

LAMPIRAN

Kepuasan Nasabah thd NISP

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak puas	6	6.0	6.0	6.0
	ragu-ragu	42	42.0	42.0	48.0
	puas	36	36.0	36.0	84.0
	sangat puas	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Statistics

		reguler	perubahan.berkala	biaya.adm	diskon
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	21	21	21	21
Mean		2.57	2.99	2.21	2.23
Median		2.00	3.00	2.00	2.00
Mode		2	3	1	1
Sum		257	299	221	223

reguler

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	18	14.9	18.0	18.0
	2	34	28.1	34.0	52.0
	3	21	17.4	21.0	73.0
	4	27	22.3	27.0	100.0
	Total	100	82.6	100.0	
Missing	System	21	17.4		
Total		121	100.0		

Perubahan Berkala

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	3.3	4.0	4.0
	2	23	19.0	23.0	27.0
	3	43	35.5	43.0	70.0
	4	30	24.8	30.0	100.0
	Total	100	82.6	100.0	
Missing	System	21	17.4		
Total		121	100.0		

Blaya administrasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	38	31.4	38.0	38.0
	2	21	17.4	21.0	59.0
	3	23	19.0	23.0	82.0
	4	18	14.9	18.0	100.0
	Total	100	82.6	100.0	
Missing	System	21	17.4		
Total		121	100.0		

Diskon

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	40	33.1	40.0	40.0
	2	22	18.2	22.0	62.0
	3	13	10.7	13.0	75.0
	4	25	20.7	25.0	100.0
	Total	100	82.6	100.0	
Missing	System	21	17.4		
Total		121	100.0		

Statistics

		reguler	perubahan.berka la	biaya.administra si	diskon
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		2.57	2.99	2.21	2.23
Median		2.00	3.00	2.00	2.00
Mode		2	3	1	1
Sum		257	299	221	223

Harga Reguler

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	18	18.0	18.0	18.0
	2	34	34.0	34.0	52.0
	3	21	21.0	21.0	73.0
	4	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Perubahan Harga Berkala

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.0	4.0	4.0
	2	23	23.0	23.0	27.0
	3	43	43.0	43.0	70.0
	4	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Biaya Administrasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	38	38.0	38.0	38.0
	2	21	21.0	21.0	59.0
	3	23	23.0	23.0	82.0
	4	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

diskon

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	40	40.0	40.0	40.0
	2	22	22.0	22.0	62.0
	3	13	13.0	13.0	75.0
	4	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Statistics

		reguler	perubahan.berka la	biaya.administra si	diskon
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		2.61	2.99	2.12	2.26
Median		2.00	3.00	2.00	2.00
Mode		2	3	1	1
Sum		261	299	212	226

reguler

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	16	16.0	16.0	16.0
	2	35	35.0	35.0	51.0
	3	21	21.0	21.0	72.0
	4	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

perubahan.berkala

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.0	4.0	4.0
	2	23	23.0	23.0	27.0
	3	43	43.0	43.0	70.0
	4	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

biaya.administrasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	42	42.0	42.0	42.0
	2	20	20.0	20.0	62.0
	3	22	22.0	22.0	84.0
	4	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

diskon

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	38	38.0	38.0	38.0
	2	23	23.0	23.0	61.0
	3	14	14.0	14.0	75.0
	4	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

penerimaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	11.0	11.0	11.0
	2	11	11.0	11.0	22.0
	3	17	17.0	17.0	39.0
	4	12	12.0	12.0	51.0
	5	15	15.0	15.0	66.0
	6	22	22.0	22.0	88.0
	7	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

komunikasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	6.0	6.0	6.0
	2	23	23.0	23.0	29.0
	3	9	9.0	9.0	38.0
	4	13	13.0	13.0	51.0
	5	21	21.0	21.0	72.0
	6	15	15.0	15.0	87.0
	7	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

pengalaman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	24	24.0	24.0	24.0
	2	10	10.0	10.0	34.0
	3	20	20.0	20.0	54.0
	4	17	17.0	17.0	71.0
	5	19	19.0	19.0	90.0
	6	8	8.0	8.0	98.0
	7	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

terkenal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	27	27.0	27.0	27.0
	2	20	20.0	20.0	47.0
	3	12	12.0	12.0	59.0
	4	22	22.0	22.0	81.0
	5	7	7.0	7.0	88.0
	6	8	8.0	8.0	96.0
	7	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

produk.jasa

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	10.0	10.0	10.0
	2	12	12.0	12.0	22.0
	3	22	22.0	22.0	44.0
	4	17	17.0	17.0	61.0
	5	15	15.0	15.0	76.0
	6	18	18.0	18.0	94.0
	7	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

wom

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	16	16.0	16.0	16.0
	2	16	16.0	16.0	32.0
	3	9	9.0	9.0	41.0
	4	10	10.0	10.0	51.0
	5	8	8.0	8.0	59.0
	6	15	15.0	15.0	74.0
	7	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

etika.merek

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	6.0	6.0	6.0
	2	8	8.0	8.0	14.0
	3	11	11.0	11.0	25.0
	4	9	9.0	9.0	34.0
	5	13	13.0	13.0	47.0
	6	16	16.0	16.0	63.0
	7	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

loyalty.program

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13	13.0	13.0	13.0
	2	9	9.0	9.0	22.0
	3	20	20.0	20.0	42.0
	4	13	13.0	13.0	55.0
	5	13	13.0	13.0	68.0
	6	16	16.0	16.0	84.0
	7	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

prioritas.program

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	9.0	9.0	9.0
	2	18	18.0	18.0	27.0
	3	9	9.0	9.0	36.0
	4	23	23.0	23.0	59.0
	5	9	9.0	9.0	68.0
	6	24	24.0	24.0	92.0
	7	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

hub.karyawan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	6.0	6.0	6.0
	2	10	10.0	10.0	16.0
	3	14	14.0	14.0	30.0
	4	12	12.0	12.0	42.0
	5	16	16.0	16.0	58.0
	6	21	21.0	21.0	79.0
	7	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

antisipatif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	33	33.0	33.0	33.0
2	12	12.0	12.0	45.0
3	15	15.0	15.0	60.0
4	20	20.0	20.0	80.0
5	14	14.0	14.0	94.0
6	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

komunitas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.0	3.0	3.0
2	9	9.0	9.0	12.0
3	7	7.0	7.0	19.0
4	6	6.0	6.0	25.0
5	26	26.0	26.0	51.0
6	13	13.0	13.0	64.0
7	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

produk.khusus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	20	20.0	20.0	20.0
	2	15	15.0	15.0	35.0
	3	12	12.0	12.0	47.0
	4	21	21.0	21.0	68.0
	5	16	16.0	16.0	84.0
	6	9	9.0	9.0	93.0
	7	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

tanggap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	17	17.0	17.0	17.0
	2	29	29.0	29.0	46.0
	3	20	20.0	20.0	66.0
	4	4	4.0	4.0	70.0
	5	8	8.0	8.0	78.0
	6	12	12.0	12.0	90.0
	7	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Statistics

		pertimbangan	perubahan	pendorong
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		2.30	1.74	2.16
Median		2.00	1.00	1.00
Mode		1	1	1
Sum		230	174	216

pertimbangan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	43	43.0	43.0	43.0
	2	9	9.0	9.0	52.0
	3	23	23.0	23.0	75.0
	4	25	25.0	25.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

perubahan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	70	70.0	70.0	70.0
	2	5	5.0	5.0	75.0
	3	6	6.0	6.0	81.0
	4	19	19.0	19.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

pendorong

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	51	51.0	51.0	51.0
2	10	10.0	10.0	61.0
3	11	11.0	11.0	72.0
4	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Statistics

	Pertimbangan Pemilihan Bank	Perubahan NISP dimasa mendatang	Pendorong kemajuan NISP
N Valid	100	100	100
Missing	0	0	0
Mean	2.30	1.74	2.16
Median	2.00	1.00	1.00
Mode	1	1	1
Sum	230	174	216

Pertimbangan Pemillhan Bank

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ekuitas kualitas	43	43.0	43.0	43.0
ekuitas harga	9	9.0	9.0	52.0
ekuitas merek	23	23.0	23.0	75.0
ekuitas relationship	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Perubahan NISP dimasa mendatang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ekuitas kualitas	70	70.0	70.0	70.0
	ekuitas harga	5	5.0	5.0	75.0
	ekuitas merek	6	6.0	6.0	81.0
	ekuitas relationship	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendorong kemajuan NISP

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ekuitas kualitas	51	51.0	51.0	51.0
	ekuitas harga	10	10.0	10.0	61.0
	ekuitas merek	11	11.0	11.0	72.0
	ekuitas relationship	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Statistics

		Pertimbangan Pemilihan Bank	Perubahan NISP dimasa mendatang	Pendorong kemajuan NISP
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		2.30	1.74	2.16
Median		2.00	1.00	1.00
Mode		1	1	1
Sum		230	174	216

Pertimbangan Pemilihan Bank

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ekuitas kualitas	43	43.0	43.0	43.0
	ekuitas harga	9	9.0	9.0	52.0
	ekuitas merek	23	23.0	23.0	75.0
	ekuitas relationship	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Perubahan NISP dimasa mendatang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ekuitas kualitas	70	70.0	70.0	70.0
	ekuitas harga	5	5.0	5.0	75.0
	ekuitas merek	6	6.0	6.0	81.0
	ekuitas relationship	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Crosstab

Count		produk						Total
		1	2	3	4	5	6	
segmen	tabungan > 100 juta	6	4	4	4	0	2	20
nasabah	tabungan 25 - 100 juta	13	7	1	6	0	2	29
	tabungan < 25 juta	14	14	9	5	5	4	51
Total		33	25	14	15	5	8	100

Pendorong kemajuan NISP

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ekuitas kualitas	51	51.0	51.0	51.0
	ekuitas harga	10	10.0	10.0	61.0
	ekuitas merek	11	11.0	11.0	72.0
	ekuitas relationship	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

No. Kuesioner.....

Magister Manajemen
Universitas Mercubuana Jakarta

Kepada Yth,

Kami sedang mengadakan penelitian dengan judul Customer Equity terhadap Pemilihan Bank, untuk kelancaran penelitian saya mengharapkan kesediaan Anda semua untuk mengisi kuesioner ini dengan baik dan lengkap. Semua data yang diperoleh dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik semata. Atas kesediaan waktunya, saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk : Pilih 1 (satu) jawaban yang Anda anggap benar.

Q1 : Apakah Anda nasabah Bank NISP ?

- Ya
 Tidak (Berhenti sampai disini)

Q2 : Pendidikan terakhir Anda ?

- SD/ SMP/ SMU/ Sederajat
 Diploma (D1/D2/D3)
 Sarjana (S1)
 Pascasarjana (S2/S3)
 Lainnya, sebutkan

Q3 : Pekerjaan Anda saat ini :

- Pelajar
 Pegawai Negeri/ Swasta
 Wiraswasta
 Ibu Rumah Tangga

Q4 : Selain Bank NISP, sebutkan 2 (dua) nama Bank yang Anda kenal

1. Bank 1
2. Bank 2

BERI NOMER URUT DARI YANG TERPENTING (NO. 1) HINGGA TIDAK PENTING (NOMER 7)

1	Apa yang mempengaruhi persepsi Anda terhadap kualitas produk atau layanan suatu Bank ?	
	Kualitas dari produk
	Kualitas kecepatan pelayanan
	Tingkat kesalahan, konsistensi dan kehandalan
	Kenyamanan, lokasi, ketersediaan dan respon
	Fitur produk
	Fitur special dan inovatif
2.	Berdasarkan jawaban diatas, adalah yang paling penting, mohon urutkan dari 1 (paling buruk) hingga 5 (paling baik)	
	Bank NISP dari aspek kualitas	Buruk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Baik
	Bank 1 dari aspek kualitas	Buruk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Baik
	Bank 2 dari aspek kualitas	Buruk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Baik
3	Apa yang mempengaruhi persepsi Anda terhadap biaya administrasi? Beri nomer urut dari yang terpenting (nomer 1) hingga yang tidak penting (nomer 4)	
	Biaya administrasi regular
	Perubahan biaya administrasi berkala
	Pertimbangan biaya administrasi terhadap bank lain
	Diskon

4	Berdasarkan jawaban diatas _____ adalah yang paling penting. Mohon urutkan dari 1 (paling murah) hingga 5 (paling mahal)	
	Bank NISP dari aspek biaya administrasi	Murah <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Mahal
	Bank 1 dari aspek biaya administrasi	Murah <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Mahal
	Bank 2 dari aspek biaya administrasi	Murah <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Mahal
5	Apa yang mempengaruhi persepsimu terhadap merek bank ? Beri nomer urut dari yang terpenting (nomer 1) hingga yang tidak penting (nomer 7)	
	Tingkat penerimaan merek di dalam pasar
	Informasi atau komunikasi dengan bank
	Pengalaman dengan nama bank
	Bank yang sudah terkenal
	Berhubungan dengan produk atau jasa
	Informasi dari mulut ke mulut
Bank atau etika merek	
6	Berdasarkan jawaban diatas _____ adalah yang paling penting. Mohon urutkan dari 1 (paling buruk) hingga 5 (paling baik)	
	Bank NISP dari aspek merek	Buruk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Baik
	Bank 1 dari aspek merek	Buruk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Baik
	Bank 2 dari aspek merek	Buruk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Baik
7	Apa yang mempengaruhi persepsimu terhadap relationship dengan bank ? Beri nomer urut dari yang terpenting (nomer 1) hingga yang tidak penting (nomer 7)	
	Transaksi berkala, program hadiah (loyalty program)
	Program nasabah special (Program Prioritas)
	Hubungan baik dengan karyawan bank
	Tanggap terhadap permintaan, keluhan dan antisipasinya
	Pengelompokan nasabah
	Produk/jasa yang diciptakan khusus sesuai permintaan
Tanggap terhadap kebutuhan nasabah	
8	Berdasarkan jawaban diatas _____ adalah yang paling penting. Mohon urutkan dari 1 (paling buruk) hingga 5 (paling baik)	
	Bank NISP dari aspek relationship	Buruk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Baik
	Bank 1 dari aspek relationship	Buruk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Baik
	Bank 2 dari aspek relationship	Buruk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Baik
9	Secara umum, ketika memilih suatu Bank, pertimbangan apa yang paling penting bagi Anda ?	
10.	Setelah saya bertransaksi di Bank NISP	Tidak Puas <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Puas
11	Bank NISP menurut Anda ?	
	Kualitas produk Bank NISP	Buruk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Baik
	Kualitas layanan Bank NISP	Tidak Puas <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Puas
	Biaya administrasi Bank NISP	Murah <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Mahal
	Persepsi merek Bank NISP	Buruk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Baik
	Relationship dengan Bank NISP	Buruk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Baik
12	Mohon dirating dari 2 bank yang Anda sebutkan diatas	
	Bank 1	Buruk <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Baik
	Kualitas Produk / jasa Bank 1	Tidak Puas <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Puas
	Kualitas layanan Bank 1	Murah <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Mahal
	Harga Produk / Layanan Bank 1	

	Persepsi merek Bank 1	Buruk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Baik
	Relationship dengan Bank 1	Buruk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Baik
	Bank 2.....							
	Kualitas Produk / jasa Bank 2	Buruk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Baik
	Kualitas layanan Bank 2	Tidak Puas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Puas
	Harga Produk / Layanan Bank 2	Murah	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Mahal
	Persepsi merek Bank 2	Buruk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Baik
	Relationship dengan Bank 2	Buruk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Baik
13	Dalam hal apa Anda menginginkan suatu perubahan pada Bank NISP di tahun yang akan datang ?							
14	Apakah ada sesuatu yang Anda anggap dapat menjadi pendorong bagi majunya Bank NISP ?							