

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK
MANDIRI, Tbk CABANG DEWAN PERWAKILAN
RAKYAT REPUBLIK INDONESIA**

SKRIPSI

**Nama : Pamela Hidayat
NIM : 4310412-136**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2009**

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK
MANDIRI, Tbk CABANG DEWAN PERWAKILAN
RAKYAT REPUBLIK INDONESIA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen - Strata 1**

**Nama : Pamela Hidayat
NIM : 4310412-136**



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCUBUANA
JAKARTA
2009**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Pamela Hidayat

NIM : 4310412-136

Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai saksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 9 Maret 2009

(Pamela Hidayat)

NIM 4310412-136

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Pamela Hidayat
NIM : 4310412-136
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Analisis kepuasan nasabah pada PT. Bank
Mandiri,Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat
Republik Indonesia
Tanggal Lulus Ujian : 3 April 2009

Disahkan Oleh :
Pembimbing Skripsi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE., MM.)

Tanggal :

Dekan,

Ketua Program Studi Manajemen – S1

(Dra. Yuli Harwani, MM.)

(Arief Bowo Prayoga Kasmu, SE., MM.)

Tanggal :

Tanggal :

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Skripsi

ANALISIS KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK MANDIRI,Tbk
CABANG DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Pamela Hidayat
4310412-136

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji pada Tanggal 3 April 2009

Susunan Dewan Penguji :

Ketua Penguji / Pembimbing Skripsi



Anggota Dewan Penguji

.....

Anggota Dewan Penguji

.....

KATA PENGANTAR

Puji dan rasa syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, skripsi ini dapat diselesaikan oleh penulis. Skripsi ini dapat terlaksana atas bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orangtua dan keluarga yang selalu mendukung penulis.
2. Ibu Dra. Yuli Harwani, MM. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Arief Bowo Prayoga Kasmu, S.E. MM. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Mercu Buana dan Dosen pembimbing yang telah memberikan berbagai arahan dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh dosen Universitas Mercu Buana Fakultas Ekonomi.
5. Teman-teman penulis terutama dari angkatan 6 Manajemen, terima kasih banyak atas semua dukungan yang telah diberikan selama ini.
6. Para nasabah PT. Bank Mandiri,Tbk cabang DPR-RI yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.

Akhirnya dengan kerendahan hati, penulis mohon maaf apabila terdapat kekurangan dalam penelitian ini. Kritik dan saran selalu penulis harapkan.

Jakarta, 9 Maret 2009

Pamela Hidayat
4310412-136

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Pengertian Pemasaran	6
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.3 Bauran Pemasaran Jasa.....	7

2.4 Usaha Jasa.....	9
2.4.1 Pengertian Jasa.....	10
2.4.2 Karakteristik Jasa.....	11
2.5 Kualitas Jasa.....	16
2.5.1 Definisi Kualitas Jasa.....	16
2.5.2 Dimensi Kualitas Jasa	16
2.5.3 Mengelola Kualitas Jasa.....	18
2.6 Pelayanan Konsumen.....	19
2.7 Fungsi Petugas Layanan Front Office Pada bank.....	20
2.8 Pelayanan Prima.....	22
2.9 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	24
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Obyek Penelitian.....	27
3.1.1 Lokasi Perusahaan.....	27
3.1.2 Gambaran Umum PT. Bank Mandiri,Tbk.....	27
3.1.3 Visi dan Misi perusahaan.....	28
3.1.4 Pelayanan PT. Bank Mandiri,Tbk.....	29
3.1.5 Fasilitas yang Berikan oleh PT.Bank Mandiri,Tbk....	31
3.2 Desain Penelitian.....	34
3.3 Variabel dan Skala Pengukuran.....	34
3.3.1 Definisi Operasional Variabel.....	35
3.4 Metode Pengumpulan Data	39
3.5 Jenis Data.....	39

3.6 Populasi dan Sampel Penelitian...	40
3.7 Metode Analisis Data	40
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
4.1 Analisis Karakteristik Responden.....	43
4.2 Analisis Kepuasan Nasabah... ..	46
4.2.1 Analisis Dimensi Kehandalan.....	47
4.2.2 Analisis Dimensi Daya Tanggap	51
4.2.3 Analisis Dimensi Jaminan.....	55
4.2.4 Analisis Dimensi Empati.....	59
4.2.5 Analisis Dimensi Bukti Langsung.....	63
4.2.6 Ringkasan Perhitungan Nilai Kerja dan Kepentingan...	68
4.3 Diagram Kartesius.....	70
4.3.1 Kuadran A.....	71
4.3.2 Kuadran B.....	71
4.3.3 Kuadran C.....	72
4.3.4 Kuadran D.....	72
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan	73
5.1.1 Karakteristik Responden.....	73
5.1.2 Kepuasan Nasabah.....	73
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

		Halaman
Tabel 2.1	Perbedaan-perbedaan antara Barang dan Jasa	15
Tabel 2.2	Sasaran dan Manfaat Service Excellence	23
Tabel 4.1	Jenis kelamin responden	43
Tabel 4.2	Pekerjaan Responden	44
Tabel 4.3	Usia Responden	45
Tabel 4.4	Tingkat Pendapatan Responden Perbulan	46
Tabel 4.5	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Penyediaan Informasi Perbankan yang tepat dibutuhkan Nasabah	47
Tabel 4.6	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kepentingan Penyediaan Informasi Perbankan yang tepat dibutuhkan Nasabah	47
Tabel 4.7	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Frontliner Akurat dalam menangani Transaksi bank	49
Tabel 4.8	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan Frontliner akurat dalam menangani Transaksi bank	49
Tabel 4.9	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja pelayanan yang cepat oleh frontliner dalam proses perbankan	50
Tabel 4.10	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan pelayanan yang cepat oleh frontliner dalam proses perbankan	50

Tabel 4.11	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja Kemampuan Frontliner untuk tanggap dalam melayani kebutuhan nasabah	51
Tabel 4.12	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan Kemampuan Frontliner untuk tanggap dalam melayani kebutuhan nasabah	51
Tabel 4.13	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja Kecepatan Penanganan keluhan	52
Tabel 4.14	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja Kecepatan Penanganan keluhan	53
Tabel 4.15	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja sistem antrian yang cepat	54
Tabel 4.16	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan sistem antrian yang cepat	54
Tabel 4.17	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja Kerahasiaan Nasabah Terjamin	56
Tabel 4.18	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan Kerahasiaan Nasabah Terjamin	56
Tabel 4.19	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja Keramahan Pelayanan oleh frontliner	57
Tabel 4.20	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan Keramahan Pelayanan oleh frontliner	57
Tabel 4.21	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja Nasabah Mudah dalam Menghubungi Bank Mandiri	58
Tabel 4.22	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan Nasabah Muda dalam Menghubungi Bank Mandiri	59

Tabel 4.23	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja Kemampuan Karyawan Berkomunikasi	60
Tabel 4.24	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan Kemampuan Karyawan Berkomunikasi	60
Tabel 4.25	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja Rasa Tanggung Jawab pada Nasabah	61
Tabel 4.26	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan Rasa Tanggung Jawab pada Nasabah	61
Tabel 4.27	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja Frontliner membantu nasabah dalam pengisian formulir	62
Tabel 4.28	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan Frontliner membantu nasabah dalam pengisian formulir	63
Tabel 4.29	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja Lokasi Strategis	64
Tabel 4.30	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan Lokasi Strategis	64
Tabel 4.31	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja Keamanan yang Memadai	65
Tabel 4.32	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan Keamanan yang Memadai	65
Tabel 4.33	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja Kelengkapan Peralatan	66
Tabel 4.34	Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan Kelengkapan Peralatan	67
Tabel 4.35	Perhitungan rata-rata tingkat kinerja terhadap kepentingan	68

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 2.1	Gambar Tingkat kepuasan pelanggan	25
Gambar 4.1	Gambar Diagram Kartesius	70



DAFTAR LAMPIRAN

		Halaman
Lampiran 1	Kuesioner	76
Lampiran 2	Rekapitulasi Karakteristik Responden	78
Lampiran 3	Rekapitulasi Data Kinerja	81
Lampiran 4	Rekapitulasi Data Harapan	70
Lampiran 5	Rekapitulasi Nilai Bobot Kinerja	87
Lampiran 6	Rekapitulasi Nilai Bobot Harapan	88
Lampiran 7	Proses pengisian kuesioner di PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang DPR-RI	89



ABSTRAK

Skripsi ini membahas mengenai bagaimana karakteristik nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk cabang DPR-RI dan tingkat kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang DPR-RI. Data diperoleh melalui survei dengan menyebarkan kuesioner kepada 95 orang nasabah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *Convenience Sampling*, sedangkan alat analisis yang digunakan adalah tingkat kesesuaian responden berdasarkan hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan dan diagram kartesius.

Hasil analisis karakteristik menunjukkan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk cabang DPR-RI adalah wanita yang berkerja sebagai pegawai negeri sipil (PNS) dan analisis tingkat kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang DPR-RI menunjukkan bahwa indikator-indikator yang penanganannya perlu dipertahankan antara lain penyediaan informasi perbankan yang tepat, *frontliner* akurat dalam menangani transaksi bank, pelayanan yang cepat oleh *frontliner* dalam proses perbankan, kemampuan *frontliner* untuk tanggap dalam melayani kebutuhan nasabah, kerahasiaan nasabah terjamin, keramahan pelayanan oleh *frontliner*, nasabah mudah dalam menghubungi Bank Mandiri, kemampuan karyawan berkomunikasi, rasa tanggung jawab pada nasabah, dan keamanan yang memadai. Sedangkan indikator-indikator yang dinilai sangat penting namun tingkat kinerjanya masih kurang memuaskan nasabah antara lain kecepatan penanganan keluhan dan sistem antrian yang cepat.

Untuk penelitian selanjutnya disarankan untuk dilakukan pada organisasi selain bank dengan lingkup penelitian diperluas.

Kata kunci : tingkat kepuasan nasabah, kinerja.



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manusia sebagai makhluk sosial dalam kehidupan sehari-harinya tidak lepas dari melakukan kegiatan ekonomi. Kegiatan ekonomi itu sendiri ditandai dengan adanya transaksi. Setelah era barter, transaksi mulai berkembang dan membutuhkan alat bayar berupa uang. Saat ini yang menjadi pertimbangan masyarakat dalam melakukan kegiatan transaksi pada umumnya adalah tingkat keamanan dan kepraktisan yang kurang, sedangkan tingkat kriminalitas semakin meningkat. Hal ini yang mendorong kebutuhan masyarakat akan rasa aman dan praktis dalam melakukan kegiatan transaksi.

Industri perbankan memahami kebutuhan masyarakat dan memanfaatkan peluang ini. Bank merupakan salah satu lembaga keuangan yang bergerak disektor finansial, perbankan, pasar modal dan asuransi. Bank memiliki peran penting terkait dengan fungsinya sebagai lembaga intermediasi yaitu lembaga perantara antara pihak yang mempunyai dana dan pihak yang membutuhkan dana. Industri perbankan merupakan bisnis yang kompetitif, karena banyaknya jumlah bank nasional (*local*) saat ini dan masuknya bank asing (*foreign bank*) yang membuka cabangnya di Indonesia, sehingga persaingan semakin ketat dalam meraih kepercayaan masyarakat.

Fungsi umum bank sebagai tempat menabung dan sumber kreditpun dikembangkan. Saat ini dalam bersaing antara satu sama lain, bank-bank tidak

hanya mengandalkan fungsi intermediasinya itu, melainkan bersaing untuk mendapatkan kepercayaan dari masyarakat dan berusaha untuk memberikan jasa pelayanan yang terbaik guna memberikan kepuasan bagi masyarakat.

Pada masa lalu ketika terjadi depresiasi kepercayaan masyarakat terhadap industri perbankan nasional menyebabkan terjadinya penarikan dana secara besar-besaran oleh masyarakat. Sehingga banyak bank mengalami krisis likuiditas (*Mismatch*). Dampak dari krisis likuiditas perbankan tersebut adalah pemerintah melikuidasi (Pencabutan Izin Usaha) terhadap 16 bank pemerintah pada tanggal 1 November 1997. Dengan demikian selama periode 1997 – 2000 pemerintah telah membekukan operasi 67 bank swasta nasional, pemerintah mengambil alih (*take over*) 13 bank swasta nasional dan melakukan merger terhadap 4 bank pemerintah yaitu Bank Ekspot- Import Indonesia (EXIM), Bank Pembangunan Indonesia (BAPINDO), Bank Dagang Negara (BDN), dan Bank Bumi Daya (BBD), kedalam satu bank yaitu PT. Bank Mandiri, Tbk.

Sebagai bank terbesar di Indonesia PT. Bank Mandiri, Tbk diharap mampu menciptakan kredibilitas yang baik. Yaitu mampu meyakini nasabah bahwa Bank Mandiri dapat merancang dan menyediakan fasilitas pelayanan jasa yang memuaskan kebutuhan nasabah. Kredibilitas perbankan menunjukkan reputasi yang dicapai perbankan di masyarakat dan merupakan landasan untuk membangun hubungan yang kuat dengan para nasabah. Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi kredibilitas perbankan, yaitu :

- 1.1.1 Faktor Keahlian** adalah sejauh mana perbankan mampu membuat fasilitas produk dan jasa pelayanan yang memuaskan nasabahnya.
- 1.1.2 Faktor Kepercayaan** adalah sejauh mana perbankan tampak termotifasi untuk menjadi jujur, bergantung pada dan peka terhadap kebutuhan nasabah.
- 1.1.3 Faktor Daya tarik** adalah sejauh mana perbankan disukai, menarik, bergengsi, dan dinamik.

Dengan total aset $\pm$ Rp. 200 triliyun PT. Bank Mandiri,Tbk berupaya menciptakan kredibilitas yang baik bagi nasabah. Dari sisi aset pesaing Bank Mandiri adalah Bank Niaga,Tbk , Bank Danamon, Bank Central Asia tbk, Bank Permata. Hal ini membuat PT. Bank Mandiri,tbk berupaya untuk lebih meningkatkan kinerja (*perfomance*) antara lain dengan meningkatkan kualitas jasa pelayanan guna memberikan kepuasan kepada para nasabah yang akan menjadikan nasabah loyal kepada PT. Bank Mandiri,Tbk. Oleh karena itu judul skripsi yang di ajukan adalah **ANALISIS KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK MANDIRI,Tbk CABANG DEWAN PERWAKILAN RAKYAT REPUBLIK INDONESIA**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah dan pokok permasalahannya, maka dapat dirumuskan masalahnya adalah, sebagai berikut :

- 1. Bagaimana karakteristik nasabah pada PT. Bank Mandiri,Tbk Cabang DPR-RI.**
- 2. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah pada fasilitas pelayanan yang diberikan PT. Bank Mandiri,Tbk Cabang DPR-RI.**

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian ini adalah :

- 1. Untuk mengetahui bagaimana karakteristik nasabah pada PT. Bank Mandiri,Tbk Cabang DPR-RI.**
- 2. Untuk mengetahui seberapa besar nasabah mendapatkan kepuasan atas fasilitas pelayanan dari PT. Bank Mandiri,Tbk cabang DPR-RI.**

1.3.2 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

- a. Bagi Penulis

Untuk menambah ilmu pengetahuan bagi peneliti dan sebagai studi pembandingan antara teori yang didapat selama masa perkuliahan dengan

praktek yang dilaksanakan perusahaan perbankan terutama yang berhubungan kepuasan nasabah (kepuasan konsumen).

b. Bagi Perusahaan Perbankan PT. Bank Mandiri,Tbk

Bagi pihak perusahaan perbankan (khususnya pada PT. Bank Mandiri,Tbk cang dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia) sebagai masukan untuk mengetahui sejauh mana para nasabah mendapatkan kepuasan dari fasilitas pelayanan yang telah diberikan.

c. Bagi Pembaca

Bagi pihak lain sebagai bahan perbandingan dengan kepuasan nasabah pada bank-bank nasional lainnya.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran

Pengertian pemasaran menurut **Philip Kotler dan Kevin Lane (2007)** adalah

“Pemasaran adalah satu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain”.

Adapun pengertian lain menurut **Boyd, Walker dan Larreche (2000)** menyatakan bahwa

“Pemasaran adalah sebuah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting yang memungkinkan individu dan perusahaan mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan hubungan pertukaran”.

Oleh karena itu jangkauan pemasaran sangat luas. Berbagai tahap kegiatan pemasaran harus dilalui barang atau jasa sebelum sampai ke tangan konsumen. Sedangkan menurut **Hermawan Kertajaya (2002)** definisi pemasaran adalah

“Pemasaran adalah sebuah disiplin bisnis strategi yang mengarahkan pada proses penciptaan, penawaran dan perubahan values (pertukaran) dari satu inisiator kepada stakeholdernya”.

Dari definisi tersebut dapat dijelaskan bahwa pemasaran dapat mengarahkan atau menjadi panduan bagi setiap aktivitas yang ada pada seluruh organisasi perusahaan, yaitu menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan nilai dari perusahaan kepada pelanggannya untuk memenuhi dan memuaskan kebutuhan dan keinginan.

2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran

Definisi Manajemen Pemasaran menurut **Kotler dan Armstrong (2001)** adalah:

“Manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian dari program yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan”.

Dengan berdasarkan pengertian manajemen pemasaran di atas, maka akan tercakup ruang lingkup yang sangat luas. Secara singkat dapat dinyatakan bahwa manajemen pemasaran mencakup seluruh falsafah, konsep, tugas dan proses manajemen pemasaran.

Sedangkan menurut **Philip Kotler (2002)** mengenai manajemen pemasaran adalah :

“Manajemen Pemasaran adalah suatu proses perencanaan dan pelaksanaan dari perwujudan pemberian harga, promosi dan distribusi dari barang-barang, jasa dan gagasan untuk menciptakan pertukaran dengan kelompok sasaran yang memenuhi tujuan pelanggan dan organisasi”.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan dan mengawasi segala kegiatan (program), guna memperoleh tingkat pertukaran yang menguntungkan dengan pembelian dalam rangka mencapai tujuan organisasi serta memberikan kepuasan bagi pihak yang terlibat.

2.3 Bauran Pemasaran Jasa

Keberhasilan perusahaan mencapai target pasar yang telah ditetapkan tergantung dari pimpinan perusahaan dalam menetapkan sasaran pasar tertentu yang telah direncanakan dengan menyusun pemasaran terpadu dengan *marketing mix* (bauran pemasan). Bauran pemasaran merupakan kombinasi variable atau unsur-unsur yang menjadi inti dari sistem pemasaran perusahaan.

Bauran pemasaran jasa merupakan suatu paduan atau kombinasi antara unsur-unsur pemasaran, yang pada umumnya diprogram dan dirancang sebagai alat yang diterapkan, dikembangkan dengan baik dan perlu dipertimbangkan untuk keberhasilan melaksanakan strategi dan *positioning* pemasaran dalam perusahaan.

Beberapa faktor Bauran Pemasaran adalah 4P, yaitu :

1. Produk (*Product*)

Produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan pada pasar sasaran

2. Harga (*Price*)

Harga yang dibayar dan cara-cara atau syarat-syarat yang berhubungan dengan penjualannya.

3. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan alat untuk memasarkan produk atau jasa kepada konsumen, promosi dipandang sebagai arus informasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran.

4. Tempat (*Place*)

Adalah tempat pendistribusian barang atau jasa ke pelanggan (konsumen).

Sedangkan menurut **Zeithami dan Bitner (2000)** mengenai bauran pemasaran tradisional terdiri dari 3P yaitu *people, physical evidence, process*. Tujuannya adalah agar pemasaran pada perusahaan jasa dapat melakukan komunikasi yang bagus dengan konsumennya melalui pelayanan yang baik dan berkualitas dengan maksud memuaskan kebutuhan pelanggan. Pengertian 3P tersebut adalah :

a. *People* (orang)

Keseluruhan peran manusia yang memegang peranan dalam penyalutan jasa dan pada akhirnya dapat mempengaruhi persepsi konsumen atas nama perusahaan, konsumen, dan lainnya dalam lingkungan usaha jasa terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan.

b. *Physical evidence* (bukti fisik)

Lingkungan dimana jasa disampaikan dan dimana perusahaan dan konsumen berinteraksi pada komponen-komponen yang berwujud (*tangible*) seperti fasilitas-fasilitas fisik yang dapat menunjang penyampaian jasa.

c. *Process* (Proses)

Proses merupakan prosedur yang aktual, mekanisme, serta arus kegiatannya. Dalam hal ini jasa disampaikan tentang sistem operasionalnya dari suatu kegiatan penyaluran jasa.

2.4 Usaha Jasa

2.4.1 Pengertian Jasa

Jasa dalam kegiatan sehari-hari pasti kita lakukan, tanpa disadari peranan jasa dalam kehidupan sangatlah penting, misalnya saja : jasa transportasi, jasa telekomunikasi, jasa kesehatan, dan lain sebagainya.

Jasa (*services*) merupakan aktifitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Contohnya :

1. Salon kecantikan, memberikan jasa pelayanan perawatan kecantikan pada wanita.
2. Bank, memberikan jasa pelayanan penyimpanan uang dan jasa sebagai mediator untuk melakukan kegiatan ekonomi agar lebih mudah (*efective and efisien*).
3. Rumah sakit, memberikan jasa pelayanan kesehatan.

Selain contoh diatas masih banyak lagi jasa-jasa yang bermanfaat bagi kegiatan sehari-hari .

Defenisi jasa menurut **Kotler (2000)** ” Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Proses produksinya sendiri mungkin juga tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Sedangkan menurut **Zeithami dan Bitner (2000)** ”jasa adalah seluruh aktifitas ekonomi yang hasilnya adalah tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau kontruksi, yang secara umum dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (contoh : kenyamanan, hiburan, kesenangan dan kesehatan)”.

2.4.2 Karakteristik Jasa

Menurut **Farida Jasfar (2002)** karakteristik jasa dan strategi mengatasinya meliputi :

1. *Intangibility* (Jasa tidak dapat dilihat) dan Strategi untuk mengatasinya.

Jasa bersifat *intangibility*, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli. Sehingga untuk mengurangi ketidakpastian, para pelanggan memperhatikan tanda-tanda atau bukti kualitas jasa tersebut. Pelanggan lebih menilai kualitas jasa dari tempat dan suasana lingkungan (*place*), keterampilan dan keramahan orang (*personel*), tersedianya peralatan untuk mendukung proses jasa (*equipment*), alat-alat komunikasi (*communication material*), simbol dan harga yang mereka amati.

Strategi untuk menangani masalah yang ditimbulkan oleh karakteristik jasa yang tidak nyata (*intangible*) adalah :

- a. menekankan petunjuk yang tampak, seperti tempat (desain interior dan eksterior), sumber daya manusia (ramah tamah dan berpenampilan menarik), peralatan (meja, kursi, AC, alat tulis).
- b. menciptakan citra (*image*) organisasi yang kuat, misalnya perilaku manajemen dan karyawan yang positif (*responsif*) dan dapat dipercaya.
- c. melakukan survey kepuasan pelanggan, menampung dan menangani keluhan pelanggan (*service recovery*), menerima saran dan kritik dari

pelanggan dan menjalankannya apabila saran dan kritik itu bersifat positif dan memperbaiki pelayanan.

2. *Inseparability* (keterlibatan konsumen didalam proses jasa) dan strategi mengatasinya.

Keterlibatan konsumen didalam proses jasa sangat membutuhkan perhatian dalam penyusunan rancangan fasilitas pendukung. Beberapa karakteristik yang timbul karena sifat jasa yang *inseparability*, contohnya :

- a. kegiatan pemasaran dan produksi sangat interaktif
- b. terlibatnya konsumen secara aktif
- c. pengendalian jasa sulit dilakukan

Dan strategi untuk mengatasi masalah yang ditimbulkan oleh karakteristik *inseparability* adalah :

- a. Melakukan rekrutmen dan pelatihan secara teliti terhadap staf yang terlibat langsung dengan konsumen, dengan menekankan pentingnya kemampuan komunikasi yang baik, responsif, pengetahuan yang luas dan dapat dipercaya.
- b. Menggunakan berbagai macam lokasi jasa, artinya jasa tidak terpusat pada satu tempat saja sehingga mudah ditemukan dan murah bagi pelanggan.

3. *Perishability* (sifat jasa yang mudah rusak) dan strategi mengatasinya.

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama. Pemanfaatan secara penuh kapasitas dari suatu jasa merupakan suatu tantangan bagi manajemen jasa karena permintaan jasa sangat bervariasi, sementara

membentuk persediaan jasa untuk mengatasi fluktuasi ini bukan merupakan suatu pilihan.

Strategi mengatasinya :

a. menggunakan beberapa pendekatan untuk mengatasi permintaan yang berflutuaksi (manajemen permintaan), misalnya :

1) mengembangkan jasa atau layanan komplementer, misalnya bank menawarkan fasilitas transaksi dengan ATM atau menyediakan telephone banking.

2) menerapkan sistem antrian, sehingga pelanggan menunggu giliran untuk dilayani. Namun bila terlalu lama menunggu giliran untuk dilayani, pelanggan dapat kecewa, bosan dan berbagai perasaan kesal menunggu lainnya.

b. melakukan penyesuaian terhadap permintaan dan kapasitas secara simultan, sehingga tercapai kesesuaian antara keduanya (manajemen penawaran) misalnya melakukan pelatihan silang (cross training) kepada karyawan, sehingga para karyawan memiliki berbagai keterampilan dan dapat saling membantu apabila di departemen lain sedang sangat sibuk sementara di departemennya sendiri sedang tidak sibuk.

4. *Variability* (sifat jasa yang berbeda-beda) dan strategi mengatasinya.

Jasa bersifat sangat berbeda, karena pada umumnya banyak variasi kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

Strategi mengatasinya :

- a. Mengindustrialisasikan jasa dengan cara menambah dan memanfaatkan peralatan canggih serta melakukan standarisasi produksi.
- b. Memantau kepuasan pelanggan melalui sistem saran dan keluhan, survey pelanggan yang kurang baik dapat dikoreksi dan dideteksi.

Menurut Peters (dalam Farida Jasfar 2002) perbedaan antara barang dan jasa dapat dilihat pada tabel berikut ini :



Tabel 2.1

Perbedaan-Perbedaan Antara Barang Dan Jasa

Barang	Jasa
Dapat dilihat	Proses atau aktivitas tidak dapat dilihat
Kosumen tidak terlibat dalam proses produksi	Konsumen terlibat didalam proses produksi
Produksi dan konsumsi terpisah	Produksi dan konsumsi bersama waktu dan tempat
Produk/proses bersifat homogen	Proses dan hasil berbeda-beda
Dimungkinkan hubungan yang tidak langsung antara produsen dan konsumen	Hubungan langsung adalah hal yang sangat utama (<i>personality intensity</i>)
Persediaan dapat diciptakan dan diberi hak paten	Penciptaan persediaan tidak mungkin/sulit dan sulit untuk diberi hak paten
Dapat dibawa	Tidak dibawa (melekat pada penyedia jasa)
Dapat diekspor	Sulit untuk diekspor
Nilai tambah diciptakan didalam pabrik	Nilai tambah terjadi pada waktu interaksi antara produsen dan konsumen
Konsentrasi pada suatu proses produksi tertentu dapat dilakukan	Konsentrasi pada suatu proses produksi tertentu tidak dapat dilakukan karena tersebar nya daerah produksi
Kepemilikan berpindah pada saat penjualan	Tidak ada perpindahan kepemilikan
Dapat diuji cobakan sebelum dijual	Tidak ada uji coba sebelum penjualan dan sangat sulit diuji cobakan
Pengembalian barang dimungkinkan seperti halnya pemberian garansi	Pengembalian tidak dimungkinkan pemberian garansi juga sangat sulit
Penjualan barang bekas dimungkinkan	Penjualan tidak mungkin dilakukan lebih dari satu kali

Sumber : Peters (2000), Service Management : Managing the Image, Media
Ekonomi Publishing (MEP)

2.5 Kualitas Jasa

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

2.5.1 Definisi Kualitas Jasa

Menurut **Zeithami dan Bitner (2000)** kualitas jasa adalah "Kualitas jasa merupakan suatu komponen yang secara kritis mengacu pada persepsi konsumen."

2.5.2 Dimensi Kualitas Jasa

Menurut **Philip Kotler (2000)** ada lima determinan kualitas jasa yang dapat dirincikan, adalah sebagai berikut :

1) *Reliability* (Keandalan)

Kemampuan untuk memberikan layanan yang menjanjikan dengan tepat (*accurately*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependably*), terutama memberikan jasa secara tepat waktu (*on time*), dengan cara yang sama sesuai dengan jadwal yang telah dijanjikan dan tidak melakukan kesalahan setiap kali, seperti penyediaan informasi dengan tepat, akurat dalam melakukan pelayananh sesuai dengan janji-janji perusahaan.

2) *Responsiveness* (Daya tanggap)

Kemauan atau keinginan karyawan untuk membantu dan memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan. Tidak membiarkan pelanggan menunggu, terutama dengan alasan yang jelas, karena akan menimbulkan kesan yang negatif diimage pelanggan, hal ini tidak seharusnya terjadi. Kecuali apabila kesalahan ini ditanggapi dengan cepat maka dapat menjadi sesuatu yang berkesan dan memberikan kepuasan bagi pelanggan. Seperti, pelayanan yang cepat, kemampuan karyawan untuk tanggap dalam melayani kebutuhan konsumen, kecepatan dalam penanganan keluhan, dan menggunakan sytem antrian yang cepat.

3) Assurance (Jaminan)

Pengetahuan, kemampuan, ramah, sopan, dan sifat dapat dipercaya dari kontak personal untuk menghilangkan sifat keragu-raguan dari pelanggan dan merasa terbebas dari bahaya dan resiko. Seperti, karyawan berpengetahuan luas, reputasi yang terpercaya, privasi konsumen terjamin, dan karyawan yang berpengalaman.

4) Emphaty (Empaty)

Meliputi sikap kontak personel maupun perusahaan untuk memahami kebutuhan maupun kesulitan pelanggan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, kemudahan dalam melakukan komunikasi atau hubungan. Seperti, konsumen mudah dalam menghubungi perusahaan, kemampuan karyawan berkomunikasi, sikap membantu oleh karyawan, dan karyawan memiliki rasa tanggung jawab.

5) Tangibles (Produk-produk fisik)

Tersedianya fasilitas fisik, perlengkapan dan sarana komunikasi, dan alat-alat lainnya yang dapat dan harus ada dalam proses jasa. Penilaian terhadap dimensi ini dapat diperluas dalam bentuk hubungan dengan konsumen lain pengguna jasa. Seperti, kebersihan, lokasi yang strategis, keeamanan yang memadai, dan kelengkapan peralatan.

2.5.3 Mengelola Kualitas Jasa

Parasuraman, Zeithami dan Bitner (2000) membentuk model kualitas jasa yang menyoroti syarat-syarat utama untuk memberikan kualitas jasa yang diharapkan. Adapun model dibawah ini mengidentifikasikan lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu :

- a. Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen (manajemen tidak selalu memahami benar apa yang menjadi keinginan pelanggan)
- b. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
- c. Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa, para personel mungkin tidak terlihat baik dan tidak mampu memenuhi standar.
- d. Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan konsumen dipengaruhi oleh pertanyaan yang dibuat wakil-wakil dan iklan perusahaan.
- e. Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan. Terjadi bila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan

memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa. Konsumen menghendaki agar penyedia jasa, apakah kontak personel sistem operasi, maupun peralatan-peralatan teknik yang dimiliki, haruslah dapat mengatasi masalah yang dihadapinya secara profesionalisme dan terampil.

2.6 Pelayanan Konsumen

Menurut **Rambat Lupiyoadi (2001)** desain pelayanan konsumen (*customer service*) :

1) *Identifying a service mission*

Sebagai tahap awal harus ditetapkan misi perusahaan agar dapat menciptakan suatu komitmen dan falsafah kerja sama untuk mencapai misi tersebut.

2) *Setting customer service objectives*

Tujuan pelayanan merupakan hal penting lainnya yang harus ditetapkan perusahaan. Hal ini bermanfaat untuk menentukan elemen mana yang diutamakan untuk mencapai hasil yang optimal. Tujuan pelayanan ini mencakup aktivitas sebelum transaksi. Selain itu, perusahaan dapat memperhatikan value apa yang diinginkan konsumen, bagaimana memenuhinya dan membangun kapasitas kerja yang bersaing dengan perusahaan lainnya.

3) *Customer service strategy*

Strategi customer service yang ditetapkan harus mencakup identifikasi dari segmen konsumen, jasa dan konsumen yang penting. Dan

bagaimana metode pemberian jasanya agar dapat bersaing di pasaran sekaligus merupakan keunggulan tersendiri bagi perusahaan.

4) *Implementation*

Dalam implementasinya customer service merupakan satu kesatuan dengan marketing mix lainnya yang dimiliki perusahaan. Kemampuan manajemen untuk mengkomunikasikan strategi kepada SDM pelaksanaannya akan sangat menentukan keberhasilan *customer service*.

2.7 Fungsi Petugas Layanan *Front Office* pada Bank

Menurut **Mahmoeddin (2000)** fungsi pelayanan, terutama petugas loket yang merupakan *front office* adalah :

1) *Receptionist*

Berfungsi sebagai penerima tamu, maka petugas pelayanan harus memberikan perhatian kepada nasabah dan setiap tamu yang datang juga harus diterima dengan ramah dan sopan.

2) *Deskman*

Berfungsi sebagai petugas loket, melayani berbagai macam aplikasi dan membantu nasabah mengisi formulir aplikasi, bertanggung jawab atas kelancaran pelayanan , dan jika perlu menuntun nasabah agar dapat mengisi sendiri formulir-formulir aplikasi.

3) *Salesman*

Berfungsi sebagai penjual produk, dengan menjual berbagai produk yang ada pada bank, seperti berbagai jenis tabungan, berbagai jenis kredit, mengetahui kelukan dan keberatan nasabah.

4) *Customer Relations*

Berfungsi sebagai penghubung dengan nasabah, dengan menuntun nasabah kemana harus berurusan lebih lanjut. Jika ada gejala nasabah kurang puas dan beralih ke bank lain, harus berusaha membujuk dan mempertahankan serta memelihara agar nasabah bank tidak meninggalkan bank atau tidak jadi pindah ke bank lain.

5) *Communicator*

Berfungsi sebagai petugas komunikasi harus mengenal semua produk, dan dapat menjelaskan kelebihan masing-masing produk tersebut. Harus menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dipahami oleh nasabah.

6) *Cashier / Teller*

Berfungsi sebagai kasir, menerima atau membayarkan uang kepada nasabah. Untuk tugas itu haruslah orang yang cermat, seksama dan benar-benar teliti dalam menghitung uang, serta tajam dalam mengamati kemungkinan adanya uang palsu.

7) *Money Changer*

Berfungsi sebagai pelayanan transaksi jual beli valuta asing, dan dituntut pengetahuan tambahan akan adanya kemungkinan menerima nasabah asing dan mengenal berbagai macam mata uang asing.

8) *Validator*

Berfungsi sebagai pembukuan dan pencatat terjadinya transaksi, yaitu melakukan validasi atas bukti-bukti pembukuan.

2.8 Pelayanan Prima (*Service Excellence*)

Pelayanan prima (*service excellence*) menurut **Mahmoeddin (2000)** adalah sistem pelayanan yang bertujuan untuk menyenangkan dan memuaskan nasabah dengan cara sebaik-baiknya.

Ciri-ciri pelayanan prima antara lain adalah :

- 1) Selalu mengikuti perkembangan ekonomi dan perbankan.
- 2) *Public & Private Utility* dikuasai
- 3) Sabar dalam pemecahan masalah dengan nasabah
- 4) Hubungan mudah dan tidak terlalu banyak prosedur
- 5) Layanan memuaskan masyarakat
- 6) Perlengkapan canggih dan personel terampil
- 7) Meyakinkan dan dapat dipercaya masyarakat
- 8) Karyawan profesional
- 9) Privacy nasabah terjamin

Menurut **Tommy Elhaitammy (dalam Fandy Tjiptono 2004)** yang dimaksud dengan pelayanan prima (*Service Excellence*) adalah :

” Pelayanan prima, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan”.

Sasaran dan manfaat dari *service excellence* secara garis besar terdapat empat unsur pokok yaitu **kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan**.

Keempat komponen tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan yang terintegrasi, maksudnya pelayanan atau jasa menjadi tidak *excellence* bila ada komponen yang kurang. Untuk mencapai tingkat *excellence*, setiap karyawan

harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan. Adapun sasaran dan manfaat *service excellence* dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 2.2
Sasaran dan manfaat *Service Excellence*

Sasaran Service Excellence	Manfaat Bagi konsumen	Manfaat Bagi Karyawan	Manfaat Bagi Bank
Memuaskan konsumen	Kebutuhan terpenuhi	Lebih percaya diri	Meningkatkan kesan profesional (<i>Corporate Image</i>)
Meningkatkan loyalitas konsumen	Merasa dihargai dan mendapat pelayanan yang baik	Ada kepuasan pribadi	Kelangsungan usaha bank terjamin
Meningkatkan penjualan produk dan jasa bank	Merasa dipercaya sebagai mitra bisnis	Menambah ketenangan bekerja	Mendorong masyarakat untuk berhubungan dengan bank
Meningkatkan pendapatan	Merasa menemukan bank yang profesional	Memupuk semangat untuk meniti karier	Meningkatkan laba perusahaan

Sumber : Kutipan skripsi Ratih Tridewi (Trisakti 2004), Elhaitammy, T (1990) "Service Excellence : Ujung Tombak Bank Marketing" Bank dan Manajemen, dan dikembangkan oleh penulis.

Pada intinya pelayanan prima pada suatu bank adalah sarana pada bank berupa pemberian pelayanan bank yang unggul dan berkualitas pada nasabah, untuk memberikan kepuasan yang selanjutnya akan meningkatkan loyalitas nasabah yang kemudian pada akhirnya akan meningkatkan laba pada bank.

2.9 Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kegiatan pemasaran banyak ditujukan untuk memuaskan pelanggannya, sehingga tidak jarang segala daya dan dana perusahaan digunakan untuk upaya pencapaian kepuasan pelanggan. Puas atau tidaknya pelanggan tergantung dari kemampuan perusahaan menyediakan nilai pelanggan yang sesuai dengan persepsi nilai dari pelanggannya. Untuk dapat mengetahui tingkat kepuasan pelanggan secara lebih baik, maka perlu dipahami juga tentang faktor apa saja yang dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Para pakar memberikan definisi mengenai kepuasan pelanggan, diantaranya sebagai berikut :

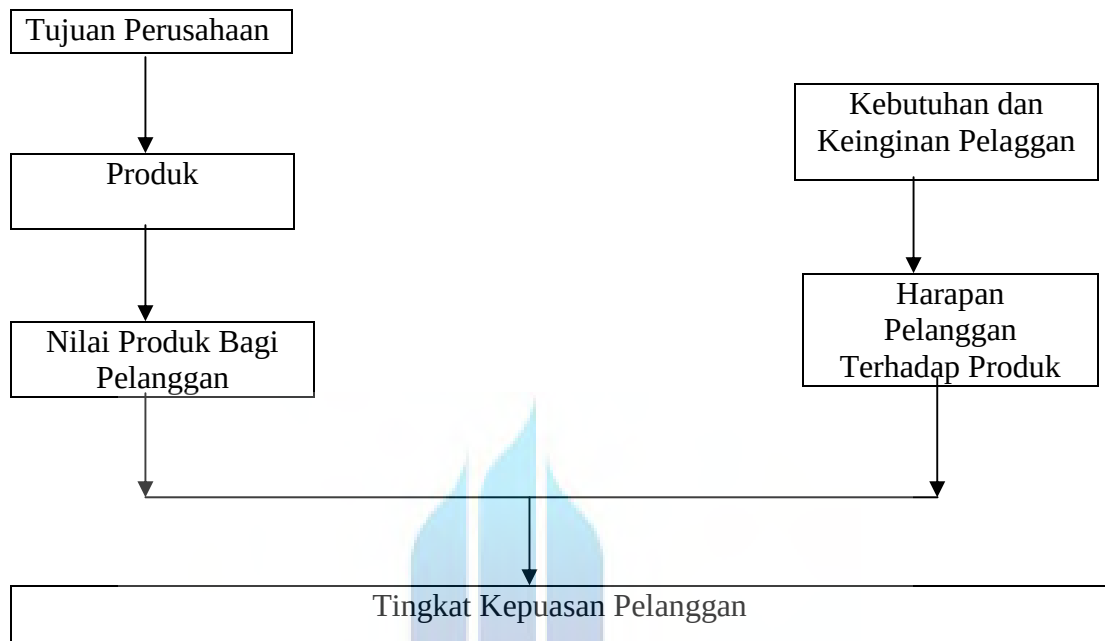
Definisi kepuasan pelanggan menurut **Supranto (2006)** adalah :

”Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja/ hasil yang dirasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas. Sedangkan bila kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas”.

Definisi kepuasan pelanggan menurut **Irawan (2002)** adalah :

”Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan pelanggan yang puas akan berbagi rasa dan pengalaman dengan pelanggan lain”.

Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat digambarkan seperti yang ditujukan dalam gambar berikut ini :



Gambar 2.1 Tingkat Kepuasan Pelanggan

Sumber : Tjiptono, Fandy (2004), "Manajemen Jasa"

Berdasarkan gambar diatas, jika perusahaan bermaksud mempertinggi tingkat kepuasan pelanggan, maka dua unsur berikut harus menjadi fokus perhatian yaitu : (1) nilai produk bagi pelanggan dan (2) harapan pelanggan terhadap produk. Dari dua unsur tersebut, yang lebih dapat dikendalikan oleh perusahaan hanya unsur nilai produk bagi pelanggan, sementara unsur harapan pelanggan terhadap produk agak sulit dikendalikan karena hal itu dibangun oleh pelanggan secara *intern*. Oleh karena itu pelanggan tidak pernah memperoleh kepuasan bila pelanggan memiliki persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Jadi pelanggan akan memperoleh kepuasan bila persepsinya sama atau lebih dari

harapannya. Untuk itu perusahaan harus berupaya untuk mempertinggi nilai bagi pelanggan jika ingin mempertinggi kepuasan mereka.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Obyek Penelitian

3.1.1 Lokasi Perusahaan

Dilakukan penelitian pada PT. Bank Mandiri,Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, Jakarta Pusat, yang berlokasi di Gedung DPR-RI Nusantara II Jl. Jend.Gatot Subroto, Senayan , Jakarta-Pusat 10270.

3.1.2 Gambaran umum PT. Bank Mandiri, Tbk

PT. Bank Mandiri,Tbk yang berdiri pada tanggal 2 Oktober 1998, adalah salah satu bank terbesar di Indonesia. Bank ini didirikan sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank milik pemerintah yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia, dan Bank Pembangunan Indonesia, bergabung menjadi PT. Bank Mandiri,Tbk. Keempat bank tersebut telah turut membentuk riwayat perkembangan dunia perbankan di Indonesia.

Bank Mandiri dibentuk pada tahun 1999. Dalam proses penggabungan dan pengorganisasian ulang jumlah cabang Bank Mandiri dikurangi sebanyak 194 buah dan karyawannya berkurang dari 26.600 menjadi 17.620. Direktur Utamanya yang pertama adalah Robby Djohan. Kemudian pada Mei 2000, posisi Djohan digantikan ECW Neloe. Neloe menjabat selama lima tahun sebelum digantikan Martowardojo akibat terlibat dugaan korupsi di bank tersebut.

Pada Maret 2005, Bank Mandiri mempunyai 829 cabang yang tersebar di sepanjang Indonesia dan enam cabang di luar negeri. Selain itu, Bank Mandiri mempunyai sekitar 2.500 ATM dan tiga anak perusahaan utama yaitu Bank Syariah Mandiri, Mandiri Sekuritas, dan AXA Mandiri.

3.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

a. Visi PT. Bank Mandiri,Tbk

Visi Bank Mandiri,Tbk adalah menjadi Bank terpercaya pilihan masyarakat dan menjadi lembaga keuangan yang terkemuka di segmen pasar jasa perbankan, dengan cara :

1. Produk-produk dan layanan keuangan yang inovatif dan berkualitas.
2. Efisiensi tinggi dalam pendistribusian, operasi dan kemampuan proses.
3. pengelolaan resiko yang efektif.
4. sumber daya manusia yang berbakat serta memiliki integritas dan komitmen yang tinggi.
5. perbankan dengan prinsip ketelitian dan tata kelola perusahaan yang baik.

b. Misi PT. Bank Mandiri,Tbk

Kualitas aset dan sumber daya manusia lebih baik di masa yang akan datang. Bertekad untuk membangun bank yang memegang teguh komitmen untuk memberikan kualitas dan nilai tambah bagi *stakeholders*. Mengembangkan keberhasilan masa lalu, kini dan yang akan datang dicapai melalui penyediaan layanan berkualitas tinggi, pengelolaan resiko dan sumber daya keuangan yang

tepat dengan pemanfaatan teknologi tepat dan berguna. Serta yang paling utama bertumpu pada dedikasi para karyawan yang senantiasa menjunjung tinggi etika dan prestasi dalam berkarya maupun berusaha.

3.1.4 Pelayanan PT. Bank Mandiri, Tbk

Bank Mandiri memiliki konsep pelayanan yang diberikan kepada nasabah sesuai dengan 10 perilaku Utama Budaya kerja perusahaan yang terangkum dalam TIPCE (Trust, Integrity, Profesionalism, Customer Focus, dan Excellence), Kekuatan dasar PT. Bank Mandiri, Tbk tercermin dalam filosofi perusahaan (*Corporate Philosophy*) yaitu :

- a. Etika dan moral sebagai landasan kerja
- b. Orientasi kepada nasabah
- c. Manajemen dan karyawan sebagai aset utama dari perusahaan
- d. Komitmen dalam tanggung jawab sosial
- e. Iklim kerja yang mendukung kinerja, kreatifitas dan motifasi kerja tinggi

Pelayanan perbankan yang telah dilakukan oleh PT. Bank Mandiri, Tbk :

a. Perbankan Konsumer

Dalam kegiatan perbankan yang layanan jasanya diberikan langsung berhadapan muka dengan nasabah, seperti perbankan konsumer, prinsip kualitas pelayanan PT. Bank Mandiri, Tbk mengacu pada kecepatan, ketetapan dan keamanan bertransaksi, dan disertai pula dengan keramahan karyawan *Frontliner*.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan perbankan konsumer dilakukan dengan cara :

1. Peningkatan pengetahuan terhadap produk perusahaan secara terus menerus sehingga para frontliner selalu menguasai semua produk dan layanan PT. Bank Mandiri,Tbk serta program promosi yang sedang dilakukan.
2. Pemberian reward sebagai penghargaan kepada frontliner yang berprestasi dalam penyampaian jasa (*service delivery*), sebagai motifator bagi *frontliner* agar selalu semangat dalam melayani nasabah.
3. Penyediaan sarana pelayanan yang lebih efektif dan efisien bagi nasabah, seperti menyediakan *phone banking* 24 jam, layanan *e-banking* yang semakin lengkap dan juga yang terbaru adalah layanan *m-banking (mobile banking)* yaitu suatu program yang memungkinkan nasabah untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun nasabah berada tanpa harus datang langsung ke bank.

b. Layanan perbankan dengan sentuhan pribadi

Seperti produk dan jasa, layanan PT. Bank Mandiri,Tbk dapat dinikmati oleh nasabah pada saat interaksi antara nasabah atau individu yang mewakili nasabah tersebut dan representative bank mandiri, baik karyawan maupun teknologi. Untuk memberikan kepuasan tertinggi kepada para individu tersebut, bank mandiri menyediakan pelayanan dengan sentuhan profesional,termasuk pada layanan jasa yang mengandalkan teknologi seperti ATM dan pada setiap cabang ATM bank mandiri tetap memperhatikan keamanan dan kenyamanan nasabah, dengan cara selalu menyediakan petugas keamanan (satpam) di setiap area ATM bank mandiri.

c. Akses tanpa batas

PT. Bank Mandiri,Tbk merupakan salah satu bank yang memiliki saluran distribusi jasa (*Service Delivery Channel*) terlengkap. Dengan fasilitas *e-banking* nasabah dapat memanfaatkan layanan bank mandiri melalui berbagai media internet dan *interface*, ATM, komputer pribadi (*internet banking*), pesawat telepon atau *handphone(phone banking, SMS banking)*, kartu credit, kartu debit. Semua itu dirancang untuk memberikan kemudahan bagi nasabah pengakses jasa pelayanan bank mandiri kapanpun dan dimanapun berada.

3.1.5 Fasilitas yang diberikan oleh PT. Bank Mandiri,Tbk

Fasilitas yang diberikan PT. Bank Mandiri,Tbk adalah “ program akses tanpa batas” terhadap rangkaian produk dan jasa PT.Bank Mandiri,Tbk, yaitu :

a. Kredit Perorangan

1. Kredit Rumah

Merupakan fasilitas pinjaman rumah, baik baru maupun tidak baru, ruko, vila, tanah, renovasi rumah dengan cara mudah, cepat, dan tentunya dengan bunga yang ringan.

2. Kredit Mobil

Merupakan fasilitas pinjaman untuk pembelian mobil, baik baru maupun tidak baru, tentunya dengan bunga yang tidak terlalu tinggi juga.

3. Kredit Serba guna

Merupakan fasilitas pinjaman untuk membiayai aneka kebutuhan seperti liburan, kesehatan, pendidikan, pernikahan dan segala keperluan lainnya dengan cara mudah, cepat dan ringan.

4. Kartu Kredit

Adalah kartu yang memberikan kemudahan dalam berbelanja dan berbagai manfaat dari fasilitas angsuran, transfer saldo, dan *Reimbursement* sebagai pengganti dari belanja tunai. Selain itu memberikan pula layanan travel untuk keperluan perjalanan.

b. Tabungan

1. Tabungan Bunga Harian

Tabungan berbunga harian dalam mata uang rupiah yang memberikan kemudahan bagi nasabah melakukan berbagai transaksi perbankan tanpa batas ruang dan waktu.

2. Tabungan Rencana Mandiri (TRM)

Simpanan perbulan yang di debit langsung dari rekening nasabah dengan jumlah yang sama setiap bulannya dan akan disedikan satu *account* khusus untuk dana tabungan rencana mandiri ini, yang sampai batas waktu yang telah disepakati antara kedua belah pihak (bank mandiri dan nasabah) akan dikembalikan ke rekening pertama milik nasabah dengan bunga yang tentunya menguntungkan bagi masa depan nasabah.

3. Tabungan Pendidikan

Simpanan yang dirancang untuk membantu nasabah merencanakan dana pendidikan bagi masa depan anak-anaknya kelak.

4. Tabungan Dolar

Rekening simpanan bunga harian dan asuransi bagi nasabah perorangan dalam mata uang US Dollar disertai keuntungan asuransi kecelakaan, perjalanan, dan kesehatan.

5. Deposito

Simpanan berjangka bagi nasabah maupun perusahaan, dalam mata uang rupiah atau berbagai mata uang asing. Dengan bunga yang menguntungkan bagi nasabah.

6. Giro

Rekening korang bagi nasabah perorangan maupun perusahaan dalam mata uang rupiah atau valuta asing lainnya, yang memberikan keamanan dalam melakukan transaksi bisnis sehari-hari.

c. M-Banking

1. Kartu ATM

Kartu untuk semua transaksi perbankan (tarik tunai, transfer dana, pembayaran tagihan) dan belanja tanpa uang tunai diberbagai tempat belanja yang menyediakan mesin debit ATM.

2. Phone Banking (Mandiri Access)

Layanan phonebanking 24 jam untuk kemudahan dan kenyamanan berbagai transaksi perbankan dari seluruh Indonesia dengan pulsa lokal (di nomor telepon 14000)

3. Layanan Ponsel (Mandiri Ponsel Access)

Layanan perbankan melalui telepon selular yang aman dan nyaman, semudah mengirim sms dimanapun dan kapanpun.

4. Internet Banking (Mandiri Global@ access)

Layanan internet banking yang dirancang untuk memudahkan nasabah melakukan berbagai transaksi perbankan dari belahan dunia manapun.

5. ATM Bersama

Kemudahan tarik tunai dan transfer antar bank online real time di lebih dari 6000 terminal ATM anggota ATM Bersama di seluruh Indonesia.

6. Cash Management Service (PC Banking)

Layanan perbankan elektronis yang mamudahkan nasabah dalam melakukan transaksi dan mengakses berbagai informasi/ transaksi perbankan secara online real time melalui terminal computer (PC) dari tempat nasabah.

3.2 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah penelitian deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat dari populasi (obyek) penelitian. Metode deskriptif kuantitatif dipergunakan untuk pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat, tujuannya adalah untuk mencari gambaran yang sistematis dan fakta yang akurat. (J. Supranto, 2006).

3.3 Variabel dan Skala Pengukuran

Terdapat 2 (dua) Variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan/ kepuasan pelanggan.

Skala pengukuran yang digunakan, adalah skala 6 tingkat (skala likert) yang terdiri dari sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting, tidak penting dan sangat tidak penting.

1. Untuk tingkat kepentingan pelanggan dan bobot penilaiannya :

Sangat Penting	=	6
Penting	=	5
Cukup Penting	=	4
Kurang Penting	=	3
Tidak Penting	=	2
Sangat Tidak Penting	=	1

2. Untuk tingkat kinerja/ kualitas pelayanan dan bobot penilaiannya :

Sangat Baik	=	6
Baik	=	5
Cukup Baik	=	4
Kurang Baik	=	3
Tidak Baik	=	2
Sangat Tidak Baik	=	1

3.3.1 Definisi Operasional Variabel

Indikator variabel penelitian dikelompokkan sesuai dengan dimensi kualitas jasa.

I. Keandalan (*Reliability*)

1. Penyediaan informasi perbankan yang tepat dibutuhkan nasabah

Yaitu menyediakan informasi yang *up-to-date* (terbaru, tepat dan aktual) kepada para nasabahnya melalui penyampaian informasi mengenai tingkat suku bunga yang berlaku setiap harinya maupun kurs valuta asing yang selalu berubah setiap waktu.

2. Frontliner akurat dalam menangani transaksi bank

Yaitu ketepatan dalam hal pengiriman/ transfer uang nasabah, yang dilakukan oleh teller ke tempat tujuan yang tepat, dan tentunya dengan waktu yang efektif dan efisien.

3. Pelayanan yang cepat oleh frontliner dalam proses perbankan

Yaitu penetapan standart waktu pelayanan transaksi, misalnya untuk setoran tunai, untuk rekening tanungan dan giro ditetapkan empat menit transaksinya berlangsung, kliring tiga menit/transaksi, pembukaan rekening baru atau deposito lima belas menit/transaksi.

II. Daya tanggap (*Responsiveness*)

1. Kemampuan frontliner untuk tanggap dalam melayani kebutuhan nasabah

Yakni dengan mengadakan interaksi langsung antara nasabah dengan karyawan frontliner serta interaksi tidak langsung melalui Focus Group Discussion dengan nasabah untuk mengetahui apa harapan nasabah serta melakukan survey dengan menyebarkan kuesioner kepada nasabah.

2. Kecepatan penanganan keluhan

Karyawan Bank Mandiri cepat dan tanggap dalam memberikan pelayanan untuk mengatasi keluhan nasabah dan memberikan pemecahan masalah yang terbaik.

3. Sistem antrian yang cepat

Bank Mandiri menggunakan dua sistem, yaitu dengan menggunakan sistem antrian berdasarkan pengambilan kartu nomer, setelah itu nasabah duduk dan menunggu nomernya untuk dipanggil. Q-matic system adalah sistem antrian berdasarkan nomer yang tertera pada mesin otomatis sesuai urutan ketika nasabah datang, sehingga nasabah tinggal duduk menunggu giliran dipanggil.

III. Jaminan (*Assurance*)

1. Kerahasiaan nasabah terjamin

Bank Mandiri menyimpan data nasabah dengan sebaik-baiknya dengan melakukan *cross-check* untuk transaksi yang dikuasakan untuk menghindari kerugian bagi nasabah.

2. Keramahan pelayanan oleh frontliner

Yaitu tulus membangun kepercayaan dan hubungan baik serta berorientasi pada kebutuhan nasabah yang menghasilkan nilai tambah perusahaan.

3. Nasabah mudah dalam menghubungi Bank Mandiri

Bank Mandiri menyediakan layanan phonebanking 24 jam dimana nasabah dapat memperoleh berbagai informasi dan layanan perbankan dengan pulsa lokal kapanpun dan dimanapun nasabah berada.

IV. Empaty (*Emphaty*)

1. Kemampuan karyawan berkomunikasi

Berkomunikasi yang baik dengan nasabah mencakup komunikasi secara verbal (berbicara dan mendengarkan) maupun komunikasi non verbal (ekspresi wajah, kontak mata, sikap, tekanan suara) juga merupakan salah satu yang penting yang harus dimiliki seorang frontliner. Dan penampilan (cara berpakaian) yang baik dan sopan juga sangat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap Bank Mandiri. Komunikasi akan menjadi nyaman bila karyawan mampu mengkomunikasikan layanan kepada nasabah dengan ekspresi wajah yang ceria dan meyakinkan.

2. Rasa Tanggung Jawab pada Nasabah

PT. Bank Mandiri, Tbk selalu menekankan para karyawannya untuk selalu melakukan pelayanan yang bertanggung jawab pada setiap transaksi para nasabah.

3. Frontliner Membantu Nasabah dalam Pengisian Formulir

Frontliner PT. Bank Mandiri, Tbk membantu nasabah dalam pengisian formulir seperti pembukaan rekening, mutasi, transfer dan sebagainya.

V. Produk-produk Fisik (*Tangibles*)

1. Lokasi Strategis

Kantor Cabang dan Capem PT. Bank Mandiri, Tbk memiliki lokasi yang strategi dan mudah dijangkau oleh nasabah.

2. Keamanan yang memadai

Bank Mandiri menempatkan petugas keamanan setiap saat selama 24 jam disetiap anjungan ATM dan Bank, guna memberikan kenyamanan dan keamanan bagi setiap nasabah.

3. Kelengkapan peralatan

Bank Mandiri telah menyediakan peralatan yang mendukung, contohnya tersedianya alat tulis seperti pulpen tepat disamping pengisian formulir, adanya kotak saran serta kartu saran, papan pemberitahuan kurs yang berlaku setiap harinya, pendingin ruangan (AC), tempat sampah dan sofa kursi yang disediakan untuk nasabah yang sedang mengantri.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian lapangan (*field research*) dilakukan dengan penelitian terhadap nasabah yang datang ke Bank Mandiri cabang DPR-RI, dengan cara memberikan kuesioner, untuk memperoleh data primer. Untuk memperoleh data tersebut, penulis menyebarkan kuesioner yang berisikan pertanyaan yang menyangkut kualitas pelayanan Bank Mandiri.

3.5 Jenis Data

Penelitian ini menggunakan data primer didapat dari kuesioner yang disebarkan kepada 95 orang responden.

3.6 Populasi dan Sampel penelitian

Yang menjadi populasi penelitian adalah nasabah PT. Bank Mandiri,Tbk Cabang DPR-RI, Jakarta Pusat, diukur dari pelayanan yang diberikan pada tingkat frontliner saja (*Customer Service*).

Pengambilan sampel dilakukan dengan cara sampling. Teknik sampling yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah teknik *Convenience Sampling*, yaitu pengambilan sampel dilakukan dimana peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang ditemui dan yang ada hubungannya dengan proses penelitian(Drs. Husein Umar, 2004:91), dalam penelitian ini yaitu para nasabah PT. Bank Mandiri,Tbk Cabang DPR-RI.

Karena jumlah populasinya diketahui, jumlah nasabah PT. Bank Mandiri,Tbk Cabang DPR-RI yaitu sejumlah 1.980 orang, maka dapat dicari sampel dengan menggunakan rumus dari Taro Yamane (**Rumus dan Data dalam**

Analisis Statistika, 2006), yaitu
$$n = \frac{N}{N.d^2+1}$$

Dimana : n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

d^2 = presisi yang ditetapkan 10%

Setelah dicari menggunakan rumus Taro Yamane maka hasil sampel adalah 95 responden. Sampel 95 responden ini dianggap sudah mewakili populasi yang ada.

3.7 Metode Analisa Data

Didalam menganalisa data, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Untuk menjawab perumusan masalah mengenai bagaimana karakteristik nasabah pada PT. Bank Mandiri,Tbk Cabang DPR-RI dan sampai sejauh mana tingkat kepuasan nasabah terhadap kinerja pelayanan jasa pada PT. Bank Mandiri,Tbk cabang DPR-RI, maka digunakan *Importance-Performance Analysis* atau Analisis Tingkat Kepentingan dan Kinerja (J. Supranto, 2006 : 239).

Jasa akan menjadi sesuatu yang bermanfaat apabila didasarkan pada kepentingan pelanggan dan kinerjanya bagi perusahaan. Artinya perusahaan seharusnya mencurahkan perhatiannya pada hal-hal yang memang dianggap penting oleh pelanggan/ nasabah.

Berdasarkan hasil penilaian tingkat kepentingan nasabah dan hasil penilaian kinerja pelayanan, yang telah diukur dengan skala 6 tingkat (skala likert), maka akan dihasilkan tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya oleh PT. Bank Mandiri,Tbk cabang DPR-RI.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor kepentingan pelanggan/ nasabah. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Terdapat 2 (dua) Variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan, sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan/ kepuasan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah :

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

Dimana : T_{ki} = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian kinerja perusahaan

Y_i = Skor penilaian kepentingan pelanggan

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

$$\bar{X} = \frac{\sum X_i}{n} \quad \bar{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana : $\bar{X}$ = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/ kinerja

$\bar{Y}$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan/ kepuasan

n = jumlah responden

Selanjutnya dibuatkan diagram kartesius berdasarkan variabel, adapun rumusnya adalah :

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

Dimana : $\bar{X}$ = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kualitas pelayanan seluruh variabel

$\bar{Y}$ = Rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

K = Banyaknya variabel yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1 Analisis Karakteristik Responden

Untuk menganalisis karakteristik dan kepuasan nasabah dalam penelitian ini, penulis membagikan kuesioner kepada 95 orang responden yang merupakan nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. Penjelasan tentang karakteristik responden dalam penelitian ini antara lain usia, jenis kelamin, pekerjaan, status, pendidikan akhir dan tingkat pendapatan diuraikan dalam beberapa tabel berikut ini :

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

No	Kategori	Frekuensi	%
1	Wanita	68	71,6
2	Pria	27	28,4
	Jumlah	95	100

Sumber : Hasil olah data

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang merupakan nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia adalah wanita sebanyak 68 orang atau 71,6 %, sedangkan responden pria sebanyak 27 orang atau 28,4 %. Hasil perhitungan frekuensi tersebut mengindikasikan bahwa nasabah wanita lebih sering berkunjung ke PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan

Rakyat Republik Indonesia karena pada umumnya mereka itulah yang mengurus keuangan organisasi, departemen maupun rumah tangga.

Tabel 4.2
Pekerjaan Responden

No	Kategori	Frekuensi	%
1	PNS (Pegawai Negeri Sipil)	32	33,7
2	Sekretaris (Aspri)	30	31,6
3	Anggota DPR/MPR	24	25,3
4	Lainnya	9	9,5
	Jumlah	95	100

Sumber : Hasil olah data

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang merupakan nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia bekerja sebagai pegawai negeri sipil sebanyak 32 orang atau 33,7 %. Selanjutnya responden yang bekerja sebagai Sekretaris (Aspri) sebanyak 30 orang atau 31,6 %. Kemudian responden yang merupakan Anggota DPR/MPR sebanyak 24 orang atau 25,3 % dan terakhir responden yang berprofesi lainnya sebanyak 9 orang atau 9,5 %.

Hasil perhitungan frekuensi tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia adalah pegawai negeri karena seluruh Pegawai Negeri, gaji mereka diberikan secara langsung ditransfer melalui PT. Bank Mandiri,Tbk.

Tabel 4.3
Usia Responden

No	Kategori	Frekuensi	%
1	37 s/d 47 tahun	39	41,1
2	26 s/d 36 tahun	36	37,9
3	< 25 tahun	11	11,6
4	> 47 tahun	9	9,5
	Jumlah	95	100

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yang merupakan nasabah PT. Bank Mandiri,Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia berusia diantara 37-47 tahun sebanyak 39 orang atau 41,1 %. Selanjutnya responden yang berusia diantara 26-36 tahun sebanyak 36 orang atau 37,9 %, lalu responden yang berusia dibawah 25 tahun sebanyak 11 orang atau 11,6 %, dan terakhir responden yang berusia lebih dari 47 tahun sebanyak 9 orang atau 9,5 %.

Hasil perhitungan frekuensi tersebut terlihat bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia berusia diantara 37-47 dan 26-36 tahun karena usia tersebut mengindikasikan periode dimana seseorang tengah giat-giatnya bekerja sehingga kebutuhan untuk selalu berhubungan dengan bank sangat tinggi.

Tabel 4.4
Tingkat Pendapatan Responden Perbulan

No	Kategori	Frekuensi	%
1	Rp 5.000.000,00 s/d Rp. 10.000.000,00	41	43,2
2	< Rp. 4.000.000,00	28	29,5
3	Rp. 11.000.000,00 s/d Rp. 16.000.000,00	14	14,7
4	> Rp. 16.000.000,00	12	12,6
	Jumlah	95	100

Sumber : Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa responden yang merupakan nasabah PT. Bank Mandiri,Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia berpendapatan Rp 5.000.000,00 sampai dengan Rp. 10.000.000,00 sebanyak 41 orang atau 43,2 %. Selanjutnya responden yang berpendapatan kurang dari Rp. 4.000.000,00 sebanyak 28 orang atau 29,5 %, lalu responden yang berpendapatan diantara Rp. 11.000.000,00 sampai dengan Rp. 16.000.000,00 sebanyak 14 orang atau 14,7 %, dan terakhir responden yang berpendapatan lebih dari Rp 16.000.000,00 sebanyak 12 orang atau 12,6 %.

Hasil perhitungan frekuensi tersebut mengindikasikan bahwa sebagian besar nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia merupakan kalangan menengah ke atas.

4.2 Analisis Kepuasan Nasabah

Penulis menganalisis hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada 95 orang responden yang merupakan nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia terhadap atribut-atribut

kepuasan. Penjelasan mengenai tingkat kinerja dan kepentingan atribut - atribut kepuasan nasabah yang terdiri dari lima dimensi dijabarkan sebagai berikut :

4.2.1 Analisis Dimensi Kehandalan

a. Penyediaan informasi perbankan yang tepat dibutuhkan nasabah

Berdasarkan perhitungan data hasil kuesioner yang telah diisi oleh 95 orang responden, maka berikut ini penulis akan menjelaskan mengenai perhitungan tingkat kinerja terhadap indikator penyediaan informasi perbankan yang tepat dibutuhkan nasabah pada tabel 4.5. Selanjutnya penilaian mengenai tingkat kepentingan akan dijelaskan pada tabel 4.6.

Tabel 4.5
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja
Penyediaan informasi perbankan yang tepat dibutuhkan nasabah

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Bobot
5	68	22	0	0	0	458

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Xi) : $5 \times 6 + 68 \times 5 + 22 \times 4 = 458$

Tabel 4.6
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan
Penyediaan informasi perbankan yang tepat dibutuhkan nasabah

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Bobot
15	72	8	0	0	0	482

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Yi) : $15 \times 5 + 72 \times 5 + 8 \times 4 = 482$

$$Tki : \frac{458}{482} \times 100\% = 95,02\%$$

Dari nilai perhitungan bobot tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh tingkat kesesuaian responden sebesar 95,02%. Oleh karena itu, penyediaan informasi perbankan yang terbaru, tepat dan aktual kepada para nasabah harus selalu dilakukan oleh jajaran karyawan PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia kepada para nasabah yang membutuhkan. Penyediaan informasi terbaru antara lain mengenai transaksi perbankan, tingkat suku bunga yang berlaku setiap hari maupun kurs valuta asing yang selalu berubah setiap waktu disampaikan oleh pihak Bank Mandiri kepada nasabah melalui berbagai cara antara lain dengan layanan *sms banking*, *email*, dan surat langsung.

b. Frontliner akurat dalam menangani transaksi bank

Berdasarkan perhitungan data kuesioner, maka berikut ini penulis akan menjelaskan mengenai perhitungan tingkat kinerja terhadap *frontliner* akurat dalam menangani transaksi bank pada tabel 4.7. Selanjutnya penilaian mengenai tingkat kepentingan akan dijelaskan pada tabel 4.8.

Tabel 4.7
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja
Frontliner akurat dalam menangani transaksi bank

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Bobot
4	66	25	0	0	0	454

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Xi) : $4 \times 6 + 66 \times 5 + 25 \times 4 = 454$

Tabel 4.8
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan
Frontliner akurat dalam menangani transaksi bank

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Bobot
16	70	9	0	0	0	482

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Yi) : $16 \times 6 + 70 \times 5 + 9 \times 4 = 482$

$$Tki : \frac{454}{482} \times 100\% = 94,19\%$$

Dari nilai perhitungan bobot tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh tingkat kesesuaian responden sebesar 94,19%. Oleh karena itu, PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia diharapkan selalu memantau keakuratan pelayanan yang diberikan oleh jajaran *frontliner* dalam menangani setiap transaksi perbankan para nasabah. Jenis transaksi perbankan yang memerlukan keakuratan yaitu pengiriman/transfer uang dilakukan ke tempat tujuan yang tepat dengan waktu yang efektif dan efisien.

c. Pelayanan yang cepat oleh *frontliner* dalam proses perbankan

Berdasarkan perhitungan data kuesioner, maka berikut ini penulis akan menjelaskan mengenai perhitungan tingkat kinerja terhadap pelayanan yang cepat oleh *frontliner* dalam proses perbankan pada tabel 4.9. Selanjutnya penilaian mengenai tingkat kepentingan akan dijelaskan pada tabel 4.10.

Tabel 4.9
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja
Pelayanan yang cepat oleh *frontliner* dalam proses perbankan

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Bobot
4	62	25	4	0	0	446

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Xi) : $4 \times 6 + 62 \times 5 + 25 \times 4 + 4 \times 3 = 446$

Tabel 4.10
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan
Pelayanan yang cepat oleh *frontliner* dalam proses perbankan

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Bobot
17	72	6	0	0	0	496

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Yi) : $17 \times 6 + 72 \times 5 + 6 \times 4 = 496$

Tki : $\frac{446}{496} \times 100\% = 91,77\%$

Dari nilai perhitungan bobot tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh tingkat kesesuaian responden sebesar 91,77%. Oleh karena itu, PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia selalu menetapkan standar waktu pelayanan, antara lain untuk setoran tunai, rekening tabungan dan giro ditetapkan empat menit pertransaksi berlangsung, lalu kliring tiga menit pertransaksi, serta pembukaan rekening baru atau deposito lima belas menit pertransaksi.

4.1.2 Analisis Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

a. Kemampuan *frontliner* untuk tanggap dalam melayani kebutuhan nasabah

Berdasarkan perhitungan data kuesioner, maka berikut ini penulis akan menjelaskan mengenai perhitungan tingkat kinerja terhadap kemampuan *frontliner* untuk tanggap dalam melayani kebutuhan nasabah pada tabel 4.11. Selanjutnya penilaian mengenai tingkat kepentingan akan dijelaskan pada tabel 4.12.

Tabel 4.11
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja
Kemampuan *frontliner* untuk tanggap dalam melayani kebutuhan nasabah

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Bobot
4	62	25	1	1	0	451

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Xi) : $4 \times 6 + 62 \times 5 + 25 \times 4 + 1 \times 3 + 1 \times 2 = 451$

Tabel 4.12
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan
Kemampuan frontliner untuk tanggap dalam melayani kebutuhan nasabah

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Bobot
19	72	4	0	0	0	490

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Yi) : $19 \times 6 + 72 \times 5 + 4 \times 4 = 490$

$$Tki : \frac{451}{490} \times 100\% = 92,04\%$$

Dari nilai perhitungan bobot tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh tingkat kesesuaian responden sebesar 92,04%. Nilai tersebut mengindikasikan agar PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia untuk selalu berusaha mempertahankan kemampuan *frontliner* supaya tanggap dalam melayani kebutuhan nasabah dalam melakukan transaksi langsung maupun tak langsung.

b. Kecepatan penanganan keluhan

Berdasarkan perhitungan data kuesioner, maka berikut ini penulis akan menjelaskan mengenai perhitungan tingkat kinerja terhadap kecepatan penanganan keluhan pada tabel 4.13. Selanjutnya penilaian mengenai tingkat kepentingan akan dijelaskan pada tabel 4.14.

Tabel 4.13
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja
Kecepatan penanganan keluhan

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Bobot
8	47	29	7	1	3	425

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Xi) : $8 \times 6 + 47 \times 5 + 29 \times 4 + 7 \times 3 + 1 \times 2 + 3 \times 1 = 425$

Tabel 4.14
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan
Kecepatan penanganan keluhan

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Bobot
27	62	6	0	0	0	496

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Yi) : $27 \times 6 + 62 \times 5 + 6 \times 4 = 496$

$$Tki : \frac{425}{496} \times 100\% = 85,69\%$$

Dari nilai perhitungan bobot tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh tingkat kesesuaian responden sebesar 85,69%. Nilai tersebut mengindikasikan supaya PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia harus berupaya untuk memprioritaskan kecepatan penanganan keluhan sebab keberadaan faktor ini dinilai sangat penting bagi para nasabah. Oleh karena itu, PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia sebaiknya terus mengupayakan agar para karyawannya meningkatkan

kecepatan dalam memberikan pelayanan untuk mengatasi keluhan nasabah dan memberikan pemecahan masalah yang terbaik.

c. Sistem antrian yang cepat

Berdasarkan perhitungan data kuesioner, maka berikut ini penulis akan menjelaskan mengenai perhitungan tingkat kinerja terhadap sistem antrian yang cepat pada tabel 4.15. Selanjutnya penilaian mengenai tingkat kepentingan akan dijelaskan pada tabel 4.16.

Tabel 4.15
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja
Sistem antrian yang cepat

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Bobot
3	12	11	40	16	13	287

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Xi) : $3 \times 6 + 12 \times 5 + 11 \times 4 + 40 \times 3 + 16 \times 2 + 13 \times 1 = 287$

Tabel 4.16
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan
Sistem antrian yang cepat

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Bobot
85	7	1	2	0	0	555

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Yi) : $85 \times 6 + 7 \times 5 + 1 \times 4 + 2 \times 3 = 555$

$$Tki : \frac{287}{555} \times 100\% = 51,71\%$$

Dari nilai perhitungan bobot tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh tingkat kesesuaian responden sebesar 51,71%. Pada tabel tingkat kinerja, sebagian besar responden menyatakan bahwa sistem antrian yang diterapkan oleh PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia kurang baik karena lamanya waktu untuk mengantri. Tabel tingkat kepentingan menyatakan bahwa sebagian besar responden beranggapan bahwa faktor inilah yang paling penting dari seluruh indikator. Oleh karena itu, Bank Mandiri harus memprioritaskan untuk memperbaiki sistem antrian agar para nasabah lebih nyaman untuk melakukan transaksi di Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia tanpa harus menunggu lama.

Bank Mandiri harus meninjau kembali dua sistem antrian yang telah dipergunakan selama ini. Sistem pertama yaitu antrian berdasarkan pengambilan kartu nomer, setelah itu nasabah duduk dan menunggu nomernya untuk dipanggil. Sistem kedua yaitu Q-matic system berdasarkan nomer yang tertera pada mesin otomatis sesuai urutan ketika nasabah datang, sehingga nasabah tinggal duduk menunggu giliran dipanggil.

4.1.3 Analisis Dimensi Jaminan (*Assurance*)

a. Kerahasiaan nasabah terjamin

Berdasarkan perhitungan data kuesioner, maka berikut ini penulis akan menjelaskan mengenai perhitungan tingkat kinerja terhadap kerahasiaan nasabah

dalam proses perbankan pada tabel 4.17. Selanjutnya penilaian mengenai tingkat kepentingan akan dijelaskan pada tabel 4.18.

Tabel 4.17
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja
Kerahasiaan nasabah terjamin

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Bobot
8	59	25	2	1	0	451

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Xi) : $8 \times 6 + 59 \times 5 + 25 \times 4 + 2 \times 3 + 1 \times 1 = 451$

Tabel 4.18
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan
Kerahasiaan nasabah terjamin

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Bobot
28	64	3	0	0	0	500

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Yi) : $28 \times 6 + 64 \times 5 + 3 \times 4 = 500$

Untuk mengetahui tingkat kesesuaian :

$$\frac{451}{500} \times 100\% = 90,20\%$$

Dari nilai perhitungan bobot tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh tingkat kesesuaian responden sebesar 90,20%. Oleh karena itu, PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia mempertahankan

kinerja para karyawannya untuk menyimpan data nasabah dengan sebaik-baiknya dengan melakukan *cross-check* untuk transaksi yang dikuasakan untuk menghindari kerugian bagi nasabah.

b. Keramahan pelayanan oleh *frontliner*

Berdasarkan perhitungan data kuesioner, maka berikut ini penulis akan menjelaskan mengenai perhitungan tingkat kinerja terhadap keramahan pelayanan oleh *frontliner* pada tabel 4.19. Selanjutnya penilaian mengenai tingkat kepentingan akan dijelaskan pada tabel 4.20.

Tabel 4.19
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja
Keramahan pelayanan oleh *frontliner*

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Bobot
5	56	34	0	0	0	446

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Xi) : $5 \times 6 + 56 \times 5 + 34 \times 4 = 446$

Tabel 4.20
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan
Keramahan pelayanan oleh *frontliner*

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Bobot
16	71	8	0	0	0	483

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Yi) : $16 \times 6 + 71 \times 5 + 8 \times 4 = 483$

$$Tki : \frac{446}{483} \times 100\% = 92,34\%$$

Dari nilai perhitungan bobot tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh tingkat kesesuaian responden sebesar 92,34%. Nilai tersebut mengindikasikan supaya PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia mempertahankan kinerja keramahan pelayanan oleh frontliner untuk terus tulus membangun kepercayaan dan hubungan baik serta berorientasi pada kebutuhan nasabah yang menghasilkan nilai tambah perusahaan.

c. Nasabah mudah dalam menghubungi Bank Mandiri

Berdasarkan perhitungan data kuesioner, maka berikut ini penulis akan menjelaskan mengenai perhitungan tingkat kinerja terhadap nasabah mudah dalam menghubungi Bank Mandiri pada tabel 4.21. Selanjutnya penilaian mengenai tingkat kepentingan akan dijelaskan pada tabel 4.22.

Tabel 4.21
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja
Nasabah mudah dalam menghubungi Bank Mandiri

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Bobot
8	50	36	1	0	0	445

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Xi) : $8 \times 6 + 50 \times 5 + 36 \times 1 + 3 = 445$

Tabel 4.22
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan
Nasabah mudah dalam menghubungi Bank Mandiri

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Bobot
12	79	4	0	0	0	483

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Yi) : $12 \times 6 + 79 \times 5 + 4 \times 3 = 483$

$$Tki : \frac{445}{483} \times 100\% = 92,13\%$$

Dari nilai perhitungan bobot tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh tingkat kesesuaian responden sebesar 92,13%. Nilai tersebut mengindikasikan supaya PT. Bank Mandiri, Tbk mempertahankan pelayanan yang memudahkan nasabah antara lain dengan *Phonebanking*, *Internet Banking* dan *SMS Banking* dimana nasabah dapat memperoleh berbagai informasi dan layanan perbankan dengan kapanpun dan dimanapun selama 24 jam.

4.1.4 Analisis Dimensi Empati

a. Kemampuan karyawan berkomunikasi

Berdasarkan perhitungan data kuesioner, maka berikut ini penulis akan menjelaskan mengenai perhitungan tingkat kinerja terhadap kemampuan karyawan PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia berkomunikasi dengan para nasabah pada tabel 4.23. Selanjutnya penilaian mengenai tingkat kepentingan akan dijelaskan pada tabel 4.24.

Tabel 4.23
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja
Kemampuan karyawan berkomunikasi

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Bobot
5	57	33	0	0	0	447

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Xi) : $5 \times 6 + 57 \times 5 + 33 \times 4 = 447$

Tabel 4.24
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan
Kemampuan karyawan berkomunikasi

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Bobot
12	79	4	0	0	0	483

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Yi) : $12 \times 6 + 79 \times 5 + 4 \times 4 = 483$

$$Tki : \frac{447}{483} \times 100\% = 92,55\%$$

Dari nilai perhitungan bobot tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh tingkat kesesuaian responden sebesar 92,55%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa para karyawan PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia mampu berkomunikasi dengan baik kepada para nasabah yang mencakup komunikasi secara verbal (berbicara dan mendengarkan) maupun komunikasi non verbal (ekspresi wajah, kontak mata, sikap, tekanan suara) juga

merupakan salah satu yang penting yang harus dimiliki seorang frontliner. Selain itu, penampilan (cara berpakaian) yang baik dan sopan juga sangat mempengaruhi persepsi nasabah terhadap Bank Mandiri. Komunikasi akan menjadi nyaman bila karyawan mampu mengkomunikasikan layanan kepada nasabah dengan ekspresi wajah yang ceria dan meyakinkan.

b. Rasa Tanggung Jawab pada Nasabah

Berdasarkan perhitungan data kuesioner, maka berikut ini penulis akan menjelaskan mengenai perhitungan tingkat kinerja rasa tanggung jawab pada nasabah pada tabel 4.25. Selanjutnya penilaian mengenai tingkat kepentingan akan dijelaskan pada tabel 4.26.

Tabel 4.25
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja
Rasa Tanggung Jawab pada Nasabah

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Bobot
14	54	27	0	0	0	462

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Xi) : $14 \times 6 + 54 \times 5 + 27 \times 4 = 462$

Tabel 4.26
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan
Rasa Tanggung Jawab pada Nasabah

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Bobot
21	69	5	0	0	0	491

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Yi) : $21 \times 6 + 69 \times 5 + 5 \times 4 = 491$

$$Tki : \frac{462}{491} \times 100\% = 94,09\%$$

Dari nilai perhitungan bobot tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh tingkat kesesuaian responden sebesar 94,09%. Oleh karena itu, PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia sebaiknya mempertahankan kinerja para karyawannya untuk selalu melakukan pelayanan yang bertanggung jawab pada setiap transaksi para nasabah.

b. Frontliner Membantu Nasabah dalam Pengisian Formulir

Berdasarkan perhitungan data kuesioner, maka berikut ini penulis akan menjelaskan mengenai perhitungan tingkat kinerja terhadap frontliner membantu nasabah dalam pengisian formulir pada tabel 4.27. Selanjutnya penilaian mengenai tingkat kepentingan akan dijelaskan pada tabel 4.28.

Tabel 4.27
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja
Frontliner Membantu Nasabah dalam Pengisian Formulir

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Bobot
9	54	29	3	0	0	449

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Xi) : $9 \times 6 + 54 \times 5 + 29 \times 4 + 3 \times 3 = 449$

Tabel 4.28
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan
Frontliner Membantu Nasabah dalam Pengisian Formulir

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Bobot
10	67	17	1	0	0	466

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Yi) : $10 \times 6 + 67 \times 5 + 17 \times 4 + 1 \times 4 = 466$

$$Tki : \frac{449}{466} \times 100\% = 96,35\%$$

Dari nilai perhitungan bobot tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh tingkat kesesuaian responden sebesar 96,35%. Pelayanan frontliner membantu nasabah dalam pengisian formulir dianggap oleh para responden sudah dilakukan dengan baik namun dirasa berlebihan dan tidak terlalu penting. Oleh karena itu, PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia sebaiknya mengupayakan agar jajaran frontliner untuk mempertahankan pelayanan ini namun dengan tetap memprioritaskan faktor-faktor lain yang dianggap sangat penting.

4.1.5 Analisis Dimensi Bukti Langsung

a. Lokasi Strategis

Berdasarkan perhitungan data kuesioner, maka berikut ini penulis akan menjelaskan mengenai perhitungan tingkat kinerja terhadap lokasi PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia yang

strategis pada tabel 4.29. Selanjutnya penilaian mengenai tingkat kepentingan akan dijelaskan pada tabel 4.30.

Tabel 4.29
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja
Lokasi Strategis

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Bobot
2	42	45	6	0	0	420

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Xi) : $2 \times 6 + 42 \times 5 + 45 \times 4 + 6 \times 3 = 420$

Tabel 4.30
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan
Lokasi Strategis

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Bobot
4	31	19	21	19	1	357

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Yi) : $4 \times 6 + 31 \times 5 + 19 \times 4 + 21 \times 3 + 19 \times 2 + 1 \times 1 = 357$

$$Tki : \frac{420}{357} \times 100\% = 117,65\%$$

Dari nilai perhitungan bobot tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh tingkat kesesuaian responden sebesar 117,65%. Faktor lokasi strategis ini dianggap tidak terlalu penting karena para nasabah menganggap bahwa kantor-kantor cabang Bank Mandiri sudah cukup banyak.

b. Keamanan yang memadai

Berdasarkan perhitungan data kuesioner, maka berikut ini penulis akan menjelaskan mengenai perhitungan tingkat kinerja terhadap keamanan yang memadai pada tabel 4.31. Selanjutnya penilaian mengenai tingkat kepentingan akan dijelaskan pada tabel 4.32.

Tabel 4.31
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja
Keamanan yang memadai

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Bobot
26	49	19	0	1	0	479

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Xi) : $26 \times 6 + 49 \times 5 + 19 \times 4 + 1 \times 2 = 479$

Tabel 4.32
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan
Keamanan yang memadai

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Bobot
35	47	12	1	0	0	496

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Yi) : $35 \times 6 + 47 \times 5 + 12 \times 4 = 496$

$$Tki : \frac{479}{496} \times 100\% = 96,57\%$$

Dari nilai perhitungan bobot tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh tingkat kesesuaian responden sebesar 96,57%. Nilai tersebut mengindikasikan bahwa para nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia menganggap bahwa keamanan yang diberikan oleh petugas keamanan setiap saat disetiap anjungan ATM dan Bank sudah cukup baik dan memberikan kenyamanan dan keamanan bagi setiap nasabah sehingga faktor ini sebaiknya terus dipertahankan.

c. Kelengkapan peralatan

Berdasarkan perhitungan data kuesioner, maka berikut ini penulis akan menjelaskan mengenai perhitungan tingkat kinerja kelengkapan peralatan pada tabel 4.33. Selanjutnya penilaian mengenai tingkat kepentingan akan dijelaskan pada tabel 4.34.



Tabel 4.33
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kinerja
Kelengkapan peralatan

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Bobot
13	60	21	0	1	0	464

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Xi) : $13 \times 6 + 60 \times 5 + 21 \times 4 + 1 \times 2 = 464$

Tabel 4.34
Penilaian Responden terhadap Tingkat Kepentingan
Kelengkapan peralatan

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Sangat Tidak Penting	Bobot
9	72	14	0	0	0	470

Sumber : Hasil Olah Data

Keterangan Bobot (Yi) : $9 \times 6 + 72 \times 5 + 14 \times 4 = 470$

Tki : $\frac{464}{470} \times 100\% = 98,72\%$

Dari nilai perhitungan bobot tingkat kinerja dan kepentingan diperoleh tingkat kesesuaian responden sebesar 98,72%. PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia selalu menyediakan peralatan yang mendukung, antara lain tersedianya alat tulis seperti pulpen tepat disamping pengisian formulir, adanya kotak saran serta kartu saran, papan pemberitahuan kurs yang berlaku setiap harinya, pendingin ruangan (AC), tempat sampah dan sofa kursi yang disediakan untuk nasabah yang sedang mengantri. Faktor ini dianggap oleh para responden telah sesuai dengan kepentingan namun dirasa berlebihan karena tidak terlalu penting. Oleh karena itu, sebaiknya PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia memprioritaskan faktor-faktor lain yang dianggap sangat penting.

4.1.6 Ringkasan Perhitungan Nilai Kinerja dan Kepentingan

Berikut ini adalah rekapitulasi perhitungan rata-rata pelaksanaan dan kepentingan pada PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia yang diperoleh dari hasil kuesioner yang tertera pada tabel berikut ini :

Tabel 4.35
Perhitungan Rata-rata Tingkat Kinerja terhadap Kepentingan

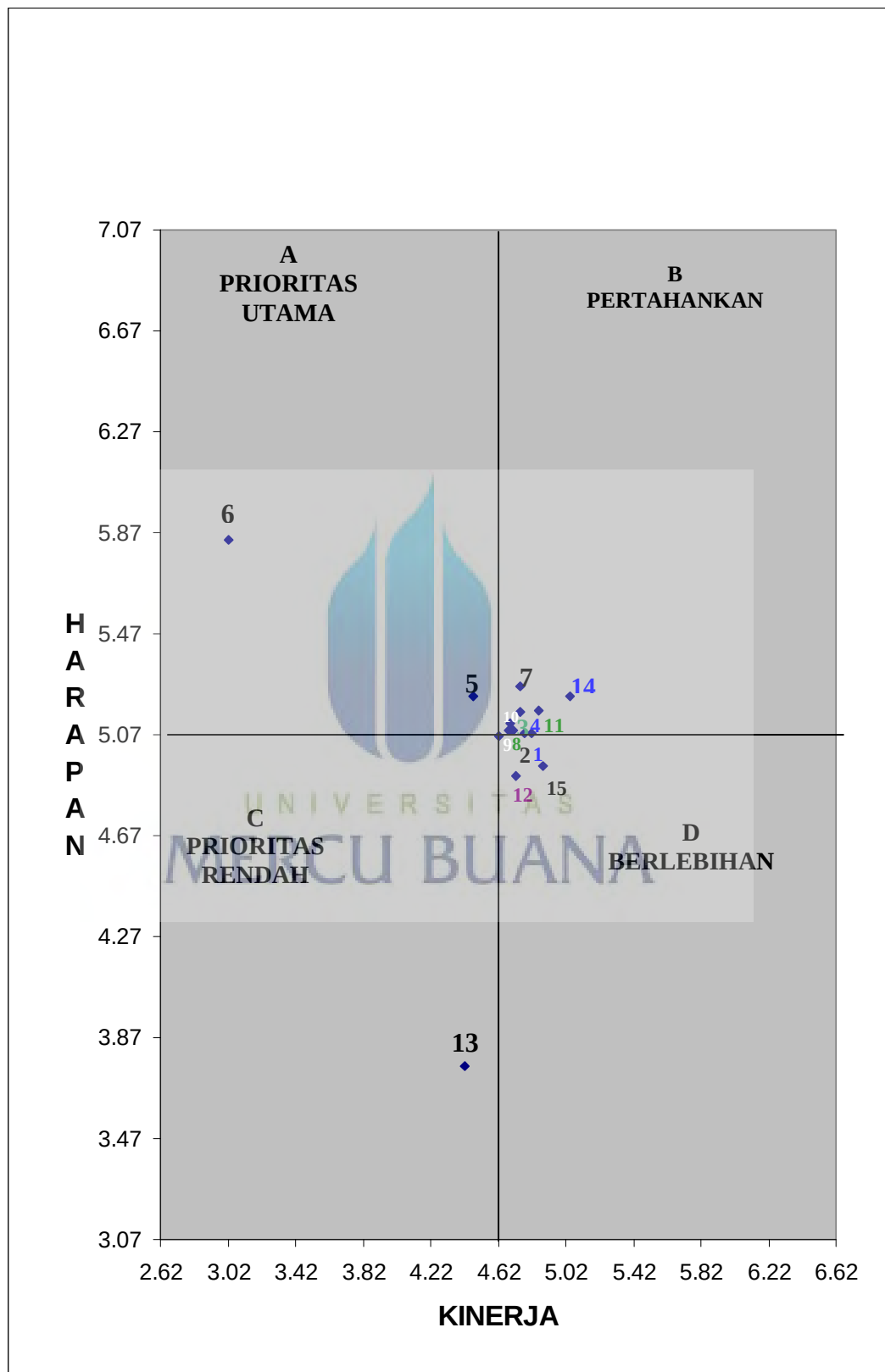
No	Indikator	Skor Kinerja	Skor Harapan	Rata-rata (X)	Rata-rata (Y)
1	Penyediaan informasi perbankan yang tepat dibutuhkan nasabah	458	482	4.82	5.07
2	Frontliner akurat dalam menangani transaksi bank	454	482	4.78	5.07
3	Pelayanan yang cepat oleh frontliner dalam proses perbankan	446	486	4.69	5.12
4	Kemampuan frontliner untuk tanggap dalam melayani kebutuhan nasabah	451	490	4.75	5.16
5	Kecepatan penanganan keluhan	425	496	4.47	5.22
6	Sistem antrian yang cepat	287	555	3.02	5.84
7	Kerahasiaan nasabah terjamin	451	500	4.75	5.26
8	Keramahan pelayanan oleh frontliner	446	483	4.69	5.08
9	Nasabah mudah dalam menghubungi Bank Mandiri	445	483	4.68	5.08
10	Kemampuan karyawan berkomunikasi	447	483	4.71	5.08
11	Rasa tanggung jawab pada nasabah	462	491	4.86	5.17
12	Frontliner membantu nasabah dalam pengisian formulir	449	466	4.73	4.91
13	Lokasi strategis	420	357	4.42	3.76
14	Keamanan yang memadai	479	496	5.04	5.22
15	Kelengkapan peralatan	464	470	4.88	4.95
= = Rata-rata X dan Y				4.62	5.07

Sumber : Hasil Olah Data

4.2 Diagram Kartesius

Hasil perhitungan rata-rata pelaksanaan dan kepentingan yang diperoleh dari hasil kuesioner yang tertera pada tabel 4.35 dibagi menjadi empat bagian kuadran. Analisis kepentingan (*Importance Performance Analysis*) dapat digunakan untuk memberikan peringkat berbagai elemen dari kumpulan jasa agar dapat mengidentifikasi tindakan yang akan diperlukan oleh PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia untuk menjalankan kinerjanya dan faktor-faktor yang perlu diperbaiki.





Gambar 4.1 : Diagram Kartesius

Dalam gambar Diagram Kartesius dapat dilihat bahwa letak dari lima belas indikator kepuasan nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia terbagi menjadi empat bagian. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

4.2.1 Kuadran A

Kuadran A menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dimana penanganannya perlu diprioritaskan oleh PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia. Faktor-faktor ini dinilai sangat penting namun tingkat pelaksanaan atau kinerjanya masih kurang memuaskan konsumen. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran A ini adalah :

- a. Indikator nomor 5 : Kecepatan penanganan keluhan.
- b. Indikator n nomor 6 : Sistem antrian yang cepat.

4.2.2 Kuadran B

Kuadran B menunjukkan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan dimana penanganannya perlu dipertahankan oleh PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia karena telah memuaskan konsumen. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran B ini adalah :

- a. Indikator nomor 1 : Penyediaan informasi perbankan yang tepat dibutuhkan nasabah.
- b. Indikator nomor 2 : *Frontliner* akurat dalam menangani transaksi bank.

- c. Indikator nomor 3 : Pelayanan yang cepat oleh *frontliner* dalam proses perbankan.
- d. Indikator nomor 4 : Kemampuan *frontliner* untuk tanggap dalam melayani kebutuhan nasabah.
- e. Indikator nomor 7 : Kerahasiaan nasabah terjamin.
- f. Indikator nomor 8 : Keramahan pelayanan oleh *frontliner*.
- g. Indikator nomor 9 : Nasabah mudah dalam menghubungi Bank Mandiri.
- h. Indikator nomor 10 : Kemampuan karyawan berkomunikasi.
- i. Indikator nomor 11 : Rasa tanggung jawab pada nasabah.
- j. Indikator nomor 14: Keamanan yang memadai.

4.2.3 Kuadran C

Kuadran C menunjukkan faktor-faktor yang dianggap kurang penting bagi para nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, sedangkan kualitas pelayanannya masih tergolong biasa atau cukup. Faktor yang termasuk dalam kuadran C ini adalah :

- a. Indikator nomor 13 : Lokasi strategis.

4.2.4 Kuadran D

Kuadran D menunjukkan faktor-faktor yang pelaksanaannya dilakukan dengan sangat baik oleh PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia, namun dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya. Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran D ini adalah :

- a. Indikator nomor 12 : *Frontliner* membantu nasabah dalam pengisian formulir.
- b. Indikator nomor 15 : Kelengkapan peralatan.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis kepuasan nasabah pada PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

5.1.1 Karakteristik Responden

Berdasarkan hasil olah data karakteristik nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang DPR-RI dapat disimpulkan bahwa sebagian besar nasabah adalah wanita yang berusia 37 - 47 tahun dan berkerja sebagai Pegawai Negri Sipil (PNS) dengan penghasilan $\pm$ Rp. 5.000.000- Rp. 10.000.000 /bulan. Jadi nasabah PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang DPR-RI sebagian besar adalah wanita kelas ekonomi menengah keatas.

5.1.2 Kepuasan nasabah

Faktor-faktor yang harus diperhatikan dan merupakan prioritas utama yang harus dirubah agar menjadi lebih baik adalah masalah kecepatan penanganan keluhan dan sistem antrian yang cepat. Sedangkan faktor-faktor pelayanan yang harus dipertahankan karena telah memuaskan konsumen adalah penyediaan informasi perbankan yang dibutuhkan oleh nasabah, frontliner akurat dalam menangani transaksi bank, pelayanan yang cepat oleh frontliner dalam proses perbankan, kemampuan frontliner untuk tanggap dalam melayani kebutuhan

nasabah, kerahasiaan nasabah terjamin, keramahan pelayanan oleh frontliner, nasabah mudah dalam menghubungi bank mandiri, kemampuan karyawan berkomunikasi rasa tanggung jawab pada nasabah, keamanan yang memadai.

Faktor-faktor yang dianggap kurang mempengaruhi kepuasan nasabah atau prioritas rendah adalah lokasi yang strategis. Sedangkan yang telah dilakukan dengan sangat baik oleh bank mandiri namun dinilai sangat berlebihan dalam pelaksanaannya adalah frontliner membantu nasabah dalam pengisian formulir dan kelengkapan peralatan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil simpulan diatas, maka penulis mengemukakan beberapa saran yang sekiranya dapat bermanfaat bagi peningkatan dan perbaikan kinerja PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang DPR-RI kepada para nasabah antara lain memperbanyak pelatihan khususnya bagi para *frontliner* agar lebih tanggap dan cepat dalam menangani keluhan. Selanjutnya, PT. Bank Mandiri, Tbk Cabang DPR-RI Indonesia sebaiknya memperbaiki sistem antrian yang telah dipergunakan selama ini, agar lebih baik lagi sehingga nasabah yang ingin melakukan transaksi tidak perlu menunggu terlalu lama. Penulis juga menyarankan agar untuk tidak terlalu berlebihan dalam melayani nasabah seperti membantu pengisian formulir, karena hanya akan menyita waktu dan membuat nasabah lain menunggu lebih lama.

DAFTAR PUSTAKA

- As. Mahmoeddin. *Etiket Pelayanan Bank: Petunjuk Praktis Menjering Nasabah*
Jakarta: PT. Toko Gunung Agung, 2000
- Fandy Tjiptono, 2004. *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Handi Irawan. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*, PT. Elex Media
Komputindo,
Jakarta.
- Kotler, P. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Edisi kesepuluh, Penerbit PT.
Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Dasar-dasar pemasaran*, Edisi kesembilan jilid I,
Penerbit Indeks, Jakarta
- Lupiyadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa : Teori dan Praktek* ,
Penerbit Salemba empat, Jakarta.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Untuk Menaikan
Pangsa Pasar*, Cetakan ketiga, Penerbit PT. Rineka Cipta, Jakarta
- Santoso Singgih. 2006. *Menggunakan SPSS dan EXCEL untuk Mengukur Sikap
dan Kepuasan Konsumen*, Penerbit PT. Elex Media Komputindo
- Riduwan dan Akdon. 2007. *RUMUS dan DATA dalam ANALISIS STATISTIKA*,
Cetakan kedua, Penerbit Alfabeta, Bandung

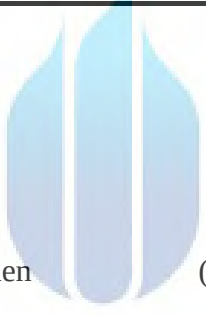
1) LAMPIRAN I
KUESIONER

Kepada Yth,
Nasabah PT. Bank Mandiri,Tbk
Cabang Dewan Perwakilan Rakyat- Republik Indonesia

Assalamualaikum Wr, Wb

Salam sejahtera bagi seluruh nasabah PT.Bank Mandiri,Tbk cabang DPR-RI, semoga dalam keadaan sehat walaffiat dan dalam lindungan Tuhan yang Maha Esa. Dalam rangka penyelesaian tugas akhir kuliah (Skripsi) dan untuk memenuhi kelengkapan data, maka saya mohon bantuan para nasabah kiranya bersedia untuk mengisi kuesioner yang telah tersedia.Atas bantuan dan kesediaannya saya ucapkan terimakasih.

KARAKTERISTIK RESPONDEN

- 
- (*) Jenis kelamin responden
- ☐ Pria
 - ☐ Wanita
- (*) Pekerjaan responden
- ☐ Anggota DPR / MPR
 - ☐ PNS (Pegawai Negeri Sipil)
 - ☐ Sekretaris (Aspri)
 - ☐ lainnya
- (*) Usia responden
- ☐ < 25 thn
 - ☐ 26 thn ^s/_d 36 thn
 - ☐ 37 thn ^s/_d 47 thn
 - ☐ > 47 thn
- (*) Penghasilan perbulan responden
- ☐ < 4 juta
 - ☐ 5 juta ^s/_d 10 juta
 - ☐ 11 juta ^s/_d 16 juta
 - ☐ > 16 juta

KUESIONER

SB = Sangat Baik
 B = Baik
 CB = Cukup Baik
 KB = Kurang Baik
 TB = Tidak Baik
 STB = Sangat Tidak Baik

SP = Sangat Penting
 P = Penting
 CP = Cukup Penting
 KP = Kurang Penting
 TP = Tidak Penting
 STP = Sangat Tidak Penting

NO	PERNYATAAN	KINERJA						HARAPAN					
		SB	B	CB	KB	TB	STB	SP	P	CP	KP	TP	STP
1	Penyediaan informasi yang tepat dibutuhkan												
2	Keakuratan dalam transaksi												
3	Kecepatan proses perbankan												
4	Sikap tanggap pada kebutuhan nasabah												
5	Kecepatan penanganan keluhan												
6	Kecepatan sistem antrian												
7	Kerahasiaan nasabah bank												
8	Keramahan pelayanan frontliner												
9	Kemudahan menghubungi bank												
10	Kemampuan komunikasi dengan nasabah												
11	Rasa tanggung jawab kepada nasabah												
12	Membantu pengisian formulir												
13	Lokasi strategis												
14	Keamanan yang memadai												
15	Kelengkapan peralatan												

2) LAMPIRAN II
REKAPITULASI KARAKTERISTIK RESPONDEN

NOMOR RESP.	KARAKTERISTIK			
	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN	USIA	PENDAPATAN PERBULAN
1	1	4	4	2
2	1	4	2	3
3	1	2	2	2
4	2	1	4	4
5	1	1	4	4
6	1	1	3	3
7	1	1	4	4
8	1	1	3	4
9	1	4	3	2
10	2	3	1	1
11	2	3	2	1
12	2	3	2	1
13	2	3	2	1
14	2	3	2	1
15	2	3	2	1
16	2	3	1	1
17	2	3	1	1
18	2	1	3	1
19	2	3	1	1
20	2	3	2	1
21	2	3	2	1
22	1	4	3	2
23	2	3	1	1
24	2	3	1	1
25	2	1	2	3
26	2	2	2	2
27	2	2	3	2
28	2	2	3	2
29	1	4	2	4
30	2	2	3	2
31	2	2	2	2
32	1	2	3	2
33	2	2	2	2
34	1	1	3	2
35	2	1	4	4
36	2	2	2	3

Sumber : Kuesioner

2) LAMPIRAN II (LANJUTAN)
REKAPITULASI KARAKTERISTIK RESPONDEN

NOMOR RESP.	KARAKTERISTIK			
	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN	USIA	PENDAPATAN PERBULAN
37	2	2	3	2
38	2	2	3	2
39	2	3	3	1
40	2	1	3	3
41	2	1	4	4
42	2	1	4	4
43	2	1	3	4
44	1	4	3	2
45	1	3	2	2
46	1	3	2	2
47	1	3	2	1
48	2	3	2	1
49	2	3	2	1
50	2	2	3	3
51	2	2	2	2
52	1	1	4	3
53	2	2	4	2
54	2	4	2	1
55	2	3	2	2
56	2	3	2	1
57	2	2	3	2
58	1	4	3	3
59	1	1	3	3
60	1	1	3	4
61	2	2	3	2
62	2	2	3	2
63	2	2	3	2
64	1	4	3	2
65	2	3	2	1
66	2	3	2	2
67	2	2	3	2
68	2	2	3	2
69	2	2	3	2
70	2	2	3	2
71	2	2	3	2
72	2	1	3	4
73	1	1	3	3

Sumber : Kuesioner

2) LAMPIRAN II (LANJUTAN)
REKAPITULASI KARAKTERISTIK RESPONDEN

NOMOR RESP.	KARAKTERISTIK			
	JENIS KELAMIN	PEKERJAAN	USIA	PENDAPATAN PERBULAN
74	1	1	3	3
75	2	2	2	2
76	2	2	2	2
77	2	2	2	2
78	2	3	1	1
79	2	3	1	1
80	2	3	2	1
81	2	3	2	1
82	2	2	2	2
83	2	2	3	2
84	2	2	2	2
85	2	1	2	2
86	2	3	1	1
87	1	1	3	3
88	2	2	2	2
89	2	2	2	2
90	1	1	3	3
91	1	1	3	3
92	2	1	3	4
93	2	3	1	1
94	2	3	1	1
95	1	2	3	2

Sumber : Kuesioner

MERCU BUANA

3) LAMPIRAN III
REKAPITULASI DATA KINERJA

NOMOR RESP.	KINERJA														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5
2	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	5	5	4	6	5
3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	6	5	3	5	6
5	6	6	6	6	6	2	5	5	6	6	6	5	4	6	5
6	5	5	5	5	5	1	6	6	6	6	6	6	4	5	6
7	5	5	5	5	5	1	4	4	4	4	4	4	3	2	2
8	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	3	6	5
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
10	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
11	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	6	5	4	6	5
12	5	5	5	6	6	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	5	5	5	6	1	5	5	5	5	5	6	5	6	5
14	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	6
15	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6
16	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	6	6	6	5	6
17	5	5	5	5	5	3	5	6	6	6	5	5	5	5	5
18	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	6	5	5	6	5
19	5	5	5	5	6	2	5	5	5	5	5	5	5	6	5
20	6	6	6	6	6	2	6	6	6	6	6	6	4	6	5
21	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4
22	5	5	5	5	5	1	4	4	4	5	5	5	5	5	4
23	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	6	5
24	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
25	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	6	5	5	5	6
27	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	6
28	5	5	5	5	5	2	4	4	4	4	4	3	4	5	4
29	5	5	5	5	3	2	5	5	4	4	4	5	5	5	6
30	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	6
31	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5
32	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
34	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	6	5	4	5	4	1	4	4	4	4	4	4	3	4	4
36	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5

Sumber : Kuesioner

3) LAMPIRAN III (LANJUTAN)
REKAPITULASI DATA KINERJA

NOMOR RESP.	KINERJA														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
37	5	5	5	5	5	2	5	5	6	5	5	5	4	5	6
38	4	4	4	4	4	1	4	4	4	5	5	5	4	5	4
39	5	5	5	6	6	1	5	5	6	5	5	5	5	5	5
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	6	5	5	6
41	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
42	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	5	6
43	6	6	6	6	6	3	4	4	4	4	4	4	5	6	5
44	5	5	5	5	5	3	6	5	5	5	5	5	5	5	5
45	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4
46	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	4
47	5	5	6	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	6	5
48	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
49	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
51	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	5	5	4	4	3	3	3	5	5	5	5	4	4	4	4
53	5	5	4	4	3	3	5	5	5	5	6	6	4	6	5
54	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4
55	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
56	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	5	5	3	5	5
57	5	5	5	5	4	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5
58	4	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	5	5
59	5	5	5	5	4	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5
60	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	6	5
61	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
62	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	6	5
64	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	6	4
65	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
66	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
67	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4
69	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5
70	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	6	5
71	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
72	5	5	5	5	5	4	6	6	5	5	6	5	5	6	5
73	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	4	6	5

Sumber : Kuesioner

3) LAMPIRAN III (LANJUTAN)
REKAPITULASI DATA KINERJA

NOMOR RESP.	KINERJA														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
74	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	4	3	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
77	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	6	5
79	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
80	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	6	5
81	6	6	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5
82	5	5	4	4	4	2	5	5	5	5	5	6	4	5	5
83	5	4	5	5	4	3	6	4	5	6	6	4	5	6	5
84	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	4	5	5
85	5	5	4	4	3	2	5	4	3	4	4	4	3	5	4
86	5	4	3	5	5	3	6	6	4	5	5	4	4	6	5
87	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	6	5	6	5
88	5	4	5	6	5	4	5	4	6	4	6	3	5	6	5
89	4	5	4	4	4	3	6	5	5	5	4	3	5	4	4
90	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	6	4	6	5
91	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	5	6	5	6
92	5	5	5	5	5	2	5	4	4	4	5	5	4	4	5
93	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	4	4	5	5
94	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5
95	4	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4	6	5

Sumber : Kuesioner

MERCU BUANA

4) LAMPIRAN IV
REKAPITULASI DATA HARAPAN

NOMOR RESP.	HARAPAN														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	4	4	4	4
2	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	4	5	5	4	5
3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	5
4	5	5	5	5	5	6	6	6	6	6	5	5	2	6	5
5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	2	6	5
6	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	6	2	6	5
7	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	6	6	3	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	6
9	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	3	4	4
11	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4
12	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5
13	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	2	6	5
14	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	6	5	2	6	5
15	4	4	4	5	5	6	5	5	5	5	5	5	2	6	5
16	5	5	5	5	5	6	4	4	5	5	5	5	2	6	5
17	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	5	6	5	6	5
18	5	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	5	2	6	5
19	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	5	5	6	5
20	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	2	6	5
21	5	5	5	5	6	6	6	6	6	6	5	5	2	6	5
22	5	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	2	6	5
23	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	2	6	5
24	6	6	6	6	6	6	6	5	5	6	6	4	2	6	5
25	6	6	6	6	6	6	5	6	6	5	6	5	3	5	5
26	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	2	5	6
27	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	3	5	6
28	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	6	5	4	6
30	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	2	5	6
31	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
32	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	3	5	5
33	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	3	5	5
34	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	4	3	5	5
35	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
36	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	6	5	3	6	5

Sumber : Kuesioner

4) LAMPIRAN IV (LANJUTAN)
REKAPITULASI DATA HARAPAN

NOMOR RESP.	HARAPAN														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
37	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	2	6	5
38	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
39	5	5	5	5	5	6	5	6	5	5	5	5	5	5	5
40	4	4	4	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	6	5
41	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	3	6	5
42	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	3	6	5
43	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	2	6	6
44	4	4	5	4	4	6	4	5	5	5	5	4	4	5	4
45	5	5	5	5	5	6	5	4	4	4	4	4	5	5	4
46	5	5	5	5	5	6	5	4	4	4	4	4	5	5	4
47	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	4	4	6	4
48	5	5	5	5	5	6	6	4	4	4	5	5	5	5	4
49	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	4	5	5
50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	6	5	5
51	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
52	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	5	5	5
53	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	5	4	6	5
54	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	4	6	5
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
56	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	4	5	5
57	5	5	5	5	5	6	6	6	5	5	5	5	3	4	4
58	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	4	4
59	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	1	5	5
60	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	3	5	5
61	4	4	4	4	5	6	5	5	5	5	5	5	3	5	5
62	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	3	5	5
63	6	6	6	6	6	6	6	6	5	6	6	6	6	6	6
64	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	5	5	6	5
65	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	3	5	5
66	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	5	6	5
67	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
68	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	4	5	5
69	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	4	4	6	5
70	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	3	5	5
71	5	5	6	6	6	6	6	5	5	5	5	4	3	5	5
72	5	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	4	4	5	5
73	4	4	4	4	4	6	5	5	5	5	6	5	3	6	5

Sumber : Kuesioner

4) LAMPIRAN IV (LANJUTAN)
REKAPITULASI DATA HARAPAN

NOMOR RESP.	HARAPAN														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
74	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	4	6	5
75	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5
76	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	6	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	4	5	5
79	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	3	5	5
80	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	4	5	6
81	5	5	5	5	6	6	5	5	5	5	5	5	3	4	4
82	5	6	6	6	6	6	6	5	5	5	5	4	3	4	4
83	5	4	5	5	4	6	5	4	5	5	6	4	4	6	5
84	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	3	5	5
85	6	6	5	5	5	6	6	4	5	4	5	3	4	6	5
86	4	5	6	6	5	6	6	5	5	5	6	4	4	5	5
87	5	5	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	2	6	5
88	5	4	5	5	5	4	6	5	6	4	6	4	5	6	5
89	4	5	5	5	4	6	6	4	4	5	4	4	5	4	5
90	5	5	5	5	5	6	5	5	5	4	5	5	5	5	6
91	5	5	5	6	5	5	5	6	5	5	6	5	5	5	5
92	4	4	4	4	4	6	4	5	5	4	5	5	5	4	4
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
94	5	4	4	5	6	6	5	4	6	6	6	6	5	4	4
95	5	5	5	5	5	6	5	5	5	5	5	5	4	5	5

Sumber : Kuesioner

MERCU BUANA

5) LAMPIRAN V
REKAPITULASI NILAI BOBOT KINERJA

Pernyataan No	Kinerja						Nilai Bobot Kinerja						Total Bobot Kinerja
	SB	B	CB	KB	TB	STB	SB	B	CB	KB	TB	STB	
1	5	68	22	0	0	0	30	340	88	0	0	0	458
2	4	66	25	0	0	0	24	330	100	0	0	0	454
3	4	62	25	4	0	0	24	310	100	12	0	0	446
4	6	62	25	1	1	0	36	310	100	3	2	0	451
5	8	47	29	7	1	3	48	235	116	21	2	3	425
6	3	12	11	40	16	13	18	60	44	120	32	13	287
7	8	59	25	2	1	0	48	295	100	6	2	0	451
8	5	56	34	0	0	0	30	280	136	0	0	0	446
9	8	50	36	1	0	0	48	250	144	3	0	0	445
10	5	57	33	0	0	0	30	285	132	0	0	0	447
11	14	54	27	0	0	0	84	270	108	0	0	0	462
12	9	54	29	3	0	0	54	270	116	9	0	0	449
13	2	42	45	6	0	0	12	210	180	18	0	0	420
14	26	49	19	0	1	0	156	245	76	0	2	0	479
15	13	60	21	0	1	0	78	300	84	0	2	0	464

Sumber : Data Kuesioner

6) LAMPIRAN VI
REKAPITULASI NILAI BOBOT HARAPAN

Pernyataan No	Harapan						Nilai Bobot Harapan						Total Bobot Harapan
	SB	B	CB	KB	TB	STB	SB	B	CB	KB	TB	STB	
1	15	72	8	0	0	0	90	360	32	0	0	0	482
2	16	70	9	0	0	0	96	350	36	0	0	0	482
3	17	72	6	0	0	0	102	360	24	0	0	0	486
4	19	72	4	0	0	0	114	360	16	0	0	0	490
5	27	62	6	0	0	0	162	310	24	0	0	0	496
6	85	7	1	2	0	0	510	35	4	6	0	0	555
7	28	64	3	0	0	0	168	320	12	0	0	0	500
8	16	71	8	0	0	0	96	355	32	0	0	0	483
9	12	79	4	0	0	0	72	395	16	0	0	0	483
10	16	71	8	0	0	0	96	355	32	0	0	0	483
11	21	69	5	0	0	0	126	345	20	0	0	0	491
12	10	67	17	1	0	0	60	335	68	3	0	0	466
13	4	31	19	21	19	1	24	155	76	63	38	1	357
14	35	47	12	1	0	0	210	235	48	3	0	0	496
15	9	72	14	0	0	0	54	360	56	0	0	0	470

Sumber : Data Kuesioner

7) LAMPIRAN VII
PROSES PENGISIAN KUESIONER



PETUGAS FRONTLINER PT.BANK MANDIRI,Tbk CABANG DPR-RI