. Menaikkan pembuatan keputusan.

Prosedur pembuatan *House of Quality* adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi kebutuhan konsumen dalam batas atribut produk.
2. Menentukan kepentingan relatif atribut.
3. Evaluasi atribut dari produk pesaing.
4. Menggambarkan matriksatribut produk dan karakteristik teknik.
5. Mengidentifikasi Hubungan antara karakteristik teknik dan atribut produk.
6. Mengidentifikasi interaksi antara karakteristik teknik.
7. Membuat *House of Quality*.

Contoh dari *House of Quality* dapat dilihat pada Gambar 3.2. *House of Quality*.



Gambar 3.2. House of Quality

3.9.5. Jenis Masalah Perancangan dan Jenis Pendekatannya

¹⁸Sebenarnya hakekat dasar dari proses mental dalam perancangan arsitektur dalam kaitannya dengan penghasilan bentuk, tidaklah berbeda antara orang yang satu dengan yang lain. Perbedaannya terletak pada prinsip-prinsip yang dianut dan metode-metode yang digunakan.

Perbedaan ini antara lain dipengaruhi oleh ideologi yang dianut oleh seseorang; perbedaan kepribadian, perbedaan latar belakang budaya, perbedaan pelatihan profesional, dan juga perbedaan cara berpikir. Seorang perancang

¹⁸ <http://www.mazur.net/>. *Quality Function Deployment*, 2003.

terlibat dalam suatu aktivitas mental yang rumit dalam menghasilkan pemecahan perancangannya.

Proses-proses mental ini dan aktivitas mental lain yang terkait, beroperasi didalam suatu 'matrix mental' yang terjalin dari suatu jaringan prinsip-prinsip, pemikiran, nilai-nilai, aksioma, mitologi, dan sebagainya.

Hal ini membentuk kerangka mental atau pandangan terhadap dunia dari si perancang, yang mengikat dia pada konteks dalam mana dia berada. Ketika 'matrix mental' ini berkembang dan si perancang menjadi sadar akan elemen-elemennya yang tersirat, maka terbentuklah ideologi si perancang. Dapatlah dikatakan bahwa istilah 'ideologi' berarti adanya suatu keadaan pemikiran tertentu yang didasarkan pada serangkaian prinsip, doktrin dan bentuk-bentuk lain dari konsep mental, yang berkaitan dengan sesuatu hal tertentu, dan didalam mana mempengaruhi pola pandang dan apresiasi seseorang.

Oleh karena itu, meskipun hakekat dasar dari proses mental dalam menghasilkan bentuk tidaklah berbeda antara orang yang satu dengan yang lain, pada kenyataan yang nampak, terdapat perbedaan dari seseorang dengan yang lain dalam prosedur atau proses dalam dia merancang, yang dipembahasakan oleh 'ideologi' yang terbentuk. Peran terbesar dalam pembentukan 'ideologi' ini adalah kepribadian dan proses berpikir seseorang yang berbeda antara seseorang dengan lainnya. Perbedaan kepribadian dan proses berpikir dan cara seseorang menghadapi permasalahan menurut karena perbedaan peran fungsi belahan otak kanan dan kiri dari seseorang.

Dalam tulisan lain telah diketengahkan bahwa tiap arsitek atau perancang mendekati permasalahan perancangan dengan cara yang berbeda satu dengan lainnya. Hal ini disepembahasankan oleh perbedaan dari tiap orang dalam menghadapi masalah, atau adanya perbedaan dari tiap orang dalam mempelajari dan menghayati suatu masalah baru, atau seperti dikatakan tiap orang memiliki gaya koknitif sendiri. Secara lebih rinci pasangan gaya dalam bertindak yang saling bertentangan yang diakibatkan oleh perbedaan fungsi berpikir dari belahan otak kanan dan kiri. Dalam ilmu psikologi gaya-gaya ini dinamakan *cognitive styles*. Ada empat pasangan gaya koknitif ini, yaitu:

1. konvergen/divergen,
2. reflektif/impulsif,
3. tergantung medan/bebas medan, dan
4. serialistik/holistik.

Pembagian ini bukanlah berarti bahwa terdapat pribadi-pribadi yang secara eksklusif memiliki salah satu gaya dalam pasangan tersebut, tidak ada seorangpun yang memiliki gaya yang konvergen ataupun divergen saja. Seseorang mungkin lebih baik dengan cara yang satu ketimbang dengan cara yang lain, atau sama baiknya pada kedua gaya. Perbedaan gaya koknitif dari tiap orang ini akan mempengaruhi 'ideologi' dari seseorang, yang kemudian akan mempengaruhi pula cara seseorang dalam memecahkan atau mendekati permasalahan perancangan. Ada yang memulai dengan melakukan dugaan-dugaan pemecahan terlebih dahulu, dan kemudian memilih dan menguji dugaan pemecahan yang

dipilih; ada pula yang mulai dengan melakukan analisa terlebih dahulu, baru kemudian mencoba memecahkannya.

3.10. Kuisisioner Kepuasan Pelanggan

Kuisisioner adalah salah satu alat yang digunakan untuk menghimpunkan data. Kuisisioner biasanya berupa pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Berikut ini langkah-langkah yang digunakan untuk merancang sebuah kuisisioner:

1. Menentukan persoalan apa yang ingin diidentifikasi?
2. Desain kuisisioner harus bisa menjembatani antara peneliti dengan respondennya.

Dalam kata lain, bahasa yang digunakan harus disesuaikan dengan responden yang akan diteliti. Tahap-tahap yang dilakukan pada saat membuat kuisisioner dibagi menjadi dua, yang pertama adalah tahap formulir. Tahap formulir biasanya berisi variabel *non* laten atau variabel yang langsung bisa diidentifikasi. Tahap kedua adalah tahap instrument, tahap instrument berisi variabel laten atau variabel yang tidak bisa langsung diidentifikasi.

1. Tahap formulir
 - Jumlah pertanyaan secukupnya, memperhitungkan waktu pengisiannya
 - Biasanya berisi: nama, jenis kelamin, usia, tinggi, dan lain-lain
2. Tahap instrumen
 - Pertanyaan disesuaikan dengan data yang diperlukan
 - Pertanyaan yang umum sebaiknya diletakkan di depan, pertanyaan yang khusus di belakang.

- Desain pertanyaan dibuat sesingkat mungkin

Ada 2 jenis tipe pertanyaan yaitu sebagai berikut:

a. Terbuka

Pertanyaan yang bersifat terbuka, jika responden bisa memberikan opininya dalam menjawab pertanyaan

b. Tertutup

Pertanyaan yang bersifat tertutup, biasanya berupa *check point* atau sudah ada jawabanya

Sebelum kuesioner disusun maka harus melalui prosedur ;

1. Tahap Persiapan, yaitu :

- a. Merumuskan maksud dan tujuan penelitian
- b. Menyusun pertanyaan kuisisioner dengan rincian aspek yang berhubungan.
- c. Angket yang sudah disiapkan dianjurkan untuk dikonsultasikan dengan seorang atau lebih pakar dalam bidang yang diselidiki.
- d. Kemudian susunlah petunjuk pengisian kuesioner dalam memandu responden

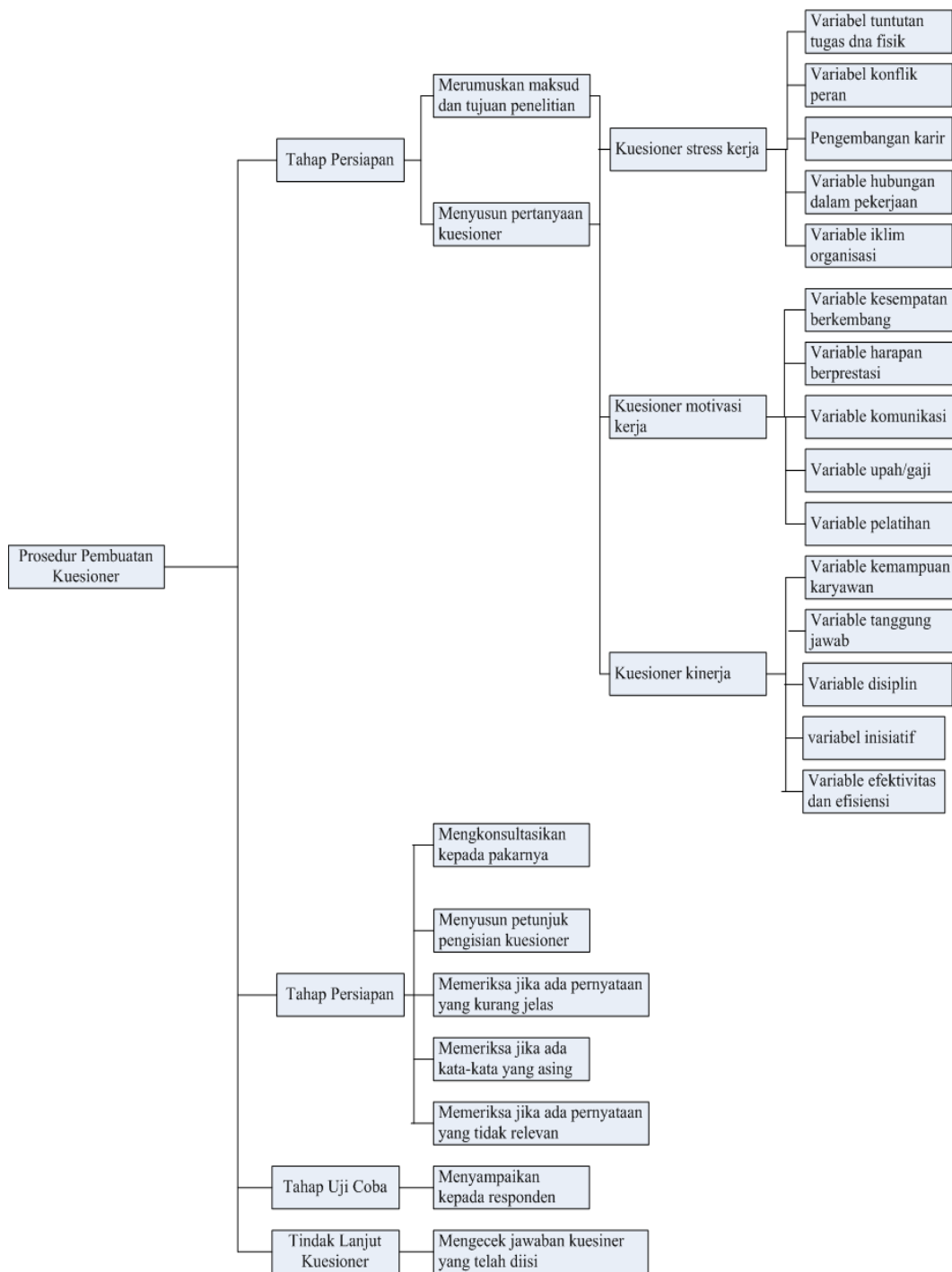
2. Tahap uji coba (*Try Out*) kuesioner

Tahap uji coba bertujuan untuk :

- a. Memeriksa kemungkinan terdapat pertanyaan-pertanyaan yang kurang jelas maksudnya bagi responden.
- b. Memeriksa kemungkinan terdapat kata-kata yang asing sehingga tidak dimengerti oleh responden.

- c. Memeriksa kemungkinan terdapat pertanyaan-pertanyaan yang terlalu dangkal dalam mengungkapkan masalah penelitian.
 - d. Memeriksa kemungkinan terdapat pertanyaan yang tidak relevan dengan masalah dan tujuan penelitian.
3. Penyebaran / Pengisian Kuesioner
- Tahap berikutnya adalah menyampaikan kuesioner kepada responden untuk diisi agar data yang diperlukan dalam suatu penelitian dapat dikumpulkan.
4. Tindak lanjut (*Follow Up*) kuesioner
- Tindak lanjutnya dapat berupa :
- a. Penanggulangan masalah angket yang belum kembali, dengan memberikan surat susulan kepada responden
 - b. Peneliti dapat meminta bantuan pihak ketiga yang disegani dan dihormati oleh responden baik secara langsung maupun perantara surat
 - c. Dilakukan pengecekan terhadap jawaban angket untuk mengetahui konsistensi jawaban terhadap pertanyaan sebelumnya.

Untuk lebih jelasnya prosedur pembuatan kuesioner dapat dilihat pada Gambar 3.3.



Gambar 3.3. Pohon Pembuatan Kuisiener

Setelah pertanyaan selesai dibuat, maka tahap selanjutnya adalah menyebarkan kuisiener ke responden yang akan diamati. Sebuah kuisiener dikatakan valid jika pertanyaannya mampu mengukur apa yang seharusnya

diukur. Sebuah hasil dari kuisisioner yang valid, jika mampu memberikan hasil yang konsisten.

¹⁹Pelanggan memang harus dipuaskan, pelanggan yang tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan perusahaan lain yang dapat memberikan kepuasan yang lebih baik. Makin banyak pelanggan yang beralih menjadi pelanggan pesaing, dapat diramalkan bahwa hasil penjualan akan menurun dan pada gilirannya laba juga menurun.

Mengukur tingkat kepuasan para pelanggan sangat perlu walaupun tidak semudah mengukur berat atau tinggi pelanggan tersebut. Alat yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan ialah daftar pertanyaan (*questioner*). Data yang diperoleh berupa jawaban dari para pelanggan terhadap pertanyaan yang diajukan, seperti :

- Sangat puas (5)
- Puas (4)
- Netral (3)
- Tidak puas (2)
- Sangat tidak puas (1)

Pembentukan daftar pertanyaan kepuasan pelanggan ditempuh dalam 4 tahap yaitu :

1. Menentukan pertanyaan (butir) yang akan dipergunakan dalam daftar pertanyaan
2. Memiih bentuk jawaban (response format)

¹⁹ Prof. J. Supranto, M.A., APU. “*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*”. Penerbit: Rineka Cipta. 2006

3. Menulis introduksi / pengenalan pada daftar pertanyaan
4. Menentukan isi akhir (final) daftar pertanyaan (memilih beberapa butir yang pokok di antara sekian banyak butir kepuasan yang akan dijadikan ukuran tingkat kepuasan).

3.10.1. Karakteristik Pertanyaan Kuisisioner yang Baik

²⁰Tidaklah mudah untuk menulis butir-butir kepuasan dalam daftar pertanyaan. Ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam memilih butir-butir yang baik yaitu :

- a. Butir-butir harus relevan atau terkait dengan apa yang kita ukur, memperkirakan kebutuhan pelanggan para pelanggan yang telah ditentukan dalam proses.
- b. Butir-butir harus singkat, butir yang terlalu panjang menyebabkan daftar pertanyaan menjadi panjang dan sukar dibaca.
- c. Butir tidak boleh membingungkan, harus diusahakan agar responden dapat mengerti secara tepat apa yang ditanyakan oleh suatu butir tertentu.
- d. Butir yang bagus hanya memuat satu pemikiran (*one thought*)
- e. Butir yang baik tidak memuat dua hal yang negatif (*double negative*)
- f. Format jawaban merupakan pembentukan skala akan memilih suatu format jawaban untuk daftar pertanyaan. Suatu format jawaban menentukan bagaimana pelanggan dapat menjawab butir-butir dalam pertanyaan. Ada 2 format jawaban yaitu :

²⁰ Supranto, Johannes. "Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan". Jakarta. Rineka Cipta. 2006.

1. Format *check-list*

Mutu suatu jasa atau produk dapat dikuantitatifkan dengan banyaknya hal-hal yang positif yang dikatakan mengenai jasa atau produk tersebut. Semakin banyak hal-hal yang positif dikatakan disebutkan mengenai suatu jasa atau produk, semakin banyak jasa atau produk tersebut.

2. Format Tipe *Likert*

Mutu jasa atau produk dapat juga diindeks dengan kekuatan jawaban menuju ke setiap butir kepuasan. Format tipe *likert* dirancang untuk memungkinkan pelanggan menjawab dalam berbagai tingkatan pada setiap butir yang menguraikan jasa atau produk.

BAB IV

METODOLOGI PENELITIAN

4.1. Tempat dan Waktu Penelitian

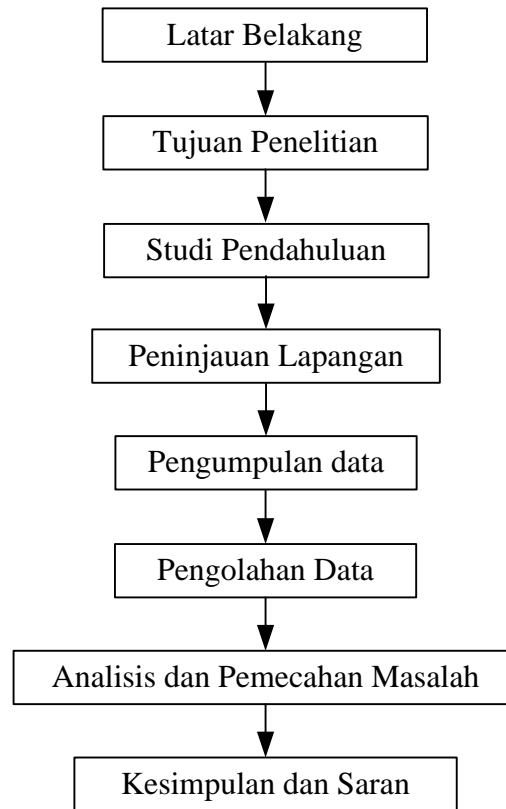
Penelitian akan dilakukan di Perusahaan perbankan yakni PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU Medan di Jl. Dr. Mansyur Medan.

4.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian primer yakni penelitian yang membutuhkan data atau informasi dari sumber pertama, biasanya disebut responden. Data ini diperoleh melalui pertanyaan tertulis dengan menggunakan kuisioner atau lisan dengan menggunakan wawancara.

4.3. Prosedur Penelitian

Prosedur penelitian yang akan dilakukan peneliti dalam menyelesaikan penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1. Block Diagram Prosedur Penelitian. Tujuan dari prosedur ini untuk mengidentifikasi tujuan penelitian yang telah disusun oleh peneliti.



Gambar 4.1. Block Diagram Prosedur Penelitian

4.3.1. Latar belakang

Latar belakang penelitian ini adalah untuk memprioritaskan kebutuhan nasabah, menemukan tanggapan yang inovatif dan kreatif terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki proses hingga tercapai efektivitas maksimal. Dengan penelitian ini Perusahaan akan dapat memberikan citra positif dengan memperlihatkan kualitas pelayanan yang baik seperti yang diharapkan nasabah agar para nasabah puas terutama pada saat melayani mahasiswa yang membayar uang kuliah, banyak hal-hal yang membuat kualitas menjadi menurun dikarenakan pelayanan yang terhambat, antrian yang tidak terjaga, sikap keramahan karyawan.

4.3.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan nasabah terhadap penilaian kualitas pelayanan jasa di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU, dengan mengetahui dimensi pelayanan jasa berdasarkan tingkat kepentingan bagi mahasiswa, mengukur dimensi pelayanan jasa berdasarkan uji validitas dan uji reabilitas, dan terhadap kualitas pelayanan dengan penerapan metode QFD (*Quality Functions Development*).

4.3.3. Studi Pendahuluan

Studi pendahuluan merupakan kegiatan peneliti sebelum melakukan penelitian. Studi pendahuluan ini dilakukan agar dapat diperoleh masukan tentang permasalahan yang akan diteliti, dilakukan dengan cara :

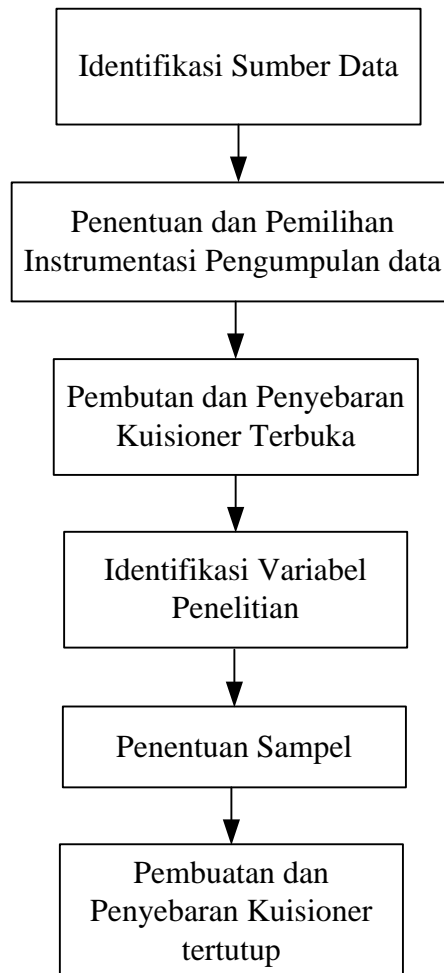
1. Mengetahui langsung proses dalam pelayanan yang ada di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU kepada nasabah
2. Melakukan wawancara kepada nasabah dan pihak perusahaan

4.3.4. Peninjauan Lapangan

Sebelum melakukan penelitian hendaknya peneliti meninjau lokasi penelitian, agar mengetahui objek penelitian sudah bisa diteliti atau belum.

4.3.5. Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan teknik kuisisioner dan teknik wawancara. Adapun pengumpulan data ini dapat dilihat pada Gambar 3.2. Block Diagram Pengumpulan Data.



Gambar 4.2. Block Diagram Pengumpulan Data

4.3.5.1. Identifikasi Sumber Data

Adapun sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah :

1. Data primer

Dalam melakukan penelitian ini, digunakan data primer sebagai berikut :

- a. Data dimensi kualitas pelayanan nasabah
- b. Data karakteristik nasabah
- c. Data variabel kebutuhan nasabah

2. Data sekunder

Penelitian ini juga membutuhkan data sekunder yaitu :

- a. Gambaran umum Perusahaan
- b. Organisasi dan manajemen Perusahaan

4.3.5.2. Penentuan dan Pemilihan Instrumensi Pengumpulan Data

Pada penentuan instrumentasi pengumpulan data, peneliti menggunakan teknik berupa :

1. Teknik observasi yakni teknik pengamatan yang dilakukan langsung terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak di Perusahaan kepada nasabahnya
2. Teknik wawancara yakni teknik wawancara dan diskusi dengan nasabah dan pihak perusahaan
3. Teknik penyebaran kuisisioner yakni teknik penyebaran kuisisioner kepada nasabah khususnya mahasiswa USU program S-1 yang masih aktif.

4.3.5.4. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel-variabel dalam penelitian merupakan atribut atau item spesifik dari setiap dimensi kualitas jasa. Untuk mengetahui variabel-variabel yang terkait dengan penelitian kualitas jasa di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU maka sebelumnya dilakukan studi pendahuluan dalam bentuk wawancara dan kuisisioner pendahuluan kepada dan kuisisioner pendahuluan kepada pihak PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU sebagai pengelola. Hasil studi pustaka dan studi pendahuluan digunakan untuk membantu didalam mengidentifikasi variabel-variabel yang terkait dengan penelitian.

4.3.5.5. Penentuan Sampel

Peneliti melakukan pengambilan sampel terhadap mahasiswa USU program S-1, tujuannya untuk memberikan kemudahan peneliti dalam menyebarkan kuisisioner karena mahasiswa lebih mengerti dan memahami bagaimana layanan yang baik berdasarkan dimensi kualitas layanan. Sampel ditentukan berdasarkan populasi Mahasiswa USU program S-1 yang masih aktif berjumlah 18.374 orang. Pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampel random* atau sampel acak yang artinya setiap unsur dari keseluruhan populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih.

Pengambilan sampel menggunakan rumus *Slovin* dengan jumlah data yang minimum dibutuhkan dalam penelitian ini dapat ditentukan. Dengan

menggunakan tingkat kepercayaan (*confidence level*) 95 % dan tingkat kesalahan (*sampling error*) 10 %.

4.3.5.6. Pembuatan dan Penyebaran Kuisisioner

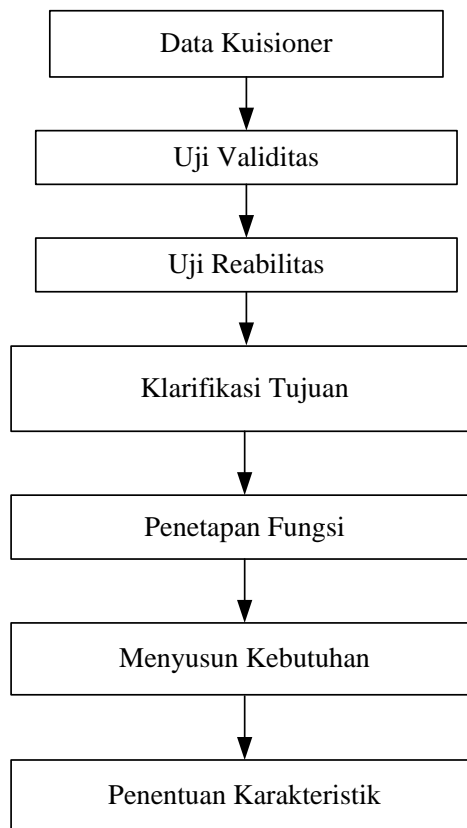
Pada pembuatan kuisisioner terbagi atas 2 jenis yakni:

1. Kuisisioner terbuka, pembuatan kuisisioner ini didasarkan dari 5 dimensi kualitas jasa. Dimensi kualitas jasa yang digunakan adalah *reliability*, *responsive*, *tangibels*, *emphaty*, dan *assurance*.²¹
2. Kuisisioner tertutup, pembuatan kuisisioner didasarkan dari hasil kuisisioner terbuka. Kuisisioner tertutup digunakan dengan skala likert.

4.3.6. Pengolahan Data

Pengolahan data ini akan dilakukan mengenai tingkat kepuasan nasabah dengan tingkat pelayanan perusahaan. Adapun pengolahan data yang akan dilakukan dapat dilihat pada Gambar 4.3 Block Diagram Pengolahan Data.

²¹Gaspersz, V. *Manajemen Bisnis Total Dalam Era Globalisasi*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 1997.



Gambar 4.3. Block Diagram Pengolahan Data

4.3.6.1. Data Kuisisioner

Data yang diperoleh dari penyebaran kuisisioner terbuka adalah modus dari hasil jawaban responden sesuai dengan kebutuhan nasabah, sedangkan kuisisioner tertutup adalah nilai pembobotan dari setiap pertanyaan yang diajukan oleh peneliti sesuai dengan karakteristik nasabah.

4.3.6.2. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Untuk menguji validitas instrumen yang berupa kuisisioner dilakukan uji validitas. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Bila r hitung $>$ r tabel, maka pengujian indikator valid, sebaliknya bila r hitung $<$ r tabel maka pengujian indikator valid. Sedangkan pengujian reabilitasnya menggunakan metode *Alpha Cronbach* dimana suatu alat ukur dikatakan andal jika α *cronbach* $>$ 0,7 untuk mengetahui nilai koefisien *Alpha Cronbach* pertama yang dilakukan adalah dicari nilai varian variabel.

4.3.6.3. Klarifikasi Tujuan

Merupakan proses pembentukan kualitas pelayanan yang terkait hubungannya dengan perencanaan pengembangan pelayanan. Tahapan pertama yang dilakukan dalam proses perbaikan pelayanan adalah mengklarifikasi tujuan. Langkah ini bertujuan untuk menentukan tujuan dilakukannya perancangan perbaikan pelayanan dilakukan dengan menggunakan metode Pohon Tujuan (*Objectives Tree Method*).

4.3.6.4. Penetapan Fungsi-fungsi

Langkah ini dilakukan untuk menentukan fungsi-fungsi yang timbul dalam pelayanan yang meliputi fungsi-fungsi yang dibutuhkan dan batasan-batasan dari proses perbaikan pelayanan tersebut. Untuk itu digunakan metode analisis fungsi (*Analysis Function Method*) yang menggambarkan sistem *input-output* dari proses perbaikan pelayanan dengan prinsip *Black Box*. Dapat dilihat proses pada Gambar 4.4 black box.



Gambar 4.4. Black Box

4.3.6.5. Menyusun Kebutuhan

Penyusunan kebutuhan terhadap kualitas jasa pelayanan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU dilakukan untuk menyesuaikan kebutuhan nasabah sesuai yang diinginkan. Hal ini dapat dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada nasabah. Atribut pelayanan nasabah yang diajukan kepada responden dengan melalui kuisioner terbuka yaitu:

Langkah-langkah dalam menyusun kebutuhan ini adalah :

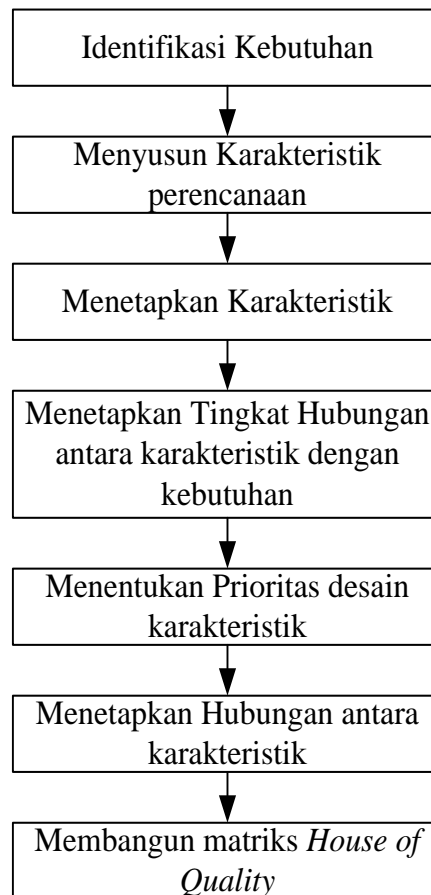
1. Menentukan pelayanan alternatif untuk menemukan solusi yang dapat diterima
2. Mendeterminasikan *level of generality* untuk pelaksanaan produksi
3. Mengidentifikasi performansi atribut produk yang diperlukan dengan metode analisa 5W (*What, Who, Why, Where, When*) dan H (*How*)
4. Menentukan performansi kebutuhan untuk setiap atribut, pada langkah ini dilakukan penentuan spesifikasi berdasarkan *demands* dari nasabah dan *wishes* dari karyawan.

4.3.6.6. Penentuan Karakteristik

Tahapan ini dimulai dengan proses pengembangan karakteristik pelayanan dalam rangka memperbaiki pelayanan yang ada di PT. Bank Negara Indonesia

(Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU di masa yang akan datang. Adapun proses pengembangan karakteristik pelayanan dapat dilihat pada Gambar 4.5.

Langkah-langkah penentuan karakteristik.



Gambar 4.5. Langkah-langkah Penentuan Karakteristik

Adapun penjelasan langkah-langkah penentuan karakteristik yaitu :

1. Identifikasi kebutuhan nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU yang didapat dari hasil penyebaran kuisisioner terbuka
2. Menyusun karakteristik perencanaan, matriks ini disebut matriks HOQ (*House of Quality*). Penyusunannya dilakukan untuk mendapatkan prioritas variabel

kebutuhan nasabah yang akan dipenuhi oleh pihak PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU

3. Menetapkan karakteristik pelayanan, membangun matriks HOQ adalah menetapkan karakteristik pelayanan yang dibutuhkan oleh pihak PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU. Penetapan ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU dan melakukan studi literatur.
4. Menetapkan tingkat hubungan antara karakteristik pelayanan dengan kebutuhan nasabah, tahapan ini merupakan tahapan penetapan tingkat hubungan antara karakteristik pelayanan dengan setiap variabel kebutuhan nasabah PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU
5. Menentukan prioritas desain karakteristik pelayanan, prioritas pengembangan yang didapat berdasarkan pembobotan tingkat absolut atau tingkat kepentingan masing-masing karakteristik pelayanan. Perhitungan ini didapat dari perkalian antara bobot relatif suatu variabel kebutuhan dengan tingkat hubungan antara kebutuhan pelanggan dengan karakteristik pelayanan.
6. Menetapkan hubungan antara karakteristik pelayanan, hubungan ini untuk menganalisa apakah antara karakteristik pelayanan tersebut dapat saling menguatkan hubungannya (positif) atau terdapat hubungan yang bertolak belakang (negatif)
7. Membangun matriks HOQ pengembangan karakteristik jasa pelayanan Bank PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU

4.3.8. Analisis dan Pemecahan Masalah

Setelah melakukan pengumpulan dan pengolahan data, maka dilakukan analisis pemecahan masalah. Adapun data yang dianalisis adalah :

- a. Pengujian statistik
- b. Klarifikasi tujuan
- c. Penetapan fungsi
- d. Menyusun kebutuhan
- e. Matriks *Quality Functions Development*
- f. Atribut yang dibutuhkan nasabah dari bobot tertinggi sampai terendah

4.3.9. Kesimpulan

Dari hasil analisis pemecahan masalah dapat ditarik kesimpulan dari *Quality Functions Development* yang dapat berguna untuk perbaikan manajemen PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU.

BAB V

PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

5.1. Pengumpulan Data

5.1.1. Identifikasi Sumber Data

Identifikasi sumber data ditujukan kepada mahasiswa USU program S-1, format kuisisioner terbuka dapat dilihat pada Lampiran. Penyebaran kuisisioner terbuka sebanyak 20 orang, hasil jawaban kuisisioner terbuka dapat dilihat pada Tabel 5.1. rekapitulasi kuisisioner terbuka.

Tabel 5.1.

Rekapitulasi Kuisisioner Terbuka

| No | Pertanyaan | Hasil jawaban |
|----|---|------------------------------|
| 1 | Apa yang anda ketahui tentang pelayanan jasa Bank | Sikap karyawan |
| | | Fasilitas bank |
| | | Kenyamanan penampilan gedung |
| | | Prosedur yang benar |
| 2 | Dari segi apa saja menurut saudara faktor-faktor yang perlu diperhatikan pada sebuah layanan Bank | karyawan |
| | | Kelengkapan slip transaksi |
| | | Sistem antrian |
| | | Penggunaan teknologi |

Tabel 5.1.
Rekapitulasi Kuisioner Terbuka (Lanjutan)

| No | Pertanyaan | Hasil jawaban |
|-----------|---|---|
| 3 | Bagaimana pendapat saudara tentang layanan yang ada di BNI | Kemudahan menghubungi perusahaan |
| | | Sikap ramah tamah karyawan |
| | | Pengetahuan karyawan memberikan informasi |
| 4 | Fasilitas apa yang Anda dapatkan pada di BNI | ATM |
| | | Antrian yang baik |
| 5 | Apakah karyawan yang melayani anda sudah memberikan pelayanan yang baik | Karyawan kurang memberikan informasi yang kurang dimengerti |
| | | Kesigapan karyawan |
| | | Kemampuan karyawan berkomunikasi |
| 6 | Apakah kelengkapan fasilitas yang Anda gunakan di BNI sudah lengkap | |
| 7 | Bagaimana menurut anda tentang kinerja karyawan di BNI | Penggunaan teknologi |
| | | Sistem antrian |
| | | Kemampuan memahami nasabah |
| 8 | Apakah layanan yang diberikan sudah memenuhi kebutuhan anda | Prosedur yang berbelit-belit |

5.1.2. Sampel yang Digunakan

Dengan menggunakan rumus *Slovin* tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan 10% maka jumlah sampel yang akan diambil dari keseluruhan jumlah populasi yakni 18374 orang adalah :

$$n = \frac{18374}{1 + 18374 (0,1)^2} = \frac{18374}{183,75} = 99,99 = 100 \text{ responden}$$

5.1.3. Pengumpulan Data Kuisisioner Tertutup

Dalam pembuatan kuisisioner tertutup ini peneliti mengajukan pertanyaan berdasarkan tingkat kinerja dan tingkat harapan nasabah terhadap layanan jasa di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU berdasarkan 5 dimensi metode *servqual* yakni :

a. *Reliability*

- Prosedur pelayanan bank yang tidak terhambat dan berbelit-belit
- Sistem antrian pada bagian sirkulasi transaksi /*customer service*
- Jadwal pelayanan transaksi /*customer service* dilakukan dengan cepat dan tepat waktu

b. *Responsiveness*

- Kesigapan karyawan bank dalam melayani keluhan dan masalah yang dihadapi nasabah
- Penanganan keluhan nasabah dilakukan dengan cepat dan tepat guna
- Pelayanan oleh karyawan bank terhadap keluhan nasabah dilakukan dengan ramah tamah dan sepenuh hati

c. *Assurance*

- Karyawan bank memberikan informasi yang jelas, tepat dan mudah untuk dimengerti
 - Sikap ramah tamah dan kesabaran karyawan bank dalam melayani nasabah
 - Kemampuan karyawan bank di dalam menggunakan teknologi dengan cepat dan mahir
 - Kemampuan karyawan di dalam melayani keluhan nasabah
- d. *Emphaty* (empati/perhatian)
- Kemudahan menghubungi perusahaan
 - Kemampuan karyawan bank berkomunikasi dengan nasabah
 - Kemudahan nasabah bak dalam meminta bantuan kepada karyawan
- e. *Tangibles* (ujud nyata)
- Penampilan/ keadaan gedung bank
 - Keadaan dan perlengkapan fasilitas umum yang disediakan bank
 - Jumlah karyawan bank dibagian *teller/ customer service*
 - Penampilan karyawan bank
 - Kelengkapan slip transaksi yang disediakan oleh bank
 - Ruang antrian yang bersih dan nyaman
 - Penggunaan teknologi yang modern

Hasil kuisisioner tertutup dapat dilihat pada Tabel 5.2 rekapitulasi kuisisioner tertutup berdasarkan kinerja dan Tabel 5.3 rekapitulasi kuisisioner tertutup berdasarkan harapan.

5.2. Pengolahan Data

5.2.1. Uji Validitas

Dari kuisioner yang telah dikumpulkan, maka data dapat diolah dengan cara pengujian validitasnya berdasarkan 2 data yakni data kinerja dan harapan.

- H_0 : kuisioner yang digunakan valid dan dapat digunakan dalam pengumpulan data
- H_1 : kuisioner yang bukan merupakan instrumen yang valid
- Taraf signifikan $\alpha = 0,1$
- Wilayah kritis *korelasi product moment* $\alpha = 0,1$, $N = 100$, $r_{\text{tabel}} = 0,197$

1. Uji Validitas Terhadap Kinerja

Berdasarkan hasil kuisioner diatas, maka dapat dihitung validitasnya dengan menggunakan persamaan *korelasi product moment* untuk variabel-1 yaitu:

$$r = \frac{100 \sum (38643) - (457)(8431)}{\sqrt{[100(2135)(457)^2] [100(713911)(8431)^2]}} = 0,299$$

Hasil yang didapat dari variabel-1 adalah 0,299 lebih besar dari r tabel nilai kritis koefisien korelasi *product moment* yakni untuk taraf signifikan 10% diperoleh :

Derajat kebebasan (df) = jumlah responden - 2 = 98

Nilai kritis untuk taraf signifikan 10 % dengan df 100 adalah 0, 197

Jadi dari nilai kritisnya dapat dinyatakan bahwa untuk variabel pertanyaan -1 dikatakan valid. Hasil pengujian validitas terhadap kinerja dapat dilihat pada Tabel 5.4. perhitungan validitas terhadap kinerja.

Tabel 5.4.

Hasil Perhitungan Validitas Terhadap Kinerja

| Variabel | N | X | x ² | Y | Y ² | XY | Koef. Korelasi | Interval | Keterangan |
|----------|-----|-----|----------------|------|----------------|-------|----------------|----------|------------|
| 1 | 100 | 457 | 2135 | 8431 | 713911 | 38643 | 0,299 | 0,197 | Valid |
| 2 | 100 | 449 | 2053 | 8431 | 713911 | 37960 | 0,310 | 0,197 | Valid |
| 3 | 100 | 445 | 2027 | 8431 | 713911 | 37632 | 0,300 | 0,197 | Valid |
| 4 | 100 | 442 | 2016 | 8431 | 713911 | 37454 | 0,430 | 0,197 | Valid |
| 5 | 100 | 426 | 1880 | 8431 | 713911 | 36094 | 0,396 | 0,197 | Valid |
| 6 | 100 | 445 | 2027 | 8431 | 713911 | 37692 | 0,458 | 0,197 | Valid |
| 7 | 100 | 443 | 2025 | 8431 | 713911 | 37485 | 0,309 | 0,197 | Valid |
| 8 | 100 | 447 | 2055 | 8431 | 713911 | 37898 | 0,504 | 0,197 | Valid |
| 9 | 100 | 441 | 2015 | 8431 | 713911 | 37352 | 0,368 | 0,197 | Valid |
| 10 | 100 | 441 | 1995 | 8431 | 713911 | 37294 | 0,288 | 0,197 | Valid |
| 11 | 100 | 446 | 2032 | 8431 | 713911 | 37744 | 0,389 | 0,197 | Valid |
| 12 | 100 | 446 | 2038 | 8431 | 713911 | 37775 | 0,444 | 0,197 | Valid |
| 13 | 100 | 438 | 1966 | 8431 | 713911 | 37126 | 0,517 | 0,197 | Valid |
| 14 | 100 | 432 | 1924 | 8431 | 713911 | 36625 | 0,480 | 0,197 | Valid |
| 15 | 100 | 439 | 1987 | 8431 | 713911 | 37178 | 0,386 | 0,197 | Valid |
| 16 | 100 | 450 | 2087 | 8431 | 713911 | 38121 | 0,448 | 0,197 | Valid |
| 17 | 100 | 446 | 2046 | 8431 | 713911 | 37770 | 0,400 | 0,197 | Valid |
| 18 | 100 | 444 | 2022 | 8431 | 713911 | 37609 | 0,443 | 0,197 | Valid |
| 19 | 100 | 454 | 2100 | 8431 | 713911 | 38459 | 0,526 | 0,197 | Valid |

Dari perhitungan validitas diatas maka dapat dinyatakan bahwa variabel pertanyaan terhadap kinerja adalah valid dalam arti diatas 0,197.

2. Uji Validitas Terhadap Harapan

Berdasarkan hasil kuisioner diatas, maka dapat dihitung validitasnya dengan menggunakan persamaan *korelasi product moment* untuk variabel-1 yaitu:

$$r = \frac{100 \sum (39591) - (451)(8757)}{\sqrt{[100(2063)(451)^2] [100(768407)(8757)^2]}} = 0,456$$

Hasil yang didapat dari variabel-1 adalah 0,456 lebih besar dari *r* tabel nilai kritis koefisien korelasi *product moment* yakni 0,197. Hasil pengujian

validitas terhadap harapan dapat dilihat pada Tabel 5.5 perhitungan validitas terhadap harapan.

Tabel 5.5.
Hasil Perhitungan Validitas Terhadap Harapan

| Variabel | N | X | x ² | Y | Y ² | XY | Koef. Korelasi | Interval | Keterangan |
|----------|-----|-----|----------------|------|----------------|-------|----------------|----------|------------|
| 1 | 100 | 451 | 2063 | 8757 | 768407 | 39591 | 0,456 | 0,197 | Valid |
| 2 | 100 | 462 | 2162 | 8757 | 768407 | 40541 | 0,404 | 0,197 | Valid |
| 3 | 100 | 459 | 2131 | 8757 | 768407 | 40250 | 0,285 | 0,197 | Valid |
| 4 | 100 | 462 | 2166 | 8757 | 768407 | 40573 | 0,522 | 0,197 | Valid |
| 5 | 100 | 461 | 2151 | 8757 | 768407 | 40450 | 0,400 | 0,197 | Valid |
| 6 | 100 | 462 | 2162 | 8757 | 768407 | 40564 | 0,515 | 0,197 | Valid |
| 7 | 100 | 454 | 2094 | 8757 | 768407 | 39850 | 0,412 | 0,197 | Valid |
| 8 | 100 | 461 | 2157 | 8757 | 768407 | 40446 | 0,343 | 0,197 | Valid |
| 9 | 100 | 447 | 2025 | 8757 | 768407 | 39219 | 0,367 | 0,197 | Valid |
| 10 | 100 | 455 | 2099 | 8757 | 768407 | 39917 | 0,343 | 0,197 | Valid |
| 11 | 100 | 465 | 2185 | 8757 | 768407 | 40800 | 0,425 | 0,197 | Valid |
| 12 | 100 | 459 | 2135 | 8757 | 768407 | 40269 | 0,355 | 0,197 | Valid |
| 13 | 100 | 468 | 2218 | 8757 | 768407 | 41051 | 0,328 | 0,197 | Valid |
| 14 | 100 | 465 | 2189 | 8757 | 768407 | 40815 | 0,465 | 0,197 | Valid |
| 15 | 100 | 469 | 2221 | 8757 | 768407 | 41134 | 0,349 | 0,197 | Valid |
| 16 | 100 | 465 | 2185 | 8757 | 768407 | 40809 | 0,437 | 0,197 | Valid |
| 17 | 100 | 468 | 2212 | 8757 | 768407 | 41043 | 0,327 | 0,197 | Valid |
| 18 | 100 | 465 | 2187 | 8757 | 768407 | 40817 | 0,494 | 0,197 | Valid |
| 19 | 100 | 459 | 2131 | 8757 | 768407 | 40268 | 0,378 | 0,197 | Valid |

Dari hasil perhitungan validitas yang berada diatas 0,197 maka dapat dinyatakan bahwa variabel pertanyaan terhadap harapan adalah valid.

5.2.2. Uji Reabilitas

Pengujian reabilitas bertujuan untuk mengetahui bahwa kuisisioner yang dibuat reliabel atau tidak, reabilitas yang digunakan adalah rumus *Alpha Cronbach* yakni :

1. Uji Reabilitas Data Kinerja

Untuk pengujian reliabilitas variabel-1 terhadap kinerja dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Variabel -1} = \sigma^2(1) = \frac{x_1^2 - \frac{(\sum x_1)^2}{N}}{N} = \frac{(2135)^2 - \frac{(457)^2}{100}}{100} = 0,4651$$

Hasil pengujian reliabel terhadap kinerja dapat dilihat pada Tabel 5.6 perhitungan varians tiap butir pertanyaan terhadap kinerja karyawan:

Tabel 5.6.

Hasil Perhitungan Varians Terhadap Kinerja Karyawan

| Variabel | Varians Pertanyaan |
|--------------|--------------------|
| 1 | 0.4651 |
| 2 | 0.3699 |
| 3 | 0.4675 |
| 4 | 0.6236 |
| 5 | 0.6524 |
| 6 | 0.4675 |
| 7 | 0.6251 |
| 8 | 0.5691 |
| 9 | 0.7019 |
| 10 | 0.5019 |
| 11 | 0.4284 |
| 12 | 0.4884 |
| 13 | 0.4756 |
| 14 | 0.5776 |
| 15 | 0.5979 |
| 16 | 0.53 |
| 17 | 0.5684 |
| 18 | 0.5064 |
| 19 | 0.3884 |
| Total | 10.3935 |

Varians total yang didapat adalah :

$$\frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N} = \frac{713911 - \frac{(8431)^2}{100}}{100} = 30,9339$$

Dari hasil varians diatas maka nilai dimasukkan ke dalam rumus *Alpha cronbach* yakni :

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \alpha^2_b}{\alpha^2_t} \right] = \left[\frac{19}{19-1} \right] \left[1 - \frac{10,3935}{30,9339} \right] = 0,714$$

Hasil nilai koefisien korelasi diatas menunjukkan reabilitas persepsi nasabah terhadap kinerja bank 0,714 dengan ini dapat disimpulkan bahwa kuisisioner yang telah disebarakan adalah reliabel yang artinya dapat dipercaya kebenarannya. Dari hasil reliabel ini maka persepsi nasabah sudah dapat dikatakan cukup valid dan reliabel, maka dapat dilanjutkan pengolahan data selanjutnya.

2. Uji Reabilitas Data Harapan

Untuk pengujian reliabilitas variabel-1 terhadap harapan dapat dihitung sebagai berikut :

$$\text{Variabel -1} = \sigma^2(1) = \frac{x_1^2 - \frac{(\sum x_1)^2}{N}}{N} = \frac{(2063) - \frac{(451)^2}{100}}{100} = 0,2899$$

Hasil pengujian reliabel terhadap harapan dapat dilihat pada Tabel 5.7 perhitungan varians tiap butir pertanyaan terhadap harapan karyawan:

Tabel 5.7.

Hasil Perhitungan Varians Terhadap Harapan Karyawan

| Butir | Varians Pertanyaan |
|--------------|---------------------------|
| 1 | 0,2899 |
| 2 | 0,2756 |
| 3 | 0,2419 |
| 4 | 0,3156 |
| 5 | 0,2579 |
| 6 | 0,2756 |
| 7 | 0,3284 |
| 8 | 0,3179 |
| 9 | 0,2691 |
| 10 | 0,2875 |
| 11 | 0,2275 |
| 12 | 0,2819 |
| 13 | 0,2776 |
| 14 | 0,2675 |
| 15 | 0,2139 |
| 16 | 0,2275 |
| 17 | 0,2176 |
| 18 | 0,2475 |
| 19 | 0,2419 |
| Total | 5,0623 |

$$\begin{aligned} \text{Varians total yang didapat adalah} &= \frac{\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{N}}{N} = \frac{768407 - \frac{(8757)^2}{100}}{100} \\ &= 15,5651 \end{aligned}$$

Dari hasil varians diatas maka nilai dimasukkan kedalam rumus *Alpha*

cronbach yakni :

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \alpha^2_b}{\alpha^2_t} \right] = \left[\frac{19}{19-1} \right] \left[1 - \frac{5,0623}{15,5651} \right] = 0,712$$

Hasil nilai koefisien korelasi diatas menunjukkan reabilitas persepsi nasabah terhadap harapan 0,712, dengan ini dapat disimpulkan bahwa kuisisioner yang telah disebarakan adalah reliabel yang artinya dapat dipercaya kebenarannya.

Dari hasil reliabel ini maka persepsi nasabah sudah dapat dikatakan cukup valid dan reliabel, maka dapat dilanjutkan pengolahan data selanjutnya.

Dari hasil pengolahan data yang diperoleh, maka didapat hasil tingkat penilaian nasabah Bank terhadap tingkat kinerja dan harapan. Berdasarkan hasil perolehan kuisisioner tertutup, tujuan ini merupakan langkah pertama untuk melakukan perhitungan total nilai pelayanan tiap variabel kebutuhan dengan perhitungan nilai *mean* dan modus berdasarkan variabel tersebut. Hasil total nilai tingkat kinerja pelayanan sebuah variabel dihitung dari hasil perkalian nilai skala likert dengan jawaban responden, berikut adalah perhitungannya :

SB : sangat baik (bobot = 5)

B : baik (bobot = 4)

CB : cukup baik (bobot = 3)

KB : kurang baik (bobot = 2)

TB : tidak baik (bobot = 1)

Maka total nilai pelayanannya dapat dihitung dengan rumus =

Responden SB x (nilai SB) + Responden B x (nilai B) + Responden CB x (nilai CB) + Responden KB x (nilai KB) + Responden TB x (nilai TB)

Untuk variabel-1 nya total nilai pelayanannya adalah :

$$67 (5) + 24 (4) + 8 (3) + 1 (2) = 457$$

Maka hasil perhitungan dapat dilihat pada Tabel 5.8 Total nilai kinerja pelayanan Bank.

Tabel 5.8**Total Nilai Kinerja Pelayanan Bank**

| No | Variabel Kebutuhan Kinerja Pelayanan Bank | SB | B | CB | KB | TB | TN |
|----|---|----|----|----|----|----|-----|
| 1 | Penampilan/ keadaan gedung bank | 67 | 24 | 8 | 1 | - | 457 |
| 2 | Keadaan dan perlengkapan fasilitas umum yang disediakan bank | 55 | 39 | 6 | - | - | 449 |
| 3 | Penampilan karyawan bank | 55 | 36 | 8 | 1 | - | 445 |
| 4 | Kelengkapan slip transaksi yang disediakan oleh bank | 57 | 32 | 7 | 4 | - | 442 |
| 5 | Ruang antrian yang bersih dan nyaman | 47 | 39 | 17 | 2 | - | 446 |
| 6 | Penggunaan teknologi yang modern | 55 | 36 | 8 | 1 | - | 445 |
| 7 | Prosedur pelayanan bank yang tidak terhambat dan berbelit-belit | 59 | 28 | 10 | 3 | - | 443 |
| 8 | Sistem antrian pada bagian sirkulasi transaksi / <i>customer service</i> | 61 | 27 | 9 | 3 | - | 446 |
| 9 | Jadwal pelayanan transaksi / <i>customer service</i> dilakukan dengan cepat dan tepat waktu | 60 | 25 | 11 | 4 | - | 441 |
| 10 | Kesigapan karyawan bank dalam melayani keluhan dan masalah yang dihadapi nasabah | 52 | 39 | 7 | 2 | - | 441 |
| 11 | Penanganan keluhan nasabah dilakukan dengan cepat dan tepat guna | 54 | 39 | 6 | 1 | - | 446 |
| 12 | Pelayanan oleh karyawan bank terhadap keluhan nasabah dilakukan dengan ramah tamah dan sepenuh hati | 57 | 33 | 9 | 1 | - | 446 |
| 13 | Karyawan bank memberikan informasi yang jelas, tepat dan mudah untuk dimengerti | 48 | 44 | 6 | 2 | - | 438 |
| 14 | Siap ramah tamah dan kesabaran karyawan bank dalam melayani nasabah | 48 | 38 | 12 | 2 | - | 432 |
| 15 | Kemampuan karyawan bank di dalam menggunakan teknologi dengan cepat dan mahir | 54 | 34 | 9 | 3 | - | 439 |
| 16 | Kemampuan karyawan di dalam melayani keluhan nasabah | 62 | 28 | 8 | 2 | - | 450 |
| 17 | Kemudahan menghubungi perusahaan | 59 | 31 | 7 | 3 | - | 446 |
| 18 | Kemampuan karyawan bank berkomunikasi dengan nasabah | 57 | 30 | 13 | - | - | 444 |
| 19 | Kemudahan nasabah bank dalam meminta bantuan kepada karyawan | 61 | 32 | 7 | - | - | 454 |

Dari hasil total nilai dari setiap variabel kebutuhan, maka selanjutnya dapat dihitung nilai mean tingkat kinerja pelayanan Bank untuk variabel-1 dengan rumus :

Nilai mean tingkat kinerja pelayanan variabel-1 =

$$\frac{\text{total nilai kinerja pelayanan variabel -1}}{\text{jumlah responden}} = \frac{457}{100} = 4,57$$

Hasil nilai mean untuk variabel berikutnya dapat dilihat pada Tabel 5.9 penilaian tingkat kualitas kinerja.

Tabel 5.9.

Penilaian Tingkat Kualitas Kinerja

| No | Variabel Kebutuhan Kinerja Bank BNI | Mean | Modus |
|----|---|------|-------|
| 1 | Penampilan/ keadaan gedung bank | 4.57 | 5 |
| 2 | Keadaan dan perlengkapan fasilitas umum yang disediakan bank | 4.49 | 5 |
| 3 | Penampilan karyawan bank | 4.45 | 4 |
| 4 | Kelengkapan slip transaksi yang disediakan oleh bank | 4.42 | 4 |
| 5 | Ruang antrian yang bersih dan nyaman | 4.46 | 4 |
| 6 | Penggunaan teknologi yang modern | 4.45 | 4 |
| 7 | Prosedur pelayanan bank yang tidak terhambat dan berbelit-belit | 4.43 | 4 |
| 8 | Sistem antrian pada bagian sirkulasi transaksi /customer service | 4.46 | 4 |
| 9 | Jadwal pelayanan transaksi /customer service dilakukan dengan cepat dan tepat waktu | 4.41 | 4 |
| 10 | Kesigapan karyawan bank dalam melayani keluhan dan masalah yang dihadapi nasabah | 4.41 | 4 |
| 11 | Penanganan keluhan nasabah dilakukan dengan cepat dan tepat guna | 4.46 | 4 |
| 12 | Pelayanan oleh karyawan bank terhadap keluhan nasabah dilakukan dengan ramah tamah dan sepenuh hati | 4.46 | 4 |
| 13 | Karyawan bank memberikan informasi yang jelas, tepat dan mudah untuk dimengerti | 4.38 | 4 |

Tabel 5.9.

Penilaian Tingkat Kualitas Kinerja (Lanjutan)

| No | Variabel Kebutuhan Kinerja Bank BNI | Mean | Modus |
|----|---|------|-------|
| 14 | Siap ramah tamah dan kesabaran karyawan bank dalam melayani nasabah | 4.32 | 4 |
| 15 | Kemampuan karyawan bank di dalam menggunakan teknologi dengan cepat dan mahir | 4.39 | 4 |
| 16 | Kemampuan karyawan di dalam melayani keluhan nasabah | 4.5 | 4 |
| 17 | Kemudahan menghubungi perusahaan | 4.46 | 4 |
| 18 | Kemampuan karyawan bank berkomunikasi dengan nasabah | 4.44 | 4 |
| 19 | Kemudahan nasabah bank dalam meminta bantuan kepada karyawan | 4.54 | 5 |

Maka total nilai harapan pelayanan dapat dihitung dengan rumus =

Responden SP x (nilai SP) + Responden P x (nilai P) + Responden CP x (nilai CP) + Responden KP x (nilai KP) + Responden TP x (nilai TP)

Untuk variabel-1 nya total nilai pelayanannya adalah :

$$59 (5) + 45 (4) + 2 (3) = 481$$

Maka hasil perhitungan berikutnya dapat dilihat pada Tabel 5.7 Total nilai harapan pelayanan Bank.

Tabel 5.10.

Total Nilai Harapan Pelayanan Bank

| No | Variabel Kebutuhan Harapan Pelayanan Bank | S | P | C | KP | T | TN |
|----|--|----|----|---|----|---|-----|
| | | P | | P | | P | |
| 1 | Penampilan/ keadaan gedung bank | 59 | 45 | 2 | - | - | 481 |
| 2 | Keadaan dan perlengkapan fasilitas umum yang disediakan bank | 64 | 34 | 2 | - | - | 462 |
| 3 | Penampilan karyawan bank | 59 | 41 | - | - | - | 459 |

Tabel 5.10.**Total Nilai Harapan Pelayanan Bank (Lanjutan)**

| No | Variabel Kebutuhan Harapan Pelayanan Bank | S P | P | C P | KP | T P | TN |
|----|---|--------|----|--------|----|--------|-----|
| 4 | Kelengkapan slip transaksi yang disediakan oleh bank | 66 | 30 | 4 | - | - | 462 |
| 5 | Ruang antrian yang bersih dan nyaman | 62 | 37 | 1 | - | - | 461 |
| 6 | Penggunaan teknologi yang modern | 64 | 34 | 2 | - | - | 462 |
| 7 | Prosedur pelayanan bank yang tidak terhambat dan berbelit-belit | 58 | 38 | 4 | - | - | 454 |
| 8 | Sistem antrian pada bagian sirkulasi transaksi / <i>customer service</i> | 65 | 31 | 4 | - | - | 461 |
| 9 | Jadwal pelayanan transaksi / <i>customer service</i> dilakukan dengan cepat dan tepat waktu | 48 | 51 | 1 | - | - | 447 |
| 10 | Kesigapan karyawan bank dalam melayani keluhan dan masalah yang dihadapi nasabah | 57 | 41 | 2 | - | - | 455 |
| 11 | Penanganan keluhan nasabah dilakukan dengan cepat dan tepat guna | 65 | 35 | - | - | - | 465 |
| 12 | Pelayanan oleh karyawan bank terhadap keluhan nasabah dilakukan dengan ramah tamah dan sepenuh hati | 61 | 37 | 2 | - | - | 459 |
| 13 | Karyawan bank memberikan informasi yang jelas, tepat dan mudah untuk dimengerti | 71 | 26 | 3 | - | - | 468 |
| 14 | Sikap ramah tamah dan kesabaran karyawan bank dalam melayani nasabah | 67 | 31 | 2 | - | - | 465 |
| 15 | Kemampuan karyawan bank di dalam menggunakan teknologi dengan cepat dan mahir | 69 | 31 | - | - | - | 469 |
| 16 | Kemampuan karyawan di dalam melayani keluhan nasabah | 65 | 35 | - | - | - | 465 |
| 17 | Kemudahan menghubungi perusahaan | 68 | 32 | - | - | - | 468 |
| 18 | Kemampuan karyawan bank berkomunikasi dengan nasabah | 66 | 33 | 1 | - | - | 465 |
| 19 | Kemudahan nasabah bank dalam meminta bantuan kepada karyawan | 59 | 41 | - | - | - | 459 |

Dari hasil total nilai dari setiap variabel kebutuhan, maka selanjutnya dapat dihitung nilai mean tingkat harapan pelayanan Bank untuk variabel-1 dengan rumus :

Nilai mean tingkat harapan pelayanan variabel-1 =

$$\frac{\text{total nilai kinerja pelayanan variabel} - 1}{\text{jumlah responden}} = \frac{487}{100} = 4,81$$

Hasil perhitungan mean tingkat harapan dapat dilihat pada Tabel 5.8. penilaian tingkat harapan pelayanan.

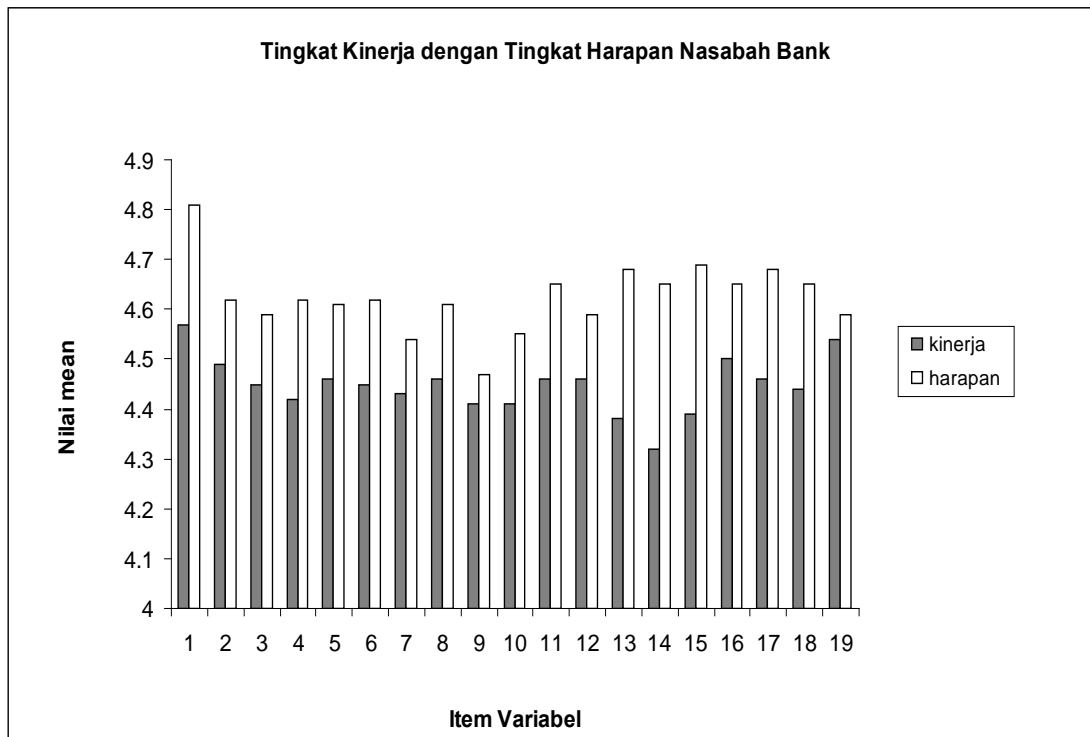
Tabel 5.8.
Penilaian Tingkat Harapan Pelayanan

| No | Variabel Kebutuhan Harapan Pelayanan | Mean | Modus |
|----|---|------|-------|
| 1 | Penampilan/ keadaan gedung bank | 4.81 | 5 |
| 2 | Keadaan dan perlengkapan fasilitas umum yang disediakan bank | 4.62 | 5 |
| 3 | Penampilan karyawan bank | 4.59 | 5 |
| 4 | Kelengkapan slip transaksi yang disediakan oleh bank | 4.62 | 5 |
| 5 | Ruang antrian yang bersih dan nyaman | 4.61 | 5 |
| 6 | Penggunaan teknologi yang modern | 4.62 | 5 |
| 7 | Prosedur pelayanan bank yang tidak terhambat dan berbelit-belit | 4.54 | 4 |
| 8 | Sistem antrian pada bagian sirkulasi transaksi / <i>customer service</i> | 4.61 | 5 |
| 9 | Jadwal pelayanan transaksi / <i>customer service</i> dilakukan dengan cepat dan tepat waktu | 4.47 | 4 |
| 10 | Kesigapan karyawan bank dalam melayani keluhan dan masalah yang dihadapi nasabah | 4.55 | 4 |
| 11 | Penanganan keluhan nasabah dilakukan dengan cepat dan tepat guna | 4.65 | 5 |
| 12 | Pelayanan oleh karyawan bank terhadap keluhan nasabah dilakukan dengan ramah tamah dan sepenuh hati | 4.59 | 5 |
| 13 | Karyawan bank memberikan informasi yang jelas, tepat dan mudah untuk dimengerti | 4.68 | 5 |
| 14 | Sikap ramah tamah dan kesabaran karyawan bank dalam melayani nasabah | 4.65 | 5 |
| 15 | Kemampuan karyawan bank di dalam menggunakan teknologi dengan cepat dan mahir | 4.69 | 5 |
| 16 | Kemampuan karyawan di dalam melayani keluhan nasabah | 4.65 | 5 |
| 17 | Kemudahan menghubungi perusahaan | 4.68 | 5 |

Tabel 5.8.
Penilaian Tingkat Harapan Pelayanan (Lanjutan)

| No | Variabel Kebutuhan Harapan Pelayanan | Mean | Modus |
|----|--|------|-------|
| 18 | Kemampuan karyawan bank berkomunikasi dengan nasabah | 4.65 | 5 |
| 19 | Kemudahan nasabah bank dalam meminta bantuan kepada karyawan | 4.59 | 5 |

Dari pengolahan data diatas antara kinerja dan harapan nasabah terhadap pelayanan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU dapat dilihat nilainya pada Gambar 5.1.



Gambar 5.1.

Tingkat Kinerja dengan Tingkat Harapan Pelayanan
PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU

Dari gambar diatas dapat dilihat bahwa tingkat kinerja penilaian nasabah tertinggi adalah pada item variabel-1 sedangkan tingkat harapan penilaian nasabah tertinggi adalah item variabel-1 yakni penampilan keadaan gedung bank.

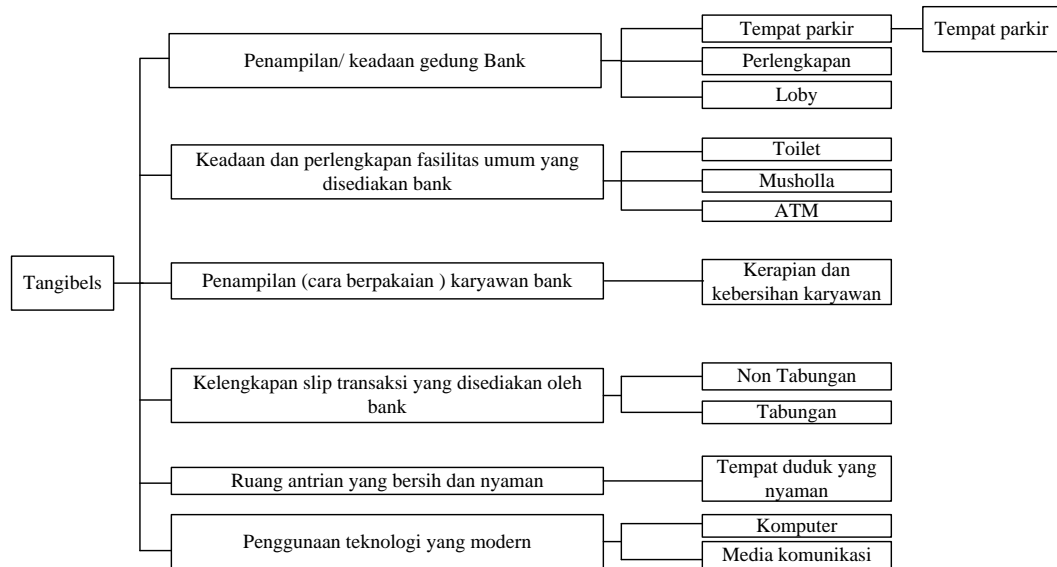
5.2.3. Klarifikasi Tujuan Pengembangan Karakteristik Pelayanan

Proses selanjutnya adalah klarifikasi tujuan dengan metode *Quality Function Development (QFD)* yang merupakan perbaikan perencanaan pengembangan karakteristik-karakteristik pelayanan jasa. Perencanaan ini akan dirumuskan dalam tujuan dari upaya pengembangan pelayanan yakni PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU dapat memberikan layanan kepada nasabah sesuai dengan keinginan nasabah khususnya kepada Mahasiswa USU program S-1 yang masih aktif. Tujuan ini akan tercapai dengan memenuhi tujuan dari sub tujuan sebelumnya, untuk menentukan tujuan tersebut terlebih dahulu dilakukan dengan membuat metode pohon tujuan. Dalam mengklarifikasikan tujuan dari perancangan produk, harus dipisahkan tujuan dan sub-sub tujuan dari perancangan produk tersebut. Dimana hubungan antara keduanya dihubungkan oleh pertanyaan ‘bagaimana’ (*How*) dan pertanyaan ‘mengapa’ (*Why*).

Adapun langkah-langkah yang harus dilakukan dalam membuat pohon tujuan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Membuat daftar tujuan perancangan produk yang disesuaikan dengan kebutuhan konsumen

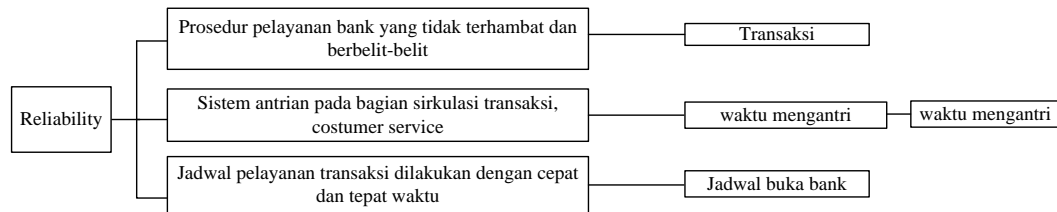
1. Sub tujuan berdasarkan tangibels dapat dilihat pada Gambar 5.2.



Gambar 5.2.

Sub Tujuan Berdasarkan Tangibels

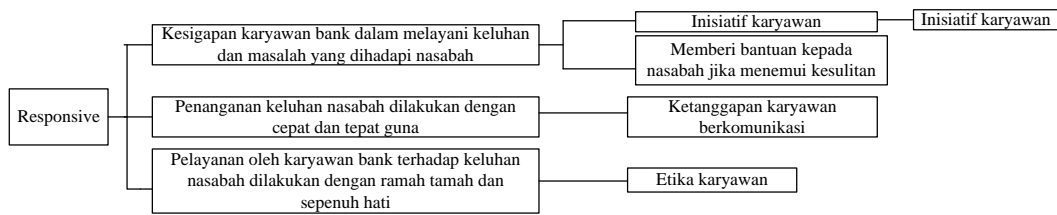
2. Sub tujuan berdasarkan reliability dapat dilihat pada Gambar 5.3.



Gambar 5.3.

Sub Tujuan Berdasarkan Reliability

3. Sub tujuan berdasarkan responsive dapat dilihat pada Gambar 5.4.



Gambar 5.4.

Sub Tujuan Berdasarkan Responsive

4. Sub tujuan berdasarkan assurance dapat dilihat pada Gambar 5.5.



Gambar 5.5.

Sub Tujuan Berdasarkan Assurance

5. Sub tujuan berdasarkan emphaty dapat dilihat pada Gambar 5.6.



Gambar 5.6.

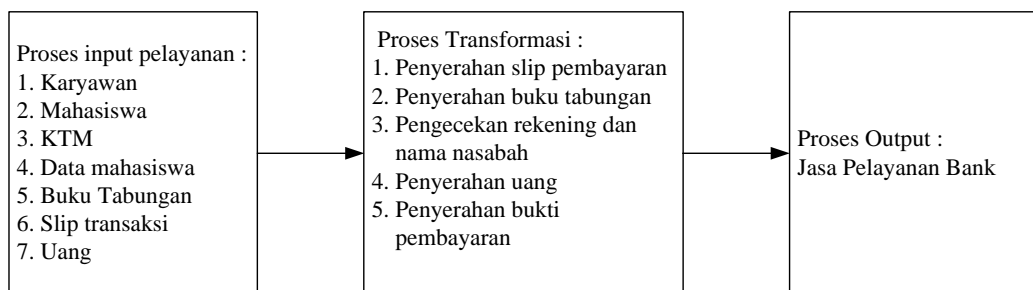
Sub Tujuan Berdasarkan Emphaty

c. Membuat suatu diagram sistematis yang menunjukkan hierarki dari setiap tujuan dan sub-sub tujuan perancangan perbaikan pelayanan. Maka data dilihat pada Gambar 5.7 pohon tujuan penilaian kualitas pelayanan jasa.

5.2.4. Penetapan Fungsi

Dengan melakukan tujuan pengembangan karakteristik pelayanan Bank, selanjutnya mengidentifikasi fungsi-fungsi dari proses pelayanan tersebut. Kantor PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU adalah salah satu fasilitas penunjang kegiatan mahasiswa dalam melakukan pembayaran uang kuliah setiap semester. Dengan kegiatan ini mahasiswa dapat melakukan pembayaran uang kuliah dan pembayaran administrasi yang berhubungan dengan syarat masuk kuliah secara manual atau transfer lewat ATM.

Dari kegiatan pelayanan bank terhadap mahasiswa maka dapat dikatakan bahwa PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU ini merupakan satu kesatuan dalam kegiatan kampus mahasiswa untuk memajukan dan memudahkan universitas dalam mengakses jaringan pembayaran uang kuliah dengan teknologi perbankan di PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU. Proses-proses pelayanan jasa dapat dilihat pada Gambar 5.8. sistem *input output* pelayanan bank.



Gambar 5.8.

Sistem *Input Output* Pelayanan Bank

5.2.5. Menyusun Kebutuhan

Penyusunan kebutuhan terhadap kualitas jasa pelayanan PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU dilakukan untuk menyesuaikan kebutuhan nasabah sesuai yang diinginkan. Hal ini dapat dilakukan dengan mengajukan kuisioner kepada nasabah. Langkah-langkah dalam menyusun kebutuhan ini adalah :

a. Menentukan pelayanan alternatif untuk menemukan solusi yang dapat diterima.

Spesifikasi pelayanan alternatif yang diberikan oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU adalah :

1. Memberikan tampilan gedung yang menarik agar pelayanan yang diberikan tidak mengganggu pada saat melakukan transaksi
2. Memberikan sikap ramah tamah kepada nasabah dengan kesabaran yang sepenuh hati
3. Memberikan fasilitas umum yang dengan lebih lengkap dan yang sangat dibutuhkan nasabah
4. Memudahkan nasabah dalam menyelesaikan masalah/ kesulitan
5. Memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti oleh nasabah
6. Memperbaiki kemampuan karyawan bank dalam menggunakan teknologi dengan cepat
7. Memudahkan menghubungi operator 24 jam
8. Memudahkan kemampuan karyawan bank berkomunikasi dengan nasabah
9. Melengkapi slip transaksi yang disediakan oleh bank
10. Menangani keluhan nasabah dilakukan dengan tepat guna

11. Meningkatkan lagi penggunaan teknologi yang lebih up to date
12. Memperbaiki sistem antrian yang lebih efektif
13. Meningkatkan pelayanan karyawan dalam menyelesaikan keluhan nasabah
14. Memberikan ruang antrian yang lebih nyaman
15. Meningkatkan kesigapan karyawan bank dalam menangani keluhan masalah nasabah
16. Memberikan pelayanan sikap dengan ramah tamah dan sepenuh hati
17. Menampilkan karyawan yang beretika dan bersosialisasi
18. Memperbaiki dan memudahkan prosedur pelayanan yang tidak terhambat dan berbelit-belit
19. Memberikan jadwal pelayanan transaksi dilakukan dengan tepat waktu

b. Penetapan 5 W

Metode analisa 5 W (*What, Who, Why, Where, When*) dan H (*How*) untuk perancangan pelayanan adalah sebagai berikut :

What (apa) : Pelayanan yang perlu diperbaiki oleh PT. Bank Negara
Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU

Who (siapa) : Pelayanan yang ditujukan adalah nasabah khususnya terhadap mahasiswa USU S-1

Why (mengapa) : Pelayanan perlu diperbaiki karena nasabah merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan selama ini

Where (di mana): Pelayanan ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi

When (kapan) : Pelayanan dipakai untuk membayar uang kuliah khususnya mahasiswa USU S-1 dan mengambil uang di ATM

How (bagaimana) : Pelayanan dilakukan dengan proses transaksi antara karyawan dengan nasabah

5.2.6. Penetapan Karakteristik

Tahapan selanjutnya dalam langkah-langkah QFD (*Quality Functions Development*) adalah penetapan karakteristik dalam perancangan pengembangan pelayanan untuk membentuk HOQ (*House of Quality*). Disini yang diprioritaskan adalah pelayanan kebutuhan mana yang paling diutamakan yang banyak dibutuhkan nasabah khususnya mahasiswa. Untuk itu dalam penetapan karakteristik ini akan dilihat berdasarkan apa yang paling dibutuhkan, maka dari hasil yang didapat dari kuisisioner tertutup kebutuhan nasabah yang paling dibutuhkan adalah sikap ramah tamah dan kesabaran karyawan bank dalam melayani nasabah berdasarkan dimensi *assurance*, yang kedua adalah penampilan/ keadaan gedung bank berdasarkan dimensi *Tangibels*. Dalam membentuk HOQ (*House of Quality*) diperlukan beberapa tahapan dalam membangun pengembangan karakteristik pelayanan di Bank.

1. Identifikasi Kebutuhan

Identifikasi kebutuhan merupakan variabel dari pertanyaan kuisisioner tertutup yang berfungsi untuk menentukan karakteristik nasabah. Adapun variabel kebutuhan dapat dilihat pada Tabel 5.10 identifikasi kebutuhan nasabah.

Tabel 5.10.

Identifikasi Kebutuhan Nasabah

| No | Identifikasi Kebutuhan |
|-----------|---|
| 1 | Penampilan/ keadaan gedung bank |
| 2 | Keadaan dan perlengkapan fasilitas umum yang disediakan bank |
| 3 | Penampilan karyawan bank |
| 4 | Kelengkapan slip transaksi yang disediakan oleh bank |
| 5 | Ruang antrian yang bersih dan nyaman |
| 6 | Penggunaan teknologi yang modern |
| 7 | Prosedur pelayanan bank yang tidak terhambat dan berbelit-belit |
| 8 | Sistem antrian pada bagian sirkulasi transaksi / <i>customer service</i> |
| 9 | Jadwal pelayanan transaksi / <i>customer service</i> dilakukan dengan cepat dan tepat waktu |
| 10 | Kesigapan karyawan bank dalam melayani keluhan dan masalah yang dihadapi nasabah |
| 11 | Penanganan keluhan nasabah dilakukan dengan cepat dan tepat guna |
| 12 | Pelayanan oleh karyawan bank terhadap keluhan nasabah dilakukan dengan ramah tamah dan sepenuh hati |
| 13 | Karyawan bank memberikan informasi yang jelas, tepat dan mudah untuk dimengerti |
| 14 | Sikap ramah tamah dan kesabaran karyawan bank dalam melayani nasabah |
| 15 | Kemampuan karyawan bank di dalam menggunakan teknologi dengan cepat dan mahir |
| 16 | Kemampuan karyawan di dalam melayani keluhan nasabah |
| 17 | Kemudahan menghubungi perusahaan |
| 18 | Kemampuan karyawan bank berkomunikasi dengan nasabah |
| 19 | Kemudahan nasabah bank dalam meminta bantuan kepada karyawan |

2. Menyusun Matriks Perencanaan

Dalam penyusunan matriks HOQ, perencanaan HOQ dilakukan agar mendapat kebutuhan nasabah mana yang paling dibutuhkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah untuk dipenuhi oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU. Matriks ini didapat dari kalkulasi data-data sebagai berikut :

- Menghitung nilai rasio perbaikan (*improvement ratio*) untuk setiap variabel kebutuhan

Nilai rasio ini merupakan suatu ukuran dalam mengupayakan manajemen PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU melaksanakan suatu perbaikan kualitas pelayanan pada setiap variabel kebutuhan nasabah. Rasio perbaikan ini dilakukan dengan membandingkan nilai target kualitas pelayanan yang dicapai pada masa mendatang dengan tingkat kualitas pelayanannya di masa mendatang setiap variabelnya.

$$\text{Nilai rasio perbaikan variabel-1} = \frac{\text{target tingkat kualitas pelayanan mendatang}}{\text{tingkat kualitas pelayanan sekarang}}$$

$$\text{Nilai rasio perbaikan variabel-1} = \frac{5}{4,57} = 1,09$$

Maka hasil perhitungan variabel berikutnya dapat dilihat pada Tabel 5.11. Nilai rasio perbaikan:

Tabel 5.11.

Nilai Rasio Perbaikan

| No | Varibel Kebutuhan Nasabah | Rasio |
|-----------|---|--------------|
| 1 | Penampilan/ keadaan gedung bank | 1.09 |
| 2 | Keadaan dan perlengkapan fasilitas umum yang disediakan bank | 1.11 |
| 3 | Penampilan karyawan bank | 0.90 |
| 4 | Kelengkapan slip transaksi yang disediakan oleh bank | 0.90 |
| 5 | Ruang antrian yang bersih dan nyaman | 0.90 |
| 6 | Penggunaan teknologi yang modern | 0.90 |
| 7 | Prosedur pelayanan bank yang tidak terhambat dan berbelit-belit | 0.90 |
| 8 | Sistem antrian pada bagian sirkulasi transaksi / <i>customer service</i> | 0.90 |
| 9 | Jadwal pelayanan transaksi / <i>customer service</i> dilakukan dengan cepat dan tepat waktu | 0.91 |
| 10 | Kesigapan karyawan bank dalam melayani keluhan dan masalah yang dihadapi nasabah | 0.91 |
| 11 | Penanganan keluhan nasabah dilakukan dengan cepat dan tepat guna | 0.90 |
| 12 | Pelayanan oleh karyawan bank terhadap keluhan nasabah dilakukan dengan ramah tamah dan sepenuh hati | 0.90 |
| 13 | Karyawan bank memberikan informasi yang jelas, tepat dan mudah untuk dimengerti | 0.91 |
| 14 | Sikap ramah tamah dan kesabaran karyawan bank dalam melayani nasabah | 0.93 |
| 15 | Kemampuan karyawan bank di dalam menggunakan teknologi dengan cepat dan mahir | 0.91 |
| 16 | Kemampuan karyawan di dalam melayani keluhan nasabah | 0.89 |
| 17 | Kemudahan menghubungi perusahaan | 0.90 |
| 18 | Kemampuan karyawan bank berkomunikasi dengan nasabah | 0.90 |
| 19 | Kemudahan nasabah bank dalam meminta bantuan kepada karyawan | 1.10 |

- Menetapkan “*sales point*” untuk setiap variabel

Penetapan *sales point* ini bertujuan untuk mendatangkan kepuasan pelanggan dimasa yang akan datang. Penetapan yang paling berpengaruh adalah dari pihak manajemen dimana nantinya akan menjadi faktor keunggulan dari persaingan perbankan. Manajemen memberikan penilaian dari *sales point* yang sangat berpengaruh bagi peningkatan keuntungannya dan yang tidak berpengaruh.

Untuk itu penilaian tersebut akan diberikan nilai skala prioritas dengan 3 nilai skala yakni :

- a. Nilai 0,1 = diberikan pada variabel kebutuhan jika variabel tersebut dianggap tidak terlalu berpengaruh bagi peningkatan keuntungan Perusahaan sehingga kurang mendapat perhatian pihak manajemen
- b. Nilai 1,2 = diberikan pada variabel kebutuhan apabila pihak manajemen beranggapan bahwa variabel bisa dipenuhi maka akan berpengaruh bagi peningkatan keuntungan Perusahaan
- c. Nilai 1,5 = diberikan pada variabel kebutuhan apabila pihak manajemen beranggapan bahwa variabel tersebut dipenuhi maka akan sangat berpengaruh bagi peningkatan Perusahaan.

Besar kecil dari nilai *sales point* ini harus berdasarkan pertimbangan berikut :

- a. Rencana strategis PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU
- b. Situasi persaingan perbankan jasa pelayanan di masa mendatang
- c. Kemampuan yang dimiliki PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU

- Menghitung Bobot perencanaan (absolut) setiap variabel kebutuhan

Menghitung bobot perencanaan setiap variabel dihitung dengan cara mengalikan tingkat data tingkat kepentingan nasabah dengan nilai rasio perbaikan dan *sales point*.

Bobot perencanaan = tingkat kepentingan harapan nasabah variabel-1 x nilai rasio variabel -1 x sales point variabel 1

Bobot perencanaan = 4,81 x 1,09 x 1,5 = 7,89

Dari hasil perhitungan nilai bobot untuk tiap variabel dapat dilihat pada

Tabel 5.12. nilai bobot tiap variabel.

Tabel 5.12.
Nilai Bobot Tiap Variabel

| No | Tingkat kepentingan | Nilai rasio | Sales point | Bobot Absolut |
|--------------|----------------------------|--------------------|--------------------|----------------------|
| 1 | 4.81 | 1.09 | 1.5 | 7.89 |
| 2 | 4.62 | 1.11 | 1.2 | 6.17 |
| 3 | 4.59 | 0.90 | 1.2 | 4.95 |
| 4 | 4.62 | 0.90 | 1.2 | 5.02 |
| 5 | 4.61 | 0.90 | 1.2 | 4.96 |
| 6 | 4.62 | 0.90 | 1.2 | 4.98 |
| 7 | 4.54 | 0.90 | 1.2 | 4.92 |
| 8 | 4.61 | 0.90 | 1.2 | 4.96 |
| 9 | 4.47 | 0.91 | 1.2 | 4.87 |
| 10 | 4.55 | 0.91 | 1.2 | 4.95 |
| 11 | 4.65 | 0.90 | 1.2 | 5.00 |
| 12 | 4.59 | 0.90 | 1.2 | 4.94 |
| 13 | 4.68 | 0.91 | 1.2 | 5.13 |
| 14 | 4.65 | 0.93 | 1.5 | 6.46 |
| 15 | 4.69 | 0.91 | 1.2 | 5.13 |
| 16 | 4.65 | 0.89 | 1.2 | 4.96 |
| 17 | 4.68 | 0.90 | 1.2 | 5.04 |
| 18 | 4.65 | 0.90 | 1.2 | 5.03 |
| 19 | 4.59 | 1.10 | 1.2 | 6.07 |
| TOTAL | | | | 101.43 |

- Menghitung Bobot Relatif untuk setiap variabel Kebutuhan

Menghitung bobot relatif digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Bobot relatif-1} = \frac{\text{bobot absolut kebutuhan}}{\text{total bobot absolut kebutuhan}} \times 100\%$$

$$\text{Bobot relatif-1} = \frac{7,89}{101,43} \times 100\% = 7,78\%$$

Maka bobot relatif untuk tiap variabel lainnya dapat dilihat pada Tabel 5.13. nilai bobot relatif untuk setiap variabel kebutuhan.

Tabel 5.13.
Nilai Bobot Relatif Untuk Setiap Variabel Kebutuhan

| No | Varibel Kebutuhan Nasabah | Bobot Relatif % |
|----|---|-----------------|
| 1 | Penampilan/ keadaan gedung bank | 7.78 |
| 2 | Keadaan dan perlengkapan fasilitas umum yang disediakan bank | 6.09 |
| 3 | Penampilan karyawan bank | 4.88 |
| 4 | Kelengkapan slip transaksi yang disediakan oleh bank | 4.95 |
| 5 | Ruang antrian yang bersih dan nyaman | 4.89 |
| 6 | Penggunaan teknologi yang modern | 4.91 |
| 7 | Prosedur pelayanan bank yang tidak terhambat dan berbelit-belit | 4.85 |
| 8 | Sistem antrian pada bagian sirkulasi transaksi / <i>customer service</i> | 4.89 |
| 9 | Jadwal pelayanan transaksi / <i>customer service</i> dilakukan dengan cepat dan tepat waktu | 4.80 |
| 10 | Kesigapan karyawan bank dalam melayani keluhan dan masalah yang dihadapi nasabah | 4.88 |
| 11 | Penanganan keluhan nasabah dilakukan dengan cepat dan tepat guna | 4.93 |
| 12 | Pelayanan oleh karyawan bank terhadap keluhan nasabah dilakukan dengan ramah tamah dan sepenuh hati | 4.87 |
| 13 | Karyawan bank memberikan informasi yang jelas, tepat dan mudah untuk dimengerti | 5.06 |
| 14 | Sikap ramah tamah dan kesabaran karyawan bank dalam melayani nasabah | 6.37 |
| 15 | Kemampuan karyawan bank di dalam menggunakan teknologi dengan cepat dan mahir | 5.06 |
| 16 | Kemampuan karyawan di dalam melayani keluhan nasabah | 4.89 |
| 17 | Kemudahan menghubungi perusahaan | 4.97 |
| 18 | Kemampuan karyawan bank berkomunikasi dengan nasabah | 4.96 |
| 19 | Kemudahan nasabah bank dalam meminta bantuan kepada karyawan | 5.98 |

Dari bobot relatif diatas maka dapat dilihat bahwa nilai bobot yang harus diutamakan dalam meningkatkan kebutuhan pelayanan terhadap nasabah adalah

pada variabel-1 yakni penampilan/ keadaan gedung bank sebesar 7,78 %, yang berarti prioritas utama bagi Perusahaan untuk perbaikan kualitas pelayanan.

3. Menetapkan Karakteristik Pelayanan

Dalam menetapkan karakteristik yang dibutuhkan oleh pihak manajemen PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU dalam meningkatkan kualitas pelayanan berpedoman pada proses pelayanan sesuai dengan 5 dimensi kualitas jasa yang diterima oleh nasabah selama ini. Untuk itu dalam menetapkan karakteristik ini dibutuhkan wawancara kepada pihak manajemen Perusahaan dalam mencapai tujuan yang telah dirumuskan sebelumnya, yakni memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan keinginan nasabah. Karakteristik yang akan ditetapkan pada bagian C di HOQ dapat dilihat pada Tabel 5.14 karakteristik pelayanan nasabah.

Tabel 5.14.

Karakteristik Pelayanan Nasabah

| No | Karakteristik Teknis |
|-----------|----------------------------------|
| 1 | Tempat parkir |
| 2 | Perlengkapan |
| 3 | Loby |
| 4 | Toilet |
| 5 | Musholla |
| 6 | ATM |
| 7 | Kerapian dan kebersihan karyawan |
| 8 | Non tabungan |
| 9 | Tabungan |
| 10 | Tempat duduk yang nyaman |
| 11 | Komputer |
| 12 | Media komunikasi |
| 13 | Transaksi |
| 14 | Waktu mengantri |

Tabel 5.14.

Karakteristik Pelayanan Nasabah (Lanjutan)

| No | Karakteristik Teknis |
|-----------|---|
| 15 | Jadwal buka bank |
| 16 | Inisiatif karyawan |
| 17 | Memberi bantuan kepada nasabah jika menemui kesulitan |
| 18 | Ketanggapan karyawan berkomunikasi |
| 19 | Etika karyawan |
| 20 | Pengetahuan karyawan |
| 21 | Sikap profesional karyawan |
| 22 | Keahlian karyawan |
| 23 | Keramahan karyawan |
| 24 | Kotak saran |
| 25 | Angket |
| 26 | Kesigapan karyawan |

4. Menetapkan Tingkat Hubungan Antara Karakteristik Pelayanan dengan Kebutuhan Pelanggan

Dalam membangun matriks menetapkan tingkat hubungan antara karakteristik pelayanan dengan setiap variabel kebutuhan nasabah akan mengisi pada bagian D dari HOQ.

Penilaian ini diberikan untuk menentukan tingkat hubungan ditetapkan berdasarkan aturan :

- Nilai 9 : menunjukkan hubungan yang kuat
- Nilai 3 : menunjukkan hubungan yang sedang
- Nilai 1 : menunjukkan hubungan yang lemah
- Nilai 0 : menunjukkan tidak ada hubungan sama sekali

Penentuan tingkat hubungan ini ditetapkan berdasarkan diskusi dengan pihak manajemen PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang

Utama USU. Penetapan nilai ini yang menyatakan tingkat hubungan dapat dilihat pada Tabel 5.15. karakteristik pelayanan yang diperlukan oleh pihak PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU dalam menanggapi kebutuhan nasabah.

5. Menentukan Prioritas Desain Karakteristik Pelayanan

Proses selanjutnya adalah menentukan prioritas desain karakteristik pelanan yang didapat berdasarkan bobot tingkat absolut (TKA) atau bobot kepentingan relatif (TKR) dari karakteristik pelayanannya masing-masing.

Perhitungan ini menggunakan rumus :

$TKA_{ij} = \text{hubungan}_{ij} \times \text{bobot relatif}$

$TKA_{1,29} = \text{variabel kebutuhan}_1 \text{ dengan karakteristik}_{29} \times \text{bobot nilai tingkat hubungan}$

$TKA_{1,29} = 0 \times 7,78 = 0$

Maka dapat dilihat pada Tabel 5.16 hasil perhitungan karakteristik kesabaran, kesopanan dan keramahan sebagai berikut:

Tabel 5.16.

Perhitungan Karakteristik Sikap Profesional karyawan

| No | Variabel Kebutuhan | Karakteristik | Bobot relatif | Karakteristik x bobot relative |
|----|---|----------------------------|---------------|--------------------------------|
| | | Sikap profesional karyawan | | |
| 1 | Penampilan/ keadaan gedung bank | 0 | 7.78 | 0 |
| 2 | Keadaan dan perlengkapan fasilitas umum yang disediakan bank | 0 | 6.09 | 0 |
| 3 | Penampilan karyawan bank | 0 | 4.88 | 0 |
| 4 | Kelengkapan slip transaksi yang disediakan oleh bank | 0 | 4.95 | 0 |
| 5 | Ruang antrian yang bersih dan nyaman | 0 | 4.89 | 0 |
| 6 | Penggunaan teknologi yang modern | 0 | 4.91 | 0 |
| 7 | Prosedur pelayanan bank yang tidak terhambat dan berbelit-belit | 0 | 4.85 | 0 |
| 8 | Sistem antrian pada bagian sirkulasi transaksi / <i>customer service</i> | 0 | 4.89 | 0 |
| 9 | Jadwal pelayanan transaksi / <i>customer service</i> dilakukan dengan cepat dan tepat waktu | 0 | 4.80 | 0 |

Tabel 5.16.

Perhitungan Karakteristik Kesopanan (Lanjutan)

| No | Variabel Kebutuhan | Karakteristik | Bobot relatif | Karakteristik x bobot relative |
|------------------|---|----------------------------|---------------|--------------------------------|
| | | Sikap profesional karyawan | | |
| 10 | Kesigapan karyawan bank dalam melayani keluhan dan masalah yang dihadapi nasabah | 0 | 4.88 | 0 |
| 11 | Penanganan keluhan nasabah dilakukan dengan cepat dan tepat guna | 3 | 4.93 | 14.80 |
| 12 | Pelayanan oleh karyawan bank terhadap keluhan nasabah dilakukan dengan ramah tamah dan sepenuh hati | 3 | 4.87 | 14.61 |
| 13 | Karyawan bank memberikan informasi yang jelas, tepat dan mudah untuk dimengerti | 1 | 5.06 | 5.06 |
| 14 | Sikap ramah tamah dan kesabaran karyawan bank dalam melayani nasabah | 3 | 6.37 | 19.10 |
| 15 | Kemampuan karyawan bank di dalam menggunakan teknologi dengan cepat dan mahir | 0 | 5.06 | 0 |
| 16 | Kemampuan karyawan di dalam melayani keluhan nasabah | 1 | 4.89 | 4.89 |
| 17 | Kemudahan menghubungi perusahaan | 0 | 4.97 | 0 |
| 18 | Kemampuan karyawan bank berkomunikasi dengan nasabah | 3 | 4.96 | 14.87 |
| 19 | Kemudahan nasabah bank dalam meminta bantuan kepada karyawan | 0 | 5.98 | 0 |
| Total TKA | | | | 73.33 |

Dari contoh diatas tingkat kepentingan relatifnya didapat berdasarkan perhitungan berikut :

$$TKR_1 = \frac{TKA_1}{\sum TKA} \times 100\% = \frac{73.33}{2135,15} \times 100\% = 3,43\%$$

Maka nilai TKA dan TKR dari masing-masing karakteristik dapat dilihat pada Gambar 5.8 hubungan antar atribut pelayanan dengan karakteristik teknik.

6. Menentukan Hubungan antara Karakteristik Pelayanan

Untuk tahapan ini, menentukan hubungan antar masing-masing karakteristik dengan pelayanan yang ada, tujuannya untuk menganalisa apakah hubungan karakteristik tersebut dapat dikatakan saling menguatkan (positif) atau saling bertolak belakang (negatif). Berikut adalah lambang-lambang yang digunakan untuk menggambarkan tingkat hubungannya :

- = tingkat hubungan positif kuat
- = tingkat hubungan positif sedang
- ▲ = tingkat hubungan negatif kuat
- △ = tingkat hubungan negatif sedang

Dapat dilihat pada Gambar 5.8 hubungan antar atribut pelayanan dengan karakteristik teknik.

7. Membangun Matriks *House of Quality* Pengembangan Karakteristik Jasa

Berdasarkan data-data yang telah diolah dengan menggunakan langkah-langkah QFD yang ada, maka sekarang dapat dibangun matriks HOQ-nya. Pada *House of Quality*, lambang penilaian diletakkan pada bagian *roof* yang akan mempermudah pemeriksaan tiap pasangan karakteristik teknisnya. Dapat dilihat pada Gambar 5.9 matriks *House of Quality*.

BAB VI

ANALISIS PEMECAHAN MASALAH

6.1. Analisis Pengujian Statistik

Analisis hasil pengujian statistik uji validitas untuk kinerja dan harapan nilai koefisien korelasi adalah sebagai berikut :

- H_0 : kusioner yang digunakan valid dan dapat digunakan dalam pengumpulan data
- H_1 : kusioner yang bukan merupakan instrumen yang valid
- Taraf signifikan $\alpha = 0,1$
- Wilayah kritis *korelasi product moment* $\alpha = 0,1$, $N = 100$, $r_{tabel} = 0,197$

Maka hasil pengolahan data untuk kinerja dan harapan lebih besar dari nilai $r_{tabel} 0,197$, maka seluruh data untuk kinerja dan harapan dikatakan valid. Sedangkan uji reabilitas untuk kinerja dan harapan nilai koefisien korelasi mempunyai nilai $> 0,7$, maka seluruh data untuk kinerja dan harapan dikatakan reliabel.

6.2. Analisis Klarifikasi Tujuan

Dari klarifikasi tujuan yang diperoleh dari penilaian kualitas pelayanan jasa sebagai berikut :

- Faktor-faktor apa yang menentukan kualitas pelayanan jasa berdasarkan penampilan fisik, perlengkapan, serta karyawan Bank

- Faktor-faktor apa yang menentukan kualitas pelayanan jasa berdasarkan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan
- Faktor-faktor apa yang menentukan kualitas pelayanan jasa berdasarkan respon atau kesiapan karyawan dalam memberikan/ membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat tanggap, yang meliputi kesiapan pegawai dalam melayani nasabah, kecepatan pegawai dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan pegawai
- Faktor-faktor apa yang menentukan kualitas pelayanan jasa berdasarkan tingkat pengetahuan pegawai, kualitas keramah-tamahan, perhatian, dan kesopanan dalam memberi pelayanan, kemampuan memberikan informasi, dan kemampuan dalam menemukan kepercayaan pelanggan
- Faktor-faktor apa yang menentukan kualitas pelayanan jasa berdasarkan perhatian secara individual yang diberikan BNI USU kepada nasabah, seperti kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah, dan usaha BNI untuk memahami keinginan dan kebutuhan nasabah

6.3. Analisis Penetapan Fungsi

Langkah ini dilakukan untuk menentukan fungsi-fungsi dalam pelayanan yang meliputi fungsi-fungsi yang dibutuhkan dan batasan-batasan dari proses perbaikan pelayanan tersebut. Fungsi utama dalam meningkatkan kualitas pelayanan jasa adalah memberikan kepuasan kepada nasabah terhadap pelayanan yang diberikan oleh Persahaan.

6.4. Analisis Menyusun Kebutuhan

Penyusunan kebutuhan dilakukan untuk menyesuaikan kebutuhan nasabah sesuai yang diinginkan, dengan membandingkan harapan nasabah (*Demand*) dengan kinerja yang diberikan (*Wish*). Hal ini dapat dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada nasabah. Pada kualitas pelayanan jasa merupakan 12 *demands* yaitu memberikan tampilan gedung menarik, sikap ramah tamah, fasilitas umum, kemudahan dalam menyelesaikan masalah, berkomunikasi, menghubungi operator, menangani keluhan nasabah, menampilkan karyawan yang beretika dan bersosialisasi, meningkatkan kesigapan karyawan.

Sedangkan pada *wish* terdapat 7 atribut yaitu memberikan informasi yang mudah dimengerti, memperbaiki kemampuan karyawan dalam menggunakan teknologi, meningkatkan teknologi yang *up to date*, meningkatkan pelayanan karyawan dalam menyelesaikan keluhan nasabah, memberikan ruang antrian yang lebih nyaman, memperbaiki dan memudahkan prosedur pelayanan yang tidak terhambat dan berbelit-belit dan memberikan jadwal pelayanan transaksi dilakukan dengan tepat waktu.

6.5. Analisis Menetapkan Karakteristik

Penetapan karakteristik dalam perancangan pengembangan pelayanan untuk membentuk HOQ (*House of Quality*).

- Mengidentifikasi kebutuhan pelanggan didapat dari hasil kuisioner tertutup yang berfungsi untuk menentukan karakteristik nasabah

- Menyusun matriks perencanaan dilakukan agar mendapat kebutuhan nasabah mana yang paling dibutuhkan dalam meningkatkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah untuk dipenuhi oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang USU. Adapun langkah yang dilakukan :

1. Menghitung nilai rasio perbaikan (*improvement ratio*) untuk setiap variabel kebutuhan merupakan suatu ukuran dalam mengupayakan manajemen PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Cabang USU melaksanakan suatu perbaikan kualitas pelayanan pada setiap variabel kebutuhan nasabah.

$$\text{Nilai rasio perbaikan variabel-1} = \frac{5}{4,57} = 1,09$$

2. Penetapan *sales point* ini bertujuan untuk mendatangkan kepuasan pelanggan dimasa yang akan datang. Manajemen memberikan penilaian dari *sales point* yang sangat berpengaruh bagi peningkatan keuntungannya dan yang tidak berpengaruh. Untuk penilaian ini ada 3 nilai skala yaitu 0,1, 1,2 dan 1,5.
3. Menghitung bobot perencanaan setiap variabel dihitung dengan cara mengalikan tingkat data tingkat kepentingan nasabah dengan nilai rasio perbaikan dan *sales point*.

$$\text{Bobot perencanaan} = 4,81 \times 1,09 \times 1,5 = 7,89$$

4. Menghitung bobot relatif tertinggi terdapat pada variabel-1:

$$\text{Bobot relatif-1} = \frac{7,89}{101,43} \times 100\% = 7,78\%$$

- Menetapkan karakteristik menetapkan karakteristik ini akan didapat dari hasil kuisioner terbuka yang disebarakan kepada responden mahasiswa USU program S-1 yang masih aktif, dalam mencapai tujuan yang telah dirumuskan sebelumnya, yakni memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan keinginan nasabah.
- Membangun matriks menetapkan tingkat hubungan antara karakteristik pelayanan dengan setiap variabel kebutuhan nasabah akan mengisi penilaian ini diberikan untuk menentukan tingkat hubungan ditetapkan.
- Menentukan prioritas desain karakteristik pelayanan yang didapat berdasarkan bobot tingkat absolut (TKA) atau bobot kepentingan relatif (TKR) dari karakteristik pelayanannya masing-masing. Maka pada penilaian kualitas ini didapat nilai TKA tertinggi didapat pada atribut kesigapan karyawan 238,58% sedangkan TKR yang tertinggi didapat pada atribut kesigapan karyawan 7,74%.
- Menentukan hubungan antar masing-masing karakteristik dengan pelayanan yang ada. Maka hubungan yang bertolak belakang dengan sangat sedikit hubungannya, sehingga dapat dikatakan bahwa hubungan antar atribut pelayanan jasa sangat erat dengan karakteristik tekniknya.

6.6. Analisis *Quality Functions Development*

Dari hasil matriks *House of Quality* (HOQ) yang telah dibuat, maka dapat dianalisis bahwa tingkat kepentingan yang yang dibutuhkan untuk mencapai kepuasan nasabah adalah penampilan gedung dengan tingkat kepentingan 4,81% terutama pada tata ruangan dan loby, dan tingkat kepentingan kedua yang

dibutuhkan nasabah dengan nilai 4,68% adalah sikap ramah tamah dan kesabaran karyawan dalam melayani nasabah, sedangkan untuk tingkat kepentingan yang menurut penilaian nasabah sudah memuaskan dengan nilai tingkat kepentingan 4,47 % adalah jadwal pelayanan transaksi yang dilakukan dengan cepat dan tepat waktu.

1. Tingkat kepentingan antar atribut kualitas pelayanan dengan karakteristik jasa memiliki nilai terendah yakni 4,47% yang artinya bahwa pada atribut jadwal pelayanan transaksi yang dilakukan dengan cepat dan tepat waktu sudah bisa memenuhi kepuasan nasabah, sedangkan tingkat kepentingan tertinggi adalah 4,81% atribut penampilan gedung yang berarti bahwa belum memenuhi kepuasan pelanggan.
2. Bobot relatif yang tertinggi adalah 7,78% yang artinya bahwa nilai atribut penampilan gedung merupakan kebutuhan nasabah yang masih belum memenuhi kepuasan, bobot relatif tertinggi merupakan bobot yang paling diutamakan untuk dapat memenuhi dan memperbaiki kualitas pelayanan. Bobot terendah yang sudah memenuhi kepuasan nasabah dengan nilai 4,80% adalah jadwal pelayanan transaksi yang dilakukan dengan cepat dan tepat waktu.

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1. Kesimpulan

Dari hasil pengolahan data dan analisis pemecahan masalah peneliti diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel kebutuhan layanan terhadap kinerja yang dibutuhkan nasabah yakni atribut sikap ramah tamah dan kesabaran karyawan dalam melayani nasabah (4,32%) yang kurang baik dirasakan oleh nasabah, sedangkan variabel kebutuhan layanan harapan yakni atribut penampilan keadaan gedung bank (4,81%) yang berarti bahwa nasabah mengharapkan layanan ini dapat diperbaiki kedepannya.
2. Dari hasil pengujian statistik validitas dan reliabilitas data kinerja dan harapan didapatkan valid ($< 0,197$) dan reliabel ($> 0,7$).
3. Berdasarkan hasil klarifikasi tujuan prioritas tertinggi tujuan perancangan adalah sub tujuan berdasarkan pengetahuan, sub tujuan berdasarkan respon, sub tujuan berdasarkan kemampuan, sub tujuan perhatian secara individual dan sub tujuan berdasarkan penampilan fisik.
4. Berdasarkan penetapan fungsi didapatkan sistem input output pelayanan bank. Proses input layanan adalah karyawan, mahasiswa, KTM, ATM, ikatan mahasiswa, buku tabungan, slip transaksi, uang. Proses transformasinya adalah penyerahan slip pembayaran, penyerahan buku tabungan, pengecekan

rekening dan nama nasabah, penyerahan uang, dan penyerahan bukti pembayaran. Sedangkan proses outputnya adalah jasa pelayanan Bank.

5. Berdasarkan menyusun kebutuhan didapatkan perancangan pelayanan sebagai berikut:

- *What* (apa) : Pelayanan yang perlu diperbaiki oleh PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU.
- *Who* (siapa) : Pelayanan yang ditujukan adalah nasabah khususnya terhadap mahasiswa USU S-1
- *Why* (mengapa) : Pelayanan perlu diperbaiki karena nasabah merasa kurang puas dengan pelayanan yang diberikan selama ini
- *Where* (di mana): Pelayanan ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi
- *When* (kapan) : Pelayanan dipakai untuk membayar uang kuliah khususnya mahasiswa USU S-1 dan mengambil uang di ATM
- *How* (bagaimana) : Pelayanan dilakukan dengan proses transaksi antara karyawan dengan nasabah

6. Berdasarkan penetapan karakteristik dengan metode *Quality functions development* didapat hasil tingkat kepentingan karakteristik jasa atribut penampilan keadaan gedung bank (4,81%) masih belum dapat memuaskan nasabah (4,81%), bobot relatif tertinggi yang dibutuhkan nasabah yakni pada atribut tempat parkir (78,13%).

7.2. Saran

Dari keseluruhan data yang didapat dan ditarik kesimpulan, maka saran-saran yang diajukan adalah :

1. Hendaknya pihak PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk Kantor Cabang Utama USU dapat melihat prioritas utama kebutuhan mana yang paling dibutuhkan oleh nasabah khususnya dikalangan mahasiswa USU sehingga kepuasan dimasa yang akan datang dapat terpenuhi dengan baik.
2. Dengan adanya aplikasi metode *Quality Functions Development (QFD)* ini, peneliti dapat melihat pengembangan karakteristik layanan untuk perencanaan perbaikan, yakni pada pembentukan *House of Quality (HOQ)*, sehingga diharapkan nantinya dengan penggunaan metode ini dapat diteruskan lagi langkah-langkah *Quality Functions Development (QFD)* sampai ke pesaing. Dan diharapkan dapat diaplikaasi dengan metode-metode lain seperti metode analisis *SWOT* dan metode analisis *POSITIONING*.