

# **TUGAS AKHIR**

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH ATAS KUALITAS PELAYANAN DI BMT**

**BINA INSANI PRINGAPUS**

Diajukan guna melengkapi syarat

Memperoleh Gelar Ahli Madya



*Disusun Oleh :*

**Yuni Ika Pratiwi**  
052503035

**PROGRAM D3 PERBAKNAN SYARI'AH FAKULTAS SYARI'AH**

**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO**

**SEMARANG**

**2008**

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH  
ATAS KUALITAS PELAYANAN  
DI BMT BINA INSANI PRINGAPUS**

**TUGAS AKHIR**

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Ahli Madya dalam Ilmu Perbankan Syari'ah

Oleh:

**YUNI IKA PRATIWI**

**052503036**

**PROGRAM DIPLOMA III PERBANKAN SYARI'AH**

**FAKULTAS SYARI'AH**

**IAIN WALISONGO SEMARANG**

**2008**

A. Arif Junaidi,MA  
Dosen Fakultas Syari'ah  
IAIN Walisongo Semarang

### **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Lamp. : 3 (tiga) eksemplar  
Hal. : Naskah Tugas Akhir (TA)  
A. n. Saudari Yuni Ika pratiwi

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Setelah saya mengadakan koreksi dan perbaikan seperlunya maka bersama ini saya kirimkan naskah Tugas Akhir (TA) Saudari:

Nama : Yuni Ika Pratiwi  
NIM : 052503035  
Jurusan : D3 Perbankan Syariah

Judul TA : **"ANALISIS KEPUASAN NASABAH ATAS KUALITAS PELAYANAN DI BMT BINA INSANI PRINGAPUS"**

Dengan ini saya mohon kiranya Tugas Akhir Saudari tersebut segera diujikan.

Demikian harap menjadikan maklum.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Pembimbing

**A. Arif Junaidi ,MA**

**NIP. 1502761**



**DEPARTEMEN AGAMA**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI WALISONGO**  
**FAKULTAS SYARI'AH**

*Jl. Prof. Dr. Hamka Km. 02 Semarang Telp./ Fax. (024) 7601291/ 70771087*

---

**PENGESAHAN**

Tugas Akhir saudari : Yuni Ika Pratiwi

NIM : 052503035

Telah diujikan oleh Dewan Penguji Program D3 Fakultas Syari'ah Institut Agama Islam Negeri Walisongo Semarang, dan dinyatakan lulus dengan predikat Cumlaude/ Baik/ Cukup, pada tanggal :

**18 Juni 2008**

Dapat diterima sebagai syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya tahun akademik 2008/2009.

Semarang, 18 Juni 2008

Ketua Sidang,

Sekretaris Sidang,

**Nur Fatoni. M.Ag**

**A.Arif Junaidi,MA**

**NIP. 1 5 0.2 9 9.4 9 0**

**NIP. 1 5 0.2 7 6.1 1 9**

Penguji,

Pembimbing.

**Moch. Arifin S.Ag.M.Hum**

**A.Arif Junaidi,MA**

**NIP. 1 5 0.2 7 9.7 2 0**

**NIP. 1 5 0.2 7 6.1 1 9**

## **DEKLARASI**

Dengan penuh kejujuran dan tanggung jawab, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir (TA) ini tidak berisi materi yang pernah ditulis oleh orang lain atau diterbitkan. Demikian juga Tugas Akhir ini tidak berisi satupun pikiran-pikiran orang lain, kecuali informasi yang terdapat dalam referensi yang dijadikan bahan rujukan.

Semarang, mei 2008

Deklarator,

**Yuni Ika Pratiwi**

NIM. 052503035

## **ABSTRAK**

Pada era globalisasi sekarang ini persaingan dalam dunia perbankan atau lembaga keuangan menjadi sangat tajam, begitu pula yang terjadi di Indonesia sekarang ini. Lembaga- lembaga keuangan berusaha untuk memenangkan persaingan dengan memberikan hal yang terbaik bagi para nasabahnya. Lembaga- lembaga keuangan melakukan beberapa hal untuk memenangkan persaingan, misalnya dengan memberikan penawaran-penawaran produk khusus untuk nasabahnya, lokasi kantor pelayanan yang strategis, produk-produk yang sesuai dengan permintaan pasar, tempat yang nyaman, pelayanan yang baik agar nasabahnya merasa puas. Hal itu pula yang dilakukan BMT Bina Insani untuk memenangkan persaingan di tengah-tengah maraknya lembaga-lembaga keuangan yang bermunculan dan tumbuh di tengah-tengah masyarakat kita.

Pelayanan yang memuaskan dapat dinilai dari apa yang dirasakan nasabah, apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai atau belum. Dari hal tersebut kita bisa mengetahui apakah nasabah merasa puas atau tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan tersebut.

Pada pembahasan tugas akhir ini, penulis akan membahas tentang analisa kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan yang di berikan BMT Bina Insani. Disini penulis akan menganalisis seberapa tingkat harapan nasabah atas kualitas pelayanan yang diberika BMT Bina Insani dan bagaimana tingakat pelaksanaan yang telah dilakukan BMT Bina Insani

## **MOTTO**

**”Kehidupan ini adalah sebuah tantangan siapa yang berani melalui tantangan tersebut dialah yang akan menang”**

**”ilmu merupakan kunci dari segalanya maka tuntutlah ilmu selama kau mampu untuk bernafas”**

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan petunjuk dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir (TA) dengan judul “ANALISIS KEPUASAN NASABAH ATAS KUALITAS PELAYANAN DI BMT BINA INSANI PRINGAPUS”. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada pembimbing umat, Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan sahabatnya dan segenap umatnya hingga akhir zaman.

Karya tulis ini disusun sebagai bentuk pertanggungjawaban ilmiah selama penulis mengikuti proses akademik di Fakultas Syari’ah Program D3 Perbankan Syari’ah IAIN Walisongo Semarang.

Dalam penulisan Tugas Akhir ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung, sehingga pada kesempatan yang baik ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Abdul Jamil, M.A. selaku Rektor IAIN Walisongo Semarang
2. Bapak Drs. H. Muhyiddin, M. A, selaku Dekan Fakultas Syari’ah IAIN Walisongo Semarang.
3. Bapak Dr. Imam Yahya, M. A, selaku Ketua Program Diploma 3 Perbankan Syari’ah.
4. Dan khususnya pembimbing penulis, Bapak A. Arif Junaidi, MA Terima kasih atas bimbingan, masukan, kritikan, dan arahan Bapak, sehingga dengan jangka waktu yang cukup terbatas penulis bisa menyelesaikan TA ini.



5. Seluruh staf dan karyawan program DIII Perbankan Syari'ah Fakultas Syari'ah yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih penulis telah banyak merepotkan persoalan akademik, administrasi, dan semuanya di Fakultas Syari'ah.
6. Seluruh karyawan BMT Bina Insani Pringapus yang telah memberikan kesempatan magang dan menimba ilmu di sana. Terima kasih atas data-data dan bantuan yang telah di berikan.
7. Keluarga tercinta: Bapak-Ibu, adik-adikku dan eyang. Penulis menghaturkan terima kasih yang agung. Kalian adalah jiwa dalam setiap nafasku yang membangkitkan semangat penulis untuk selalu melangkah optimis.
8. Semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.

Semoga kebaikan dan ketulusan mereka semua menjadi amal ibadah di sisi Allah SWT. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin dalam mengerjakan TA ini, namun semua tidak lepas dari kekurangan. Maka dari itu, kritik dan saran serta masukan yang konstruktif selalu penulis tunggu demi kesempurnaan penulisan TA ini

Semarang, Mei 2008

Penulis

## PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini kupersembahkan untuk:

- Allah SWT yang telah mengaruniai nafas kehidupan, menghadiahiku kekuatan tuk wujudkan impian.
- Bapak dan ibuku yang selalu menyayangiku dan selalu berkorban demi anak-anaknya,.
- Kakek nenek ku yang telah tiada yang selalu memberiku nasehat tentang kehidupan.
- Adik-adikku D\_ci, Nia, dan Pipin yang memberi warna keceriaan dalam rumah.
- Segenap keluarga besarku bud he dan pak dhe serta p' lik yang memberiku semangat dan mengizinkan aku memakai komputernya , makasih.
- Sahabat-sahabatku, ika, alin, tiwi gede, tiwi kecil , rekha kalian adalah bagian dari hari-hariku.
- Teman-teman D3 angkatan 2005 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namanya.
- Someone I loved
- Civitas Akademika IAIN Walisongo Semarang.
- Karyawan BMT Bina Insani makasih atas tempat, pengalaman dan keramahan yang telah diberikan.

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Persetujuan pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Deklarasi.....	iv
Halaman Motto.....	v
Kata Persembahan.....	vi
Kata Pengantar.....	viii
Daftar Isi.....	x
Daftar Tabel.....	xi

### BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	4
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	5
D. Metode Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan.....	20

### BAB II LANDASAN TEORI

A. Kualitas pelayanan.....	21
1. Dimensi Kualitas.....	21
2. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	23

3. Kesenjangan (GAP) Yang Menyebabkan Adanya Perbedaan Presepsi Kualitas Pelayanan.....	24
4. Kepuasan Nasabah.....	26
5. Pencapaian Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan...	26
6. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	27
7. Teknik Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	28
8. Strategi Kepuasan Nasabah.....	29
B. Kerangka Teori.....	32
C. Hipotesis.....	33

### BAB III GAMBARAN UMUM BMT BINA INSANI

A. Sejarah Berdirinya Koperasi Syari'ah Bina Insani Pringapus.....	35
B. Gambaran umum Keberadaan Koperasi Syari'ah BMT Bina Insani Pringapus.....	36
C. Badan Hukum Dan Strukur Lembaga Keuangan Syari'ah BMT Bina Insani Pringapus.....	37
D. Unit-Unit Usaha Koperasi Syari'ah BMT Bina Insani Pringapus.....	39
E. Badan Hukum.....	41
F. Sistem Pembinaan.....	41

### BAB IV PEMBAHASAN

A. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	42
--	----

B. Karakteristik Responden.....	44
C. Analisa Setiap Atribut Variabel.....	48
D. Identifikasi indikator-indikator yang mempengaruhi kepuasan nasabah.....	87

#### BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan .....	94
B. Saran.....	95
C. Penutup.....	96

#### DAFTAR PUSTAKA

#### LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	43
TABEL 4.2	
Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	45
TABEL 4.3	
Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	46
TABEL 4.4	
Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	47
TABEL 4.5	
Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	48
TABEL 4.6	
Tabel Tingkat Harapan Responden atas Sikap Simpatik Karyawan pada Nasabah.....	50
TABEL 4.7	
Tabel Penilaian Responden atas Sikap Simpatik Karyawan pada Nasabah BMT Bina Insani Pringapus.....	51
TABEL 4.8	
Tabel Tingkat Harapan Responden atas Perlakuan yang Sama pada Nasabah.....	52
TABEL 4.9	
Tabel Penilaian Pelaksanaan Responden atas Perlakuan yang Sama pada Nasabah Di BMT Bina Insani Pringapus.....	53

TABEL 4.10	
Tabel Tingkat Harapan Responden atas Perhitungan Teller yang Akurat.....	54
TABEL 4.11	
Tabel Penilaian Responden Perhitungan Teller yang Akurat pada BMT Bina Insani Pringapus.....	55
TABEL 4.12	
Tabel Tingkat Harapan Responden atas pelayanan yang cepat tanggap.....	56
TABEL 4.13	
Tabel Penilaian Responden terhadap Pelayanan yang Cepat Tanggap pada BMT Bina Insani Pringapus.....	57
TABEL 4.14	
Tabel Tingkat Harapan Responden atas Kesigapan dalam Melayani Nasabah...	58
TABEL 4.15	
Tabel Penilaian Responden atas Kesigapan dalam Melayani Nasabah Pada BMT Bina Insani Pringapus.....	59
TABEL 4.16	
Tabel Tingkat Harapan Responden atas Cepat Tanggap dalam Mengani Keluhan Nasabah.....	60
TABEL 4.17	
Tabel Penilaian Responden atas Cepat Tanggap dalam Menangani Keluhan Nasabah Pada BMT Bina Insani Pringapus.....	61
TABEL 4.18	
Tabel Tingkat Harapan Responden atas Keramahtamahan pada Nasabah.....	63

TABEL 4.19	
Tabel Penilaian Responden atas Keramahtamahan pada Nasabah di BMT Bina Insani Pringapus.....	64
TABEL 4.20	
Tabel Tingkat Harapan Responden atas Pengetahuan akan Produk.....	65
TABEL 4.21	
Tabel Penilaian Responden atas Pengetahuan Karyawan akan Produk yang ada pada BMT Bina Insani Pringapus.....	66
TABEL 4.22	
Tabel Tingkat Harapan Responden atas Kesopanan Karyawan pada Nasabah.....	67
TABEL 4.23	
Tabel Penilaian Responden atas Kesopanan Karyawan pada Nasabah BMT Bina Insani Pringapus.....	68
TABEL 4.26	
Tabel Tingkat Harapan Responden atas kemudahan nasabah untuk menghubungi BMT Bina Insani Pringapus.....	70
TABEL 4.27	
Tabel Penilaian Responden atas kemudahan nasabah untuk menghubungi BMT Bina Insani Pringapus.....	71
TABEL 4.28	
Tabel Tingkat Harapan Responden atas Keterampilan Karyawan dalam Berkomunikasi dengan Nasabah.....	72



TABEL 4.29

Tabel Penilaian Responden atas Keterampilan Karyawan dalam Berkomunikasi dengan Nasabah pada Bina Insani Pringapus.....73

TABEL 4.30

Tabel Tingkat Harapan Responden atas ketersediaan uang sesuai dengan kebutuhan Nasabah.....74

TABEL 4.31

Tabel Penilaian Responden atas ketersediaan uang sesuai dengan kebutuhan nasabah pada BMT Bina Insani Pringapus.....75

TABEL 4.32

Tabel Tingkat Harapan Responden atas Ketersediaan Tempat Parkir.....76

TABEL 4.33

Tabel Penilaian Responden atas Ketersediaan Tempat Parkir pada BMT Bina Insani Pringapus.....77

TABEL 4.34

Tabel Tingkat Harapan Responden atas Kebersihan Ruangan.....78

TABEL 4.35

Tabel Penilaian Responden atas Kebersihan Ruangan BMT Bina Insani Pringapus.....79

TABEL 4.36

Tabel Tingkat Harapan Responden atas Kerapihan Ruangan.....80

TABEL 4.37

Tabel Penilaian Responden atas Kerapihan Ruangan BMT Bina Insani Pringapus...81

TABEL 4.38	
Tabel Tingkat Harapan Responden atas Kenyamanan Ruangan.....	82
TABEL 4.39	
Tabel Penilaian Responden atas Kenyamanan Ruangan BMT Bina Insani Pringapus.....	83
TABEL 5.40	
Tabel Tingkat Harapan Responden atas Penampilan Karyawan yang Rapih dan Menarik.....	84
TABEL 4.41	
Tabel Penilaian Responden atas Penampilan Karyawan yang Rapih dan Menarik pada BMT Bina Insani Pringapus.....	85
Tabel 4.44	
Tabel Rincian Tingkat Kepuasan nasabah atas Indikator-Indikator yang Diteliti.....	86
Tabel 4.45	
Perhitungan Rata-rata dari Tingkat Harapan dan Penilaian Pelaksanaan.....	89

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Perbankan Syari'ah adalah salah satu bukti perkembangan dalam dunia perbankan dan sudah tidak asing lagi ditelinga masyarakat Indonesia maupun masyarakat dunia. Kehadiran Bank Syari'ah di harapkan mampu menjawab persoalan-persoalan yang tidak bisa di atasi oleh bank konvensional dan dapat dijadikan alternatif menuju sistem perbankan yang mengutamakan keadilan dan kemaslahatan bersama. Perbankan Syari'ah merupakan lembaga keuangan yang operasional dan produknya di kembangkan berdasarkan pada Al-Quran dan Hadist Nabi SAW<sup>1</sup> . Bank Syari'ah dalam menjalankan bisnisnya tidak mengandalkan pada pengambilan bunga melainkan dengan bagi hasil.

Sebagai lembaga intermediasi<sup>2</sup> , Bank Syari'ah mempunyai fungsi yang sama dengan bank konvensional yaitu sebagai lembaga yang usahanya bergerak dalam bidang penyimpanan dan penyaluran dana masyarakat. Dalam menjalankan operasionalnya, baik perbankan Syari'ah maupun perbankan konvensional memiliki persamaan maupun perbedaan. dalam hal tertentu bank syari'ah mempunyai dewan komisaris dan dewan direksi sebagai mana yang

---

<sup>1</sup> Muhammad, *manajemen pembiayaan bank syari'ah*, upp AMP YKPN Yogyakarta 2005. hlm. 1

<sup>2</sup> Intermediasi adalah lembaga pelantara antara satuan-satuan kelompok masyarakat atau unit-unit ekonomi yang mengalami kelebihan dana (surplus unit) dengan unit-unit lain yang mengalami kekurangan dana (defisit unit).

terdapat pada bank konvensional, tetapi perbedaan yang sangat menonjol adalah keharusan terdapatnya dewan pengawas syari'ah yang bertugas mengawasi operasional bank dan produk-produk yang dikeluarkan agar sesuai dengan landasan syari'ah.

Dewan Pengawas Syari'ah diletakkan pada posisi setingkat dengan Dewan Komisaris, ini bertujuan untuk menjamin efektifitas dari setiap opini yang diberikan. Penetapan anggota Dewan Pengawas Syari'ah harus atas rekomendasi dari Dewan Syari'ah Nasional.

Perbedaan lain yang sangat menonjol antara bank konvensional dengan bank syari'ah adalah terdapatnya akad yang dibenarkan oleh syari'ah dalam setiap transaksi yang dilakukan oleh bank syari'ah. Dengan demikian semua transaksi itu harus mengikuti kaidah atau aturan-aturan yang berlaku pada akad-akad muamalah syari'ah. Dengan adanya akad yang diterapkan di bank syari'ah akan memperjelas porsi pembagian dari keuntungan yang diperoleh. Misalnya, dalam akad pembiayaan *mudharabah* pihak bank dengan nasabah akan menentukan porsi bagi hasil dari keuntungan pembiayaan di awal perjanjian, kalau keuntungan dari pembiayaan naik bagi hasilnya pun ikut naik. Sebaliknya, kalau pembiayaan itu mengalami kerugian, kerugian itu akan ditanggung bersama oleh nasabah dan bank syari'ah. Lain halnya dengan bank konvensional penentuan bunga tidak didasarkan pada keuntungan yang diperoleh oleh nasabah. Nasabah akan membayar bunga tetap sesuai dengan perjanjian meskipun pembiayaan yang diajukan mengalami kerugian.

Dan pada era globalisasi sekarang ini persaingan dalam dunia perbankan atau lembaga keuangan menjadi sangat tajam, begitu pula yang terjadi di Indonesia sekarang ini. Lembaga- lembaga keuangan berusaha untuk memenangkan persaingan dengan memberikan hal yang terbaik bagi para nasabahnya. Lembaga- lembaga keuangan melakukan beberapa hal untuk memenangkan persaingan, misalnya dengan memberikan penawaran-penawaran produk khusus untuk nasabahnya, lokasi kantor pelayanan yang strategis, produk-produk yang sesuai dengan permintaan pasar, tempat yang nyaman, pelayanan yang baik agar nasabahnya merasa puas. Hal itu pula yang dilakukan BMT BINA INSANI untuk memenangkan persaingan di tengah-tengah maraknya lembaga-lembaga keuangan yang bermunculan dan tumbuh di tengah-tengah masyarakat kita.

Salah satu hal yang dilakukan oleh BMT BINA INSANI untuk memberikan kepuasan kepada nasabahnya adalah dengan memberikan pelayan yang terbaik untuk nasabahnya. Pelayanan yang berkualitas yang diberikan oleh lembaga keuangan akan memberikan dampak positif bagi lembaga tersebut. layanan yang diberikan oleh lembaga keuangan harus selalu ditingkatkan agar nasabah merasa puas terhadap apa yang diberikan oleh lembaga keuangan yang bersangkutan.

Pelayanan yang memuaskan dapat dinilai dari apa yang dirasakan nasabah, apakah pelayanan yang diberikan sudah sesuai atau belum. Dari hal tersebut kita bisa mengetahui apakah nasabah merasa puas atau tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan tersebut.

Berdasarkan hal tersebut di atas penulis tertarik untuk mengetahui dengan jelas tentang kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan BMT BINA INSANI untuk itu penulis mengambil judul “ANALISIS KEPUASAN NASABAH ATAS KUALITAS PELAYANAN DI BMT BINA INSANI”.

## **B. Perumusan Masalah**

Dengan semakin ketatnya persaingan, maka salah satu hal utama yang perlu di prioritaskan adalah kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah dapat dinilai dari kualitas pelayanan yang diberikan lembaga keuangan dan penilaian dari nasabah atas pelayanan yang telah diberikan oleh lembaga keuangan tersebut.

Masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah apakah yang diberikan oleh BMT BINA INSANI sudah memberikan kepuasan terhadap nasabahnya dan indeks kepuasan nasabah yang dilihat dari 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan yang meliputi keandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empati (empathy), dan nyata (tangibility). sehingga dengan penelitian ini kita bisa mengetahui:

1. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan yang di berikan BMT Bina Insani terhadap nasabahnya
2. Bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan pada BMT Bina Insani

### **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Sebagai arah dalam penulisan tugas akhir ini dengan judul analisis kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan pada BMT Bina Insani, maka menetapkan tujuan dan kegunaan sebagai berikut:

#### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian tugas akhir ini adalah:

- a. Mengetahui tingkat kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan yang di berikan BMT Bina Insani terhadap nasabahnya
- b. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan pada BMT Bina Insani

#### **2. Kegunaan Penulisan**

Kegunaan dari penulisan tugas akhir ini adalah

- a. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dan pengetahuan yang berhubungan dengan pelayanan dan kepuasan nasabah.

- b. Bagi lembaga keuangan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan dasar pertimbangan bagi lembaga keuangan yang bersangkutan dalam membuat kebijakan untuk meningkatkan pelayanan dalam rangka untuk memberikan kepuasan bagi para nasabahnya.

- c. Bagi fakultas

Merupakan bahan referensi dan tambahan informasi khususnya bagi mahasiswa perbankan yang sedang menyusun tugas akhir tentang

hubungan pelayanan dengan kepuasan nasabah dan mahasiswa fakultas syariah.

#### **D. Metode Penelitian**

“Metode adalah cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan”. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif dimana peneliti membahas data dan fakta-fakta yang ada yang terjadi dalam kehidupan riil.

##### **1. Populasi dan Sampling**

###### **a. Populasi**

“Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian”.<sup>3</sup> populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang menabung ataupun nasabah pembiayaan pada BMT Bina Insani sekitar 2000 orang nasabah.

###### **b. Sampling**

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti<sup>4</sup> Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*. Metode ini merupakan sampling yang memilih sampel dari orang yang mudah dijumpai atau diakses. “Accidental sampling adalah teknik sampling dengan cara memilih elemen-elemen untuk menjadi anggota sampel ditentukan dengan subjektif sekali, artinya sesuka hati saja yang kebetulan ada atau

---

<sup>3</sup> Suharsimi arikunto, *prosedur penelitian edisi revisi Iv*, Jakarta:pt. rineka cipta, 1998. hlm. 115

<sup>4</sup> *ibid*, hlm. 117



dijumpai saat penulis mengadakan penelitian”.<sup>5</sup> Untuk mencari jumlah sampel digunakan rumus Slovin<sup>6</sup>

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

dimana:

n = ukuran sampel yang menjadi subyek penelitian

N= ukuran populasi nasabah BMT Bina Insani

e= persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan. Dalam penelitian ini diambil tingkat penyimpangan 10%

Setelah dihitung maka sampel yang diambil berjumlah 95 orang nasabah.

## 2. Sumber data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari pelanggan.<sup>7</sup>

Dalam penelitian ini penulis memperoleh data primer melalui jawaban kuesioner yang disebarakan kepada nasabah BMT Bina Insani.

---

<sup>5</sup> supranto, *Metode Riset Aplikasi Dalam Pemasaran*.jakarta:rineka cipta,2003,hlm.84

<sup>6</sup> husen umar,*riset pemasaran dan perilaku konsumen*,Jakarta:PT gramedia pustaka utama,2002.hlm.146

<sup>7</sup> supranto,*pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*.jakarta:rineka cipta,1997,hlm.229

b Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh melalui data yang telah diteliti dan dikumpulkan oleh pihak lain yang berkaitan dengan masalah penelitian ini.<sup>8</sup> Yang merupakan data sekunder misalnya data tentang struktur organisasi, pembagian tugas, sejarah berdirinya perusahaan.

### 3. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu cara untuk memperoleh data atau bahan yang diperlukan dalam penyusunan tugas akhir. Metode yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Metode Kuesioner

Kuesioner adalah suatu cara pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden, dengan harapan mereka akan memberikan respon atas daftar pertanyaan tersebut.<sup>9</sup> Dalam penelitian ini penulis menyusun daftar pertanyaan-pertanyaan yang kemudian dicetak dan dibagikan kepada nasabah BMT Bina Insani untuk diisikan pendapat dari para nasabah tentang penilaian pelaksanaan BMT Bina Insani

b. Metode Interview/Wawancara

---

<sup>8</sup> supranto, *pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. jakarta: rineka cipta, 1997, hlm. 139

<sup>9</sup> Suharsimi arikunto, *prosedur penelitian edisi revisi Iv*, Jakarta: pt. rineka cipta, 1998. hlm. 145

Interview (wawancara) adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara (speaker) untuk memperoleh informasi dari terwawancara (dower).<sup>10</sup> Dalam penelitian ini penulis mewawancarai pihak-pihak yang berkepentingan untuk memberikan data yang ingin diketahui, seperti tentang gambaran umum BMT Bina Insani, struktur organisasi BMT Bina Insani dll.

c. Metode Studi Pustaka

Metode ini dilakukan dengan mencatat informasi dan membaca yang terdapat pada buku-buku literatur dari perpustakaan yang berhubungan dengan bahasan dalam penelitian ini.

#### 4. Metode Analisis Data

Dalam analisis pengumpulan data suatu instrumen atau kuesioner dikatakan baik bila memenuhi dua syarat yaitu valid dan reliabel.<sup>11</sup> Sebelum kuesioner dianalisis menjadi data, kuesioner diuji terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas.

Dalam penelitian ini untuk menguji kuisioner digunakan uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut:

a. Uji Validitas

---

<sup>10</sup> husen umar, *riset pemasaran dan prilaku konsumen*, Jakarta:PT gramedia pustaka utama, 2002. hlm, 74

<sup>11</sup> Suharsimi arikunto, *prosedur penelitian edisi revisi Iv*, Jakarta:pt. rineka cipta, 1998. hlm. 158

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Dalam hal ini penulis menggunakan kuesioner didalam pengumpulan data. Kuesioner yang digunakan hendaknya mengukur apa yang diukur.

Langkah-langkah mengukur validitas

- 1). Mengidentifikasi secara operasional suatu konsep yang akan diukur. Dalam hal ini konsep yang akan diukur adalah tentang kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan.
- 2). Melakukan uji coba pengukur tersebut pada sejumlah responden. Melakukan uji coba kepada minimal 30 orang nasabah BMT Bina Insani yang diminta untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan. Dengan jumlah minimal 30 orang ini nilainya akan mendekati kurva normal.
- 3). Mempersiapkan tabel tabulasi jawaban.
- 4). Menghitung nilai korelasi antara data pada masing-masing pertanyaan dengan skor total, memakai rumus teknik korelasi product moment, yang rumusnya seperti berikut

rumusnya sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[(n\sum X^2) - (\sum X)^2][(n\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

dimana:

$r$  = koefisien korelasi

$X$  = skor pertanyaan tiap nomor dalam kuesioner yang dibagikan pada sampel

$Y$  = skor total

$n$  = jumlah responden

Membandingkan angka korelasi ( $r$ ) yang diperoleh dengan angka kritik untuk taraf signifikansi dalam penelitian ini adalah 5%. Cara melihat angka kritik adalah dengan melihat baris  $n-2$ . Jika angka korelasi lebih besar dari angka kritik maka pertanyaan tersebut valid. Dan jika angka korelasi dibawah angka kritik maka pertanyaan dianggap tidak valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Jika kuesioner telah dinyatakan valid, maka berikutnya kuesioner tersebut diuji reliabilitasnya. "Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama".<sup>12</sup> Bila digunakan berulang kali untuk mengukur dalam kondisi yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama atau sedikit bervariasi. Berhubung gejala perilaku tidak semantap gejala keuangan, maka dalam pengukuran gejala perilaku selalu diperhitungkan untuk kesalahan pengukuran (*measurement error*). Hasil pengukuran ini merupakan kombinasi antara hasil pengukuran yang sesungguhnya (*true score*) ditambah dengan kesalahan pengukuran. Dalam hal ini pengukuran diperoleh dari hasil

---

<sup>12</sup> husen umar, *riset pemasaran dan perilaku konsumen*, Jakarta: PT Gramedia pustaka utama, 2002. hlm, 86

kuesioner yang diisi oleh responden. Secara rumusan matematik, keadaan tersebut digambarkan dalam persamaan berikut ini:

$$X_o = X_t + X_e$$

Di mana:

$X_o$  = angka yang diperoleh (*obtained score*)

$X_t$  = angka yang sebenarnya (*true score*)

$X_e$  = kesalahan pengukuran (*meassurement error*)

Makin kecil kesalahan pengukuran makin reliabel kuesioner. Sebaliknya makin besar kesalahan makin tidak reliabel kuesioner tersebut.

## 5. Alat Analisis Data

Dalam penelitian ini untuk mengetahui indeks kepuasan nasabah digunakan rumus sebagai berikut:

$$IKP = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Dimana : IKP = Indeks kepuasan nasabah

$X_i$  = Skor penilaian pelayanan BMT Bina Insani

$Y_i$  = Skor penilaian kepentingan nasabah

Dari perhitungan dengan menggunakan rumus di atas dapat diketahui puas atau tidaknya nasabah, dengan ketentuan<sup>13</sup> sebagai berikut:

- a. IKP > 100% berarti nasabah sangat puas terhadap kualitas pelayanan BMT Bina Insani.
- b. IKP 76% - 100% berarti nasabah puas terhadap kualitas pelayanan. BMT Bina Insani
- c. IKP 56% - 75% berarti nasabah cukup puas terhadap kualitas pelayanan. BMT Bina Insani
- d. IKP 40% - 55% berarti nasabah kurang puas terhadap kualitas pelayanan. BMT Bina Insani
- e. IKP 40% < 40% berarti nasabah tidak puas terhadap kualitas pelayanan. BMT Bina Insani

Untuk mengetahui sejauh mana indikator-indikator kualitas pelayanan dianggap mempengaruhi kepuasan nasabah maka data hasil kuesioner yang diisi oleh nasabah BMT Bina Insani dapat disederhanakan dengan menggunakan rumus berikut ini untuk mengetahui skor rata-rata tingkat penilaian pelayanan BMT Bina Insani dan mengetahui skor rata-rata tingkat harapan nasabah.

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

---

<sup>13</sup> Suharsimi arikunto, *prosedur penelitian edisi revisi Iv*, Jakarta:pt. rineka cipta, 1998.hlm.246

dimana:

$\bar{X}$  = skor rata-rata penilaian pelaksanaan pelayanan BMT Bina Insani

$\bar{Y}$  = skor rata-rata tingkat harapan nasabah

$n$  = jumlah responden

Selanjutnya dari hasil perhitungan rumus-rumus di atas dapat dipindahkan ke dalam suatu diagram kartesius dimana sumbu mendatar ( $X$ ) akan diisi skor tingkat pelayanan BMT Bina Insani, sedangkan sumbu tegak ( $Y$ ) akan diisi oleh skor tingkat harapan nasabah.

Untuk menentukan dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada diagram kartesius yaitu titik-titik ( $\bar{X}, \bar{Y}$ ), dimana  $\bar{X}$  (rata-rata dari rata-rata skor penilaian pelayanan BMT Bina Insani) dan  $\bar{Y}$  (rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan nasabah) diperoleh dengan menggunakan rumus

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n Xi}{K} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^n Yi}{K}$$

dimana:

$\bar{X}$  = rata-rata dari rata-rata skor penilaian pelaksanaan pelayanan  
BMT Bina Insani

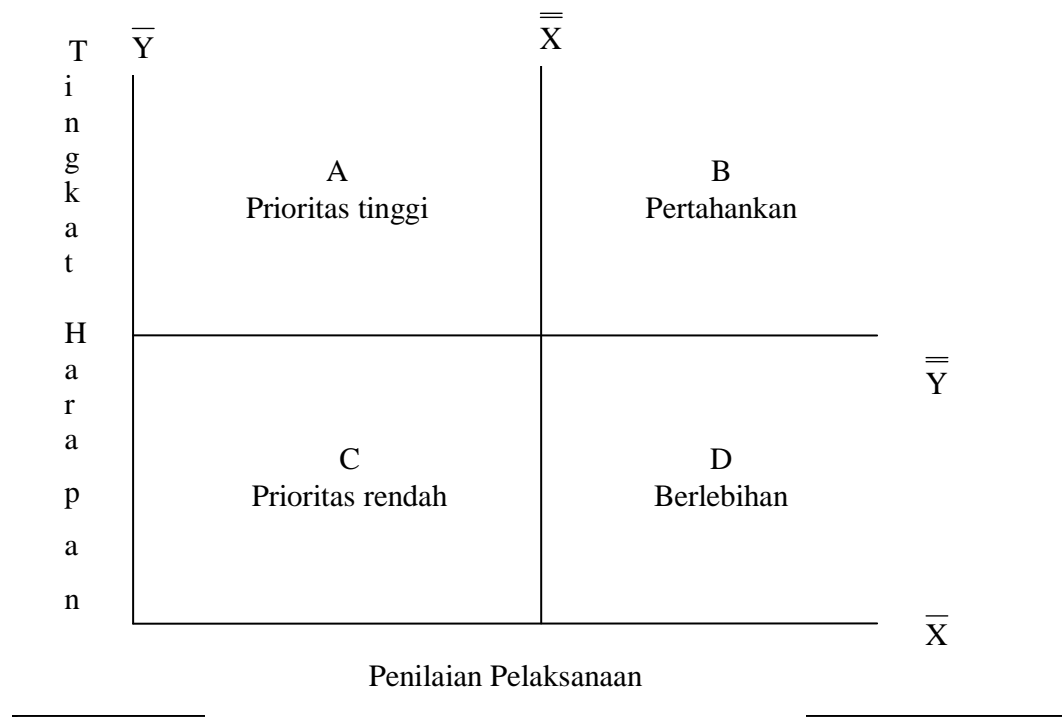
$\bar{Y}$  = rata-rata dari rata-rata skor tingkat harapan nasabah

$K$  = banyaknya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan  
nasabah



Gambar 1.1

Diagram Kartesius Perbandingan Antara Tingkat Harapan dengan  
Penilaian Pelaksanaan Pelayanan



Sumber: Supranto, J. (2003:140)

Keterangan:

Kuadran A: Kuadran ini menunjukkan elemen atau atribut jasa yang tingkat kepentingannya di atas rata-rata akan tetapi kurang mendapatkan perhatian dari pihak BMT Bina Insani sehingga tingkat pelaksanaan dibawah rata-rata, sehingga kurang memuaskan nasabah.

Kuadran B: Kuadran ini menunjukkan elemen atau atribut jasa yang dianggap oleh nasabah (di atas rata-rata) dan dilaksanakan dengan baik, pelaksanaan diatas rata-rata, sehingga nasabah merasa puas.

Kuadran C: Kuadran ini menunjukkan elemen jasa yang dilakukan dengan pas-pasan oleh pihak BMT Bina Insani dan tidak dianggap sebagai suatu yang penting oleh nasabah.

Kuadran D: Kuadran ini menunjukkan elemen jasa yang tidak begitu penting oleh nasabah yang dilaksanakan sangat baik oleh pihak BMT Bina Insani sebagai suatu yang mungkin sangat berlebihan

## **6. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Dalam penelitian ini digunakan variable penelitian dan definisi operasionel sebagai berikut:

### **a. Variabel Penelitian**

Variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Adapun variabel bebas adalah kualitas pelayanan sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan nasabah.

## **b. Definisi dan Operasional Variabel**

### 1) Variabel Kualitas Pelayanan

Untuk mengukur kepuasan pelayanan terhadap kualitas pelayanan maka perlu diketahui 5 (lima) dimensi pelayanan. Adapun 5 (lima) dimensi pelayanan menurut Zeithaml dan MJ. Bitner dalam buku Umar Husein yaitu:

- a) Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang ditawarkan. Pelaksanaan harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua nasabah BMT Bina Insani tanpa adanya kesalahan, bersikap simpatik pada nasabah dan dengan akurasi yang tinggi.
- b) Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu respon karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani nasabah, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan atas keluhan nasabah.
- c) Keyakinan (*Assurance*) yaitu kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi

pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

- d) Empati (*Emphaty*) yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti kemudahan untuk menghubungi lembaga keuangan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah, dan usaha lembaga keuangan untuk memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.
- e) Berujud (*Tangibles*) yaitu misalnya meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan.

## 2) Variabel Kepuasan Nasabah

Kepuasan pelanggan (nasabah) menurut Oliver (1997) didefinisikan sebagai “evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian”.<sup>14</sup>

Dalam penelitian ini untuk mengukur kepuasan nasabah digunakan indikator-indikator sebagai berikut:

- a) Kepuasan nasabah terhadap Keandalan
- b) Kepuasan nasabah terhadap Daya Tanggap

---

<sup>14</sup> husen umar, *riset pemasaran dan perilaku konsumen*, Jakarta: PT Gramedia pustaka utama, 2002. hlm, 14

- c) Kepuasan nasabah terhadap Keyakinan
- d) Kepuasan nasabah terhadap Empati
- e) Kepuasan nasabah terhadap Berjud (bukti fisik)

## **7. Skala Pengukuran Data**

Untuk mengukur kepuasan nasabah terhadap variabel-variabel yang dilihat dari 5 (lima) dimensi pelayanan maka digunakan kuesioner untuk mengukurnya.

Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert dengan kategori 4 (empat) jawaban. Responden diminta mengisi dalam skala ordinal.

Skala yang digunakan untuk tanggapan responden terhadap dimensi kualitas pelayanan adalah:

- a. Sangat baik diberi bobot 4
- b. Baik diberi bobot 3
- c. Tidak baik diberi bobot 2
- d. Sangat tidak baik di beri bobot 1

Skala yang digunakan untuk tanggapan terhadap kepuasan dimensi kualitas pelayanan adalah:

- a. Sangat puas diberi bobot 4

- b. Puas diberi bobot 3
- c. Tidak puas diberi bobot 2
- d. Sangat tidak baik diberi bobot 1
- e. Sangat tidak baik diberi bobot

## **8. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, tujuan, kegunaan, metodologi dan sistematika penulisan.

### **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini akan dibahas mengenai teori-teori yang melandasi penulisan Tugas Akhir ini serta langkah-langkah teoritis yang akan digunakan untuk memecahkan permasalahan dan Hipotesis.

### **BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Bab ini akan dibahas tentang gambaran mengenai sejarah berdirinya, tahap-tahap perkembangan, lokasi, struktur organisasi dan jumlah karyawan BMT Bina Insani.

### **BAB IV PEMBAHASAN**

Bab ini membahas tentang kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan dan membahas tentang tanggapan nasabah mengenai pelayanan yang diberikan oleh BMT Bina Insani.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini membahas tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran sebagai bahan pertimbangan untuk BMT Bina Insani maupun penelitian yang akan datang.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi.<sup>15</sup>

#### **A. Kualitas Pelayanan**

”Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten”.<sup>16</sup>

##### **1. Dimensi Kualitas**

Menurut Sviokla dari segi biaya<sup>17</sup>, kualitas memiliki delapan dimensi yang terdiri dari:

---

<sup>15</sup> basu swastha irawan, *manajemen pemasaran modern*, yogyakarta: liberty, 1993, hlm.8

<sup>16</sup> rambat lupiyoadi, *manajemen pemasaran jasa*, Jakarta: salemba empat, 2001, hlm.144

<sup>17</sup> rambat lupiyoadi, *manajemen pemasaran jasa*, Jakarta: salemba empat, 2001, hlm.146



- a. Kinerja (*Performance*). Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek individu.
- b. Keragaman produk (*Features*). Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk.
- c. Keandalan (*Reliability*). Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (*malfunction*) pada suatu periode.
- d. Kesesuaian (*Conformance*). Dimensi lain yang berhubungan dengan kualitas adalah kesesuaian produk dengan standar.
- e. Daya tahan (*Durability*). Ukuran suatu produk meliputi segi ekonomis.
- f. Kemampuan pelayanan (*Serviceability*). Kemampuan pelayan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki
- g. Estetika (*Aesthetics*). Merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif. Estetika dilihat melalui bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen (nasabah).
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived quality*). Konsumen (nasabah) tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk dan jasa.

## 2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Parasuraman (1998) berpendapat "kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan atas layanan yang mereka terima/peroleh"<sup>18</sup>.

Untuk mengukur kepuasan pelayanan terhadap kualitas pelayanan maka perlu diketahui 5 (lima) dimensi pelayanan. Adapun 5 (lima) dimensi pelayanan menurut Zeithaml dan MJ. Bitner dalam buku Umar Husein yaitu:

- 1) Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang ditawarkan. Pelaksanaan harus sesuai dengan harapan nasabah yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua nasabah BMT Bina Insani tanpa adanya kesalahan, bersikap simpatik pada nasabah dan dengan akurasi yang tinggi
- 2) Daya Tanggap (*Responsiveness*) yaitu respon karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani nasabah, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan atas keluhan nasabah.

---

<sup>18</sup> rambat lupiyoadi, *manajemen pemasaran jasa*, Jakarta: salemba empat, 2001, hlm. 148

- 3) Keyakinan (*Assurance*) yaitu kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas keramahtamahan, perhatian dan kesopanan dalam memberi pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi, kemampuan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan, dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan yang bersangkutan.
- 4) Empati (*Empathy*) yaitu perhatian secara individual yang diberikan lembaga keuangan kepada nasabah seperti kemudahan untuk menghubungi lembaga keuangan yang bersangkutan, kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah, dan usaha lembaga keuangan untuk memahami keinginan dan kebutuhan nasabah.
- 5) Berwujud (*Tangibles*) yaitu misalnya meliputi penampilan fasilitas fisik seperti gedung, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan.

### **3. Kesenjangan (Gap) yang Menyebabkan Adanya Perbedaan Persepsi Kualitas Pelayanan**

Kesenjangan (Gap) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

- a. Gap Persepsi Manajemen

Yaitu adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Hal ini terjadi karena kurang interaksi antara manajemen dengan nasabah, terlalu banyaknya tingkatan manajemen, komunikasi antara atasan dan bawahan kurang memadai

b. Gap Spesifikasi Kualitas

Kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi pengguna jasa. Terjadi karena tidak adanya standarisasi tugas, tidak ada tujuan.

c. Gap Penyampaian Pelayanan

Yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*). Terjadi karena adanya ambiguitas peran, konflik peran, teamwork, perceived control, kesesuaian pegawai dengan tugas yang harus dikerjakan, dan sistem pengendalian atasan.

d. Gap Komunikasi Pemasaran

Yaitu kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Terjadi karena tidak memadainya komunikasi horizontal, adanya janji yang berlebihan.

e. Gap dalam Pelayanan yang Dirasakan

Yaitu perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang diharapkan oleh nasabah. Jika apa yang dirasakan dengan apa yang diharapkan akan

menghasilkan sesuatu yang positif bagi citra lembaga keuangan tetapi sebaliknya jika yang dirasakan tidak sesuai dengan yang diharapkan akan menimbulkan dampak negatif bagi lembaga keuangan.

## **B. Kepuasan Nasabah**

Kotler (1997) berpendapat "kepuasan adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan diharapkan".<sup>19</sup>

"nasabah adalah seseorang yang secara kontinu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama (lembaga keuangan) untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa".

### **1. Pencapaian Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan**

Menurut Kotler (1997) pencapaian kepuasan nasabah melalui kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:<sup>20</sup>

- a. Memperkecil kesenjangan-kesenjangan yang terjadi antara pihak manajemen dan nasabah

---

<sup>19</sup> rambat lupiyoadi, *manajemen pemasaran jasa*, Jakarta: salemba empat, 2001, hlm. 158

<sup>20</sup> rambat lupiyoadi, *manajemen pemasaran jasa*, Jakarta: salemba empat, 2001, hlm. 158

- b. Lembaga keuangan harus mampu membangun komitmen bersama untuk menciptakan visi didalam perbaikan proses pelayanan
- c. Memberikan kesempatan kepada nasabah untuk menyampaikan keluhan
- d. Mengembangkan dan menerapkan accountable, proactive, dan partnership marketing pemasaran.

## 2. Metode Pengukuran Kepuasan Nasabah

Kotler, et al., (1996) mengidentifikasikan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan (nasabah) yaitu :<sup>21</sup>

### a. Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pelanggan (*customer oriented*) memberikan kesempatan yang luas kepada para nasabahnya untu menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Organisasi menyediakan media untuk menyalurkan saran, pendapat dan keluhan merek seperti kotak saran, saluran telepon khusus bebas pulsa, dll. Akan tetapi karena metode ini bersifat pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan atau ketidakpuasan nasabah.

### b. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk mengetahui kepuasan nasabah adalah dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau

---

<sup>21</sup> fandy tjiptono, *strategi pemasaran edisi II*, yogyakarta: ANDI, 1998, hlm.34

bersikap sebagai nasabah lembaga keuangan lain. Kemudian mereka melaporkan hasil pengamatan mereka terhadap lembaga keuangan pesaing mengenai kelemahan dan kekuatan pesaing seperti cara mereka untuk menangan keluhan, melayani permintaan, dll.

c. *Lost Customer Analysis*

Lembaga keuangan menghubungi nasabah yang telah berhenti yang telah pindah lembaga keuangan untuk memperoleh informasi mengapa hal itu bisa terjadi dan supaya bisa memperbaiki untuk selanjutnya

d. Survei Kepuasan Nasabah

Melalui survei lembaga keuangan akan mengetahui tanggapan dan umpan balik secara langsung dari nasabah terhadap kinerja lembaga keuangan agar lembaga keuangan mengetahui apakah selama ini kinerja yang sudah dilakukan lembaga keuangan sudah memuaskan atau belum. Dan dengan survei kepuasan nasabah juga dapat memberikan tanda positif bahwa lembaga keuangan menaruh perhatian kepada nasabahnya.

### **3. Teknik Pengukuran Kepuasan Nasabah**

Metode survei kepuasan nasabah dapat menggunakan pengukuran dengan cara sebagai berikut:

- a. Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan skala puas, tidak puas, sangat puas, sangat tidak puas.

- b. Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mereka mengharapkan suatu hal dan seberapa besar hal yang mereka rasakan.
- c. Responden diminta untuk menuliskan masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari lembaga keuangan dan perbaikan yang mereka sarankan untuk lembaga keuangan.
- d. Responden diminta untuk meranking atribut dari penawaran lembaga keuangan berdasarkan derajat pentingnya setiap atribut dan seberapa baik kinerja lembaga keuangan.

#### **4. Strategi Kepuasan Nasabah**

Ada 2 (dua) strategi dalam bisnis yaitu strategi ofensif dan strategi defensif. Pada umumnya suatu lembaga keuangan menggunakan kombinasi antara kedua strategi tersebut. Strategi ofensif terutama ditujukan untuk memperoleh nasabah baru, apabila lembaga keuangan hanya memperhatikan strategi ofensif saja maka kelangsungan hidup dari perusahaan tersebut dapat terancam, maka perusahaan harus memperhatikan juga strategi defensifnya yaitu ada 2 (dua) strategi defensif yaitu:

- a. Strategi Pembentukan Rintangan Pengalihan

Dalam hal ini perusahaan membentuk suatu rintangan pengalihan pada nasabah sehingga nasabah merasa rugi, enggan untuk mengeluarkan biaya



bila berganti lembaga keuangan. Rintangannya bisa berupa biaya transaksi, potongan harga khusus bagi nasabah yang loyal.

b. Strategi Kepuasan Nasabah

Strategi ini menyebabkan para pesaing harus berusaha keras dan memerlukan biaya yang tinggi untuk merebut nasabah sebuah lembaga keuangan.

Ada beberapa strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan nasabah yaitu

1. Strategi pemasaran berupa relation marketing, yaitu strategi di mana transaksi pertukaran antara lembaga keuangan dan calon nasabah yang berkelanjutan. Dijalin hubungan kemitraan dengan nasabah.
2. *Strategy superior customer service*, yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik kepada nasabah. Hal ini membutuhkan biaya yang tinggi, kemampuan sumber daya manusia yang baik dan usaha yang gigih agar tercipta pelayanan yang superior, akan tetapi biasanya lembaga keuangan yang menggunakan strategi ini akan membebankan harga yang lebih mahal pada produk-produknya.
3. *Strategy unconditional guarantees*. Strategi ini berintikan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah yang akan menjadi penyempurnaan mutu pada produk/jasa dan kinerja lembaga keuangan. Garansi ini digunakan untuk

mengurangi risiko kerugian pada nasabah. Fungsi utama garansi adalah untuk mengurangi risiko nasabah sebelum dan sesudah memakai jasa, sekaligus memaksa lembaga keuangan tersebut untuk memberikan yang terbaik dan meraih loyalitas nasabah. Ada 2 (dua) bentuk garansi, yaitu:

- a. Garansi internal, yaitu janji yang dibuat oleh suatu departemen atau divisi kepada nasabah internalnya. Contohnya jaminan dari divisi transportasi untuk mengantarkan jasa pada divisi lainnya tepat pada waktunya
- b. Garansi external, yaitu jaminan yang dibuat oleh lembaga keuangan kepada para nasabah externalnya, yakni orang yang menggunakan jasa lembaga keuangan. Contohnya jaminan ganti rugi bila jasa tidak sesuai dengan yang ditawarkan, dll.

#### 4. Strategi Penanganan Keluhan yang Efisien

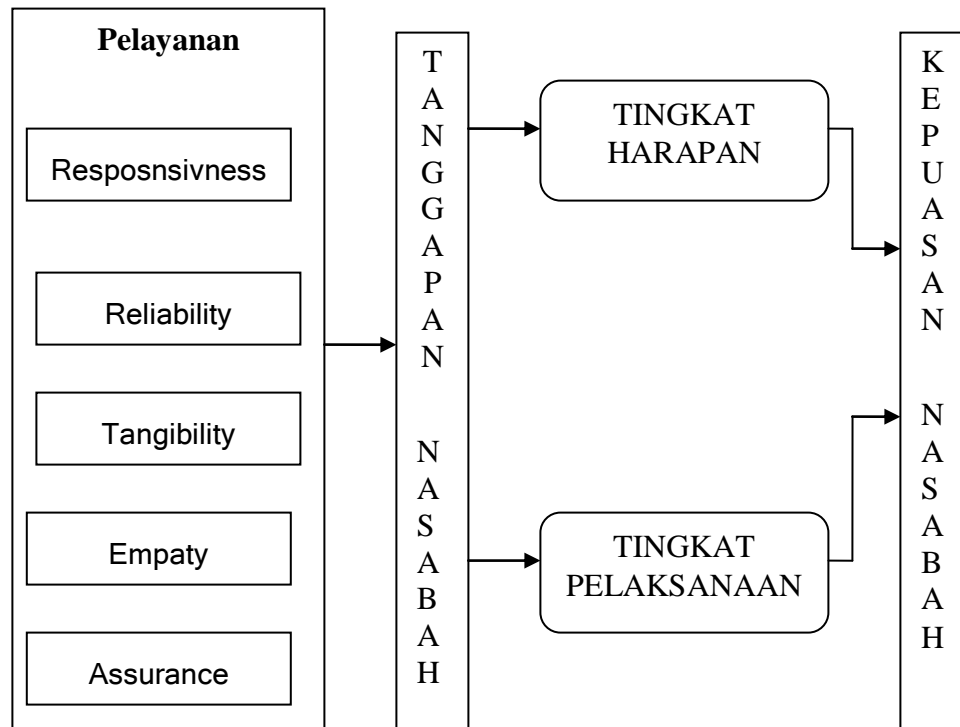
Strategi ini bisa mengubah nasabah yang tidak puas menjadi nasabah yang puas. Ada empat aspek dalam menangani keluhan, yaitu:

- a) Empati terhadap nasabah yang marah, yaitu dengan mendengarkan semua keluhan dan berusaha untuk memahami mereka. Dengan demikian permasalahan menjadi jelas dan pemecahannya bisa diupayakan bersama
- b) Kecepatan dalam penanganan keluhan, apabila keluhan ditangani dengan cepat maka nasabah akan menjadi nasabah lembaga keuangan kembali maka dari itu keluhan harus ditangani dengan cepat.

- c) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan, lembaga keuangan harus memperhatikan kewajaran dalam hal biaya agar kedua belah pihak sama-sama diuntungkan.
  - d) Kemudahan nasabah untuk menghubungi lembaga keuangan, sangat dibutuhkan adanya komunikasi yang mudah dan tidak mahal untuk menyampaikan komentar, kritik dan saran bagi lembaga keuangan.
- 5) Strategi Peningkatan Kinerja lembaga keuangan, seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan nasabah.
- 6) Strategi *Quality Function Deployment* (QFD), yaitu praktik untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan nasabah.

## 2) Kerangka Teori

### Analisis Kepuasan nasabah Terhadap Pelayanan Pada BMT BINA INSANI pringapus



Sumber: Zeithaml, Valarie A. Leonard, Berry, and A. Parasuraman. April 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. Journal of Marketing dalam Supranto, J. (2003:400)

#### Keterangan:

Dalam penelitian ini untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah BMT Bina Insani akan dilihat melalui 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan yang meliputi *Responsiveness*, *Reliability*, *Tangibility*, *Empathy*, *Assurance* melalui kuesioner yang diisi oleh responden yaitu nasabah BMT Bina Insani dari

jawaban hasil kuesioner tersebut diperoleh tanggapan dari nasabah tentang penilaian pelayanan yang sudah dilakukan oleh BMT Bina Insani dan tentang tingkat harapan dari nasabah apakah nasabah merasa puas atau tidak puas terhadap tingkat pelaksanaan pelayanan BMT Bina Insani dan tingkat harapan dari nasabah.

### C. HIPOTESIS

Hipotesis menurut tata bahasa berarti suatu pernyataan yang kedudukannya belum sekuat proposisi atau dalil. menurut pola umum metode ilmiah, setiap penelitian terhadap suatu objek hendaknya di bawah tuntunan suatu hipotesis, yang berfungsi sebagai pegangan sementara suatu jawaban sementara yang masih harus di buktikan kebenarannya di dalam kenyataan (*empirical verification*), percobaan (*experimentation*) atau praktek (*implementation*).<sup>22</sup>

Ada berbagai pendekatan untuk meninjau atau meneliti masalah dalam penelitian ini, salah satunya ialah pendekatan dari segi ilmu pemasaran dan perilaku konsumen. Oleh karena itu, pengertian, metode, asas-asas dan sebagainya perlu didekati dengan menggunakan ilmu pemasaran dan perilaku konsumen. Dari pengertian-pengertian ilmu pemasaran perilaku konsumen dipilih beberapa konsep yang di pandang paling bersangkutan paut dengan tingkat

---

<sup>22</sup> husen umar, *riset pemasaran dan prilaku konsumen*, Jakarta: PT Gramedia pustaka utama, 2002. hlm, 80

kepuasan nasabah. Konsep pilihan ini disebut variabel terikat. Sedangkan untuk variabel bebasnya adalah kualitas pelayanan BMT BINA INSANI. selanjutnya, dari studi pendahuluan dapat dikemukakan hal-hal seperti berikut ini.

Dari apa yang telah dilihat peneliti selama magang di BMT BINA INSANI diperoleh petunjuk bahwa kualitas pelayanan yang diberikan ternyata sudah cukup memenuhi harapan nasabah.

Dalam penelitian ini dapat ditarik hipotesis sebagai berikut:

Tingkat harapan nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh bmt bina insani sudah cukup memuaskan.

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM BMT BINA INSANI PRINGAPUS**

#### **A. Sejarah Berdirinya Koperasi Syari'ah Bina Insani Pringapus**

Kecamatan Pringapus merupakan wilayah kecamatan baru yaitu pemekaran dari kecamatan Klepu karena perkembangannya di bagi menjadi dua wilayah yaitu: kecamatan Bergas dan kecamatan Pringapus. Sebagai wilayah baru dengan krisis ekonomi yang melanda Indonesia, masalah usaha ekonomi pengusaha bawah di wilayah Pringapus adalah keterbatasan dan kemampuan managerial yang kurang, hal ini sebenarnya dapat diatasi dengan menjamurnya lembaga keuangan yang sudah merambah di Pringapus yaitu adanya BRI unit Desa, BKK dengan unit kelilingnya maupun lembaga keuangan yang lain, namun kenyataannya fasilitas yang diberikan kurang bisa menembus dan menyentuh golongan pengusaha kecil kebawah. Hal tersebut disebabkan sistem dan mekanisme operasional perbankan harus melalui persyaratan administrasi yang rumit atau sulit dipenuhi oleh pengusaha kebawah sehingga walaupun ada yang mendapatkan kucuran dana tidak disertai dengan bimbingan dan pengawasan bisa berakibat usaha yang tidak berhasil tetapi sebaliknya pengusaha justru menjadi terbebani dengan kewajiban pengembalian dana pokok dan bunga dari pinjaman tersebut.

Disisi lain, masih banyak umat Islam yang enggan berhubungan dengan perbankan karena ada persepsi yang kuat bahwa bunga bank tersebut sama dengan riba yang diharamkan oleh syari'at Islam.

Berangkat dari pemikiran diatas, sekelompok masyarakat yang mencoba peduli membentuk sebuah kelompok swadaya masyarakat Bina Insani yang menampung dan merangkul semua kelompok dan golongan yang ada di Pringapus yang diharapkan dengan usaha ini pengusaha kecil yang tidak mampu berhubungan dunia bank dan lembaga keuangan lain merasa terpanggil untuk berkoneksi dengan Bina Insani untuk memajukan kualitas kehidupannya.

Seiring dengan permasalahan dan krisis ekonomi yang memberikan dampak yang buruk bagi kondisi tenaga kerja sehingga meninggikan pengangguran, Depnaker membuka proyek penanggulangan pekerja terampil (proyek P3T Depnaker Kab. Semarang), sehingga dirintislah sebuah lembaga keuangan syari'ah Bina Insani dengan memanfaatkan program pemerintahan tersebut, alhamdulillah konsep pemberdayaan sumber daya manusia lingkungan pun dapat terwujud.

## **B. Gambaran Umum Keberadaan Koperasi Syari'ah BMT Bina Insani Pringapus.**

### **a. Pengertian**

Baitul Maal wat Tamwil Bina Insani adalah kelompok usaha masyarakat Kecamatan Pringapus yang bermisi memberdayakan pengusaha menengah ke bawah dengan menerapkan prinsip syari'at Islam.

### **b. Tujuan dan Sasaran**

Tujuan:



1. Menyelamatkan kelompok-kelompok usaha lapisan masyarakat menengah ke bawah dari situasi krisis ekonomi.
2. Menambah modal kerja bagi masyarakat lapisan bawah
3. mengembangkan kelompok usaha masyarakat agar lebih produktif.

Sasaran:

1. Tersedianya dana bagi permodalan anggota kelompok
2. Menghimpun dan menyalurkan kepada anggotanya yang melaksanakan aktivitas usaha yang produktif/prospektif.
3. berkembangnya lembaga keuangan yang dapat memberikan pelayanan pinjaman kepada anggota-anggotanya yang melaksanakan usaha untuk modal kerja dengan prosedur yang mudah dan murah.
4. Mendidik kelompok masyarakat dan anggotanya untuk mampu berkoneksi terhadap perbankan.

**c. Badan Hukum dan Struktur Lembaga Keuangan Syari'ah BMT Bina Insani Pringapus.**

Berangkat dari semangat bahwa BMT Bina Insani adalah milik masyarakat Pringapus, bukan milik perorangan, golongan dan kelompok tertentu, BMT Bina Insani memilih badan koperasi, dengan legal formal koperasi semua anggota masyarakat dari semua kelompok golongan dan politik dapat menjadi anggota BMT Bina Insani.

BMT Bina Insani mendapatkan akte pendirian koperasi No: 055/BH/KDK.II.I/III/1999 tanggal 15 Maret 1999.

Struktur Lembaga BMT Bina Insani

Pelindung	: Bapak Camat Pringapus
Penasehat	: K.H. Nur Hasan Ibrahim Sudarto TW, BA H. Budi Utomo H. Mardi HP
Pengurus	:
Ketua	: Syaeri Idris
Sekretaris	: Bayu Sapta Adi Nugroho
Bendahara	: Sumeri
Badan Pengawas	:
Ketua	: Mahmudi
Anggota	: Rohmijati Dzahwan Sholeh, BA
Badan Pengelola	:
Manajer	: Rike Candia Puska, A.Md
Pembiayaan	: Heri Natoil, S.Ag
Pemasaran	: Drs. Nur Budiarmo Ali Mansur Nur Annas Mundzirin
Pembukuan	: Budi Kurniasi, S.E
Teller	: Aini Fuaidiyah, S.Hi
Sektor Riel	: Khoeruddin

#### **d. Unit-unit Usaha Koperasi Syari'ah BMT Bina Insani Pringapus**

Dalam rangka mencapai tujuan lembaga, BMT Bina Insani menyelenggarakan kegiatan usaha:

1. Sebagai Baitul Maal, BMT Bina Insani menerima dana yang berasal dari Zakat, Infaq, Shodaqah, Wakaf, Hibah atau dana sosial lainnya dan menyalurkannya kepada yang berhak dalam bentuk santunan atau pinjaman kebajikan (qardhul hasan).
2. Menghimpun dana dari anggota/ calon anggota dalam bentuk simpanan yang meliputi:
  - a) Tabungan berdasarkan prinsip wadiah atau mudharabah
  - b) Deposito berjangka berdasarkan prinsip mudharabah
  - c) Bentuk lainnya yang menggunakan prinsip wadiah atau mudharabah

Produk Simpanan BMT Bina Insani saat ini:

- a) Sirela (Simpanan Sukarela Lancar)
  - 1) Si Suka (Simpanan Sukarela Berjangka /Deposito BMT)
  - b) Sim Pel (Simpanan Pelajar)
  - c) Si Suqur (Simpanan Idul Qurban)
  - d) Simpanan Amanah (Dana Maal)
3. Kegiatan Usaha Simpan Pinjam Berdasarkan Syari'ah
  - a) Transaksi jual beli berdasarkan prinsip:
    - Murabahah
    - Istishna
    - Ijarah

- Salam
  - Jual beli lainnya
- b) Pembiayaan bagi hasil berdasarkan prinsip:
- Mudharabah
  - Musyarakah
  - Bagi hasil lainnya
- c) Pembiayaan lainnya berdasarkan prinsip:
- Rahn
  - Qardh

Sehingga konsep penerapan syari'ah dalam kegiatan ini adalah:

BMT Bina Insani sebagai mudhabah dalam bertransaksi menyalurkan pembiayaan sekaligus sebagai shahibul mall dalam transaksi menyalurkan pembiayaan.

4. Kegiatan Waserda untuk melayani anggota dan masyarakat sekitarnya.  
Diharapkan dengan tereralisasinya unit usaha ini lembaga dapat memberikan pelayanan penyediaan bahan kebutuhan pokok bagi anggota-anggotanya.
5. Mengadakan kerjasama antara koperasi dan lembaga/instansi lain termasuk dunia perbankan.

#### **e. Badan Hukum**

BMT Bina Insani merupakan lembaga resmi yang bernaung di bawah Departemen Koperasi sebagai Koperasi Serba Usaha (KSU) dengan no. Badan Hukum: 055/BH/KDK.II.I/III/1999

- Tanda Daftar Perusahaan (TDP) : No. 111726500226
- Surat Ijin Usaha Perdagangan : No 503/003/PB/II/2005
- NPWP : No. 02.253.299.8-505.000
- HO : No. 503/02/2005

**f. Sistem Pembinaan**

Pinbuk (Pusat Inkubasi Bisnis Usaha Kecil) adalah lembaga yang ikut membidani kelahiran BMT di seluruh Indonesia dan berperan sebagai pembinanya sehingga berkewajiban mengupayakan BMT beroperasi secara profesional, berproduktifitas tinggi, berkelanjutan dan sehat.

BMT Bina Insani yang berkekuatan hukum koperasi maka pembinaan koperasi merupakan wewenang dan tanggungjawab pemerintah, dimana pemerintah menciptakan dan mengembangkan iklim dan kondisi yang mendorong pertumbuhan dan permasyarakatan koperasi, oleh karena itu pemerintah memberikan bimbingan kemudahan dan perlindungan kepada koperasi.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

Untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah pada BMT Bina Insani Pringapus, terlebih dahulu dilakukan pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan berupa kuesioner yang dibagikan kepada nasabah Bmt Bina Insani Pringapus. Kuesioner ini meliputi identitas responden, tingkat kepentingan serta penilaian pelaksanaan pelayanan Bmt Bina Insani Pringapus dilihat dari dimensi kualitas pelayanan yaitu daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), keyakinan (*assurance*), empati (*empaty*), berujud (*tangibles*).

Penelitian ini dilaksanakan selama 15 hari pada bulan 1mei s/d 15 mei 2008. Di mana sampel dalam penelitian ini berjumlah 95 orang dengan menggunakan teknik accidental sampling, artinya sampel yang diambil adalah orang-orang yang kebetulan ditemui saat melakukan penelitian, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

#### **4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas**

##### **4.1.1 Uji Validitas**

Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Dalam hal ini penulis menggunakan kuesioner di dalam pengumpulan data. Kuesioner yang digunakan hendaknya mengukur apa yang diukur. Pada penelitian ini penulis menggunakan alat bantu spss 12.00 dan menunjukkan r-hitung lebih besar dari r-tabel yaitu 0.361 dengan demikian dapat dikatakan valid. Hasil uji validitas tingkat harapan dan pelaksanaan dapat dilihat pada tabel berikut ini. Untuk detailnya dapat dilihat pada lampiran 2.

**Tabel 4.1**  
**Hasil Uji Validitas**

<b>Pertanyaan</b>	<b>r- Hitung Tingkat Harapan</b>	<b>r-Hitung Tingkat Pelaksanaan</b>	<b>r-Tabel</b>	<b>Keterangan</b>
A1	0.855	0.816	0.361	Valid
A2	0.855	0.731	0.361	Valid
A3	0.789	0.775	0.361	Valid
B1	0.793	0.862	0.361	Valid
B2	0.702	0.908	0.361	Valid
B3	0.778	0.929	0.361	Valid
C1	0.657	0.870	0.361	Valid
C2	0.707	0.737	0.361	Valid
C3	0.822	0.774	0.361	Valid
D1	0.787	0.824	0.361	Valid
D2	0.835	0.858	0.361	Valid
D3	0.884	0.876	0.361	Valid
E1	0.596	0.818	0.361	Valid
E2	0.811	0.870	0.361	Valid
E3	0.823	0.903	0.361	Valid
E4	0.825	0.777	0.361	Valid
E5	0.634	0.641	0.361	Valid

#### 4.1.2 Uji Reliabilitas

Jika kuesioner telah dinyatakan valid, maka berikutnya kuesioner tersebut diuji reliabilitasnya. ”Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan

konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama”. (Umar, 2003: 86). Bila digunakan berulang kali untuk mengukur dalam kondisi yang sama , maka akan menghasilkan data yang sama atau sedikit bervariasi. Untuk analisis ini digunakan teknik analisis cronbach’s alpha ( $\alpha$ ). Pengujian reliabilitas menggunakan alat bantu spss 12.00 dengan uji statistik cronbach’s alpha  $> 0.60$  (Gozali, 2002:132). Pada penelitian ini perhitungan menunjukkan nilai cronbach’s alpha tingkat harapan dan tingkat pelaksanaan lebih besar dari 0.60. Untuk detailnya dapat dilihat pada lampiran 2.

## 4.2 Karakteristik Responden

Pertanyaan mengenai karakteristik responden digunakan untuk mengetahui identitas responden secara umum yang meliputi nama, alamat, usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan. Dari kuesioner yang dibagikan diperoleh keterangan sebagai berikut:

### 4.2.1 Usia Responden

Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan kepada nasabah BMT Bina Insani Pringapus diperoleh data mengenai karakteristik responden berdasarkan usia dan data tersebut dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini:

**TABEL 4.2**

**Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase</b>
< 20 Tahun	11	11.58%
20 – 29 Tahun	22	23.15%
30 – 40 Tahun	52	54.74%



> 40 Tahun	10	10.53%
Jumlah	95	100.00%

Sumber: data primer yang diolah, 2008

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 95 responden, berusia 30-40 tahun (54.74%), berusia 20-29 tahun (23.15%), berusia <20 tahun (11.58%) dan nasabah berusia >40 tahun (10.53%).

Dapat diketahui bahwa mayoritas nasabah dari BMT Bina Insani Pringapus berusia 30-40 tahun (54.74%).

#### 4.2.2 Jenis Kelamin Responden

Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan, diperoleh data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dan data tersebut dapat dilihat pada tabel 4.3 dibawah ini:

**TABEL 4.3**

**Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Keterangan	Frekuensi	Prosentase
Wanita	54	56.84%
Pria	41	43.16%
Total	95	100.00%

Sumber: data primer yang diolah, 2008-

05-15

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 95 responden, nasabah Bmt Bina Insani Pringapus adalah wanita (56.84%), dan nasabah pria (43.16%).

Dapat disimpulkan bahwa mayoritas nasabah BMT Bina Insani Pringapus

adalah Wanita (56.84%)

#### 4.2.3 Pendidikan Responden

Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan, diperoleh data mengenai karakteristik responden berdasarkan pendidikan dan data tersebut dapat dilihat pada tabel 4.4 dibawah ini:

**TABEL 4.4**

**Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase</b>
SD-SMP	12	12.63%
SMU	34	35.79%
Akademi	24	25.26%
S1/S2/S3	25	26.32%
Total	95	100.00%

Sumber: data primer yang diolah, 2008-

05-15

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 95 responden, 12.63% pendidikan responden adalah SD-SMP. 35.79% pendidikan responden adalah SMU, 25.26% pendidikan responden adalah Akademi (D1, D2, D3) dan 26.32% pendidikan responden adalah S1/S2/S3.

Dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT Bina Insani Pringapus kebanyakan berpendidikan SMU (35.79%)

#### 4.2.4 Pekerjaan Responden

Berdasarkan kuesioner yang telah dibagikan, diperoleh data mengenai

karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dan data tersebut dapat dilihat pada tabel 4.5 dibawah ini:

**TABEL 4.5**

**Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Prosentase</b>
Pegawai Negeri	10	10.53%
Pegawai Swasta	28	29.47%
Wirausaha	20	21.05%
Pelajar/Mahasiswa	17	17.90%
Lainnya	20	21.05%
Total	95	100.00%

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-

15

Tabel diatas menunjukkan bahwa dari 95 responden, 10.53% pekerjaan responden adalah pegawai negeri, 29.47% pekerjaan responden adalah pegawai swasta, 21.05% pekerjaan responden adalah wirausaha, 17.90% pekerjaan responden adalah pelajar/mahasiswa, dan 21.05% mempunyai pekerjaan selain yang tercantum di atas.

Dapat diketahui bahwa mayoritas nasabah BMT Bina Insani Pringapus adalah pegawai swasta (29.47%).

### **4.3 Analisa Setiap Atribut Variabel**

Dari 95 (sembilan puluh lima) responden yang diteliti, telah diperoleh hasil

penilaian tingkat kepentingan dan penilaian pelaksanaan yang diterima oleh responden dari dimensi kualitas pelayanan yaitu daya tanggap (*responsiveness*), keandalan (*reliability*), keyakinan (*assurance*), empati (*empaty*), berujud (*tangibles*). Indeks kepuasan nasabah dapat diketahui dengan membandingkan tingkat harapan dengan pelaksanaan yang diterima oleh nasabah. Puas atau tidak puasnya nasabah ditunjukkan dengan indeks kepuasan nasabah dengan tingkatan sebagai berikut: (Arikunto, 1998: 246)

- a. IKP > 100% berarti nasabah sangat puas
- b. IKP 76% - 100% berarti nasabah puas
- c. IKP 56% - 75% berarti nasabah cukup puas
- d. IKP 40% - 55% berarti nasabah kurang puas
- e. IKP < 40% berarti nasabah tidak puas

#### **4.3.1 Analisa Dimensi Keandalan (*Reliability*)**

Dimensi dari daya tanggap meliputi sikap simpatik karyawan pada nasabah, perlakuan yang sama pada nasabah, dan perhitungan teller yang akurat

##### **4.3.1.1 Pendapat Responden tentang Sikap Simpatik Karyawan pada Nasabah pada BMT Bina Insani Pringapus.**

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 95 responden nasabah Bmt Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang tingkat harapan responden atas sikap simpatik karyawan pada BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.6**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas Sikap Simpatik Karyawan pada Nasabah**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak penting	0	1	0
Tidak penting	3	2	6
Penting	48	3	144
Sangat penting	44	4	176
Jumlah	95		326

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 95 responden Swalayan Ramayana Semarang dapat diketahui tentang penilaian responden atas sikap simpatik karyawan pada BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini

**TABEL 4.7**

**Tabel Penilaian Responden atas Sikap Simpatik Karyawan pada Nasabah BMT Bina Insani Pringapus**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak setuju	0	1	0
Tidak setuju	22	2	44
Setuju	50	3	150
Sangat setuju	23	4	92
Jumlah	95		286

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Dari tabel 4.6 dan tabel 4.7 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah atas sikap simpatik karyawan pada nasabah, yaitu sebesar:

$$IKP = \frac{286}{326} \times 100\%$$

$$= 87.73\%$$

$$IKP = 87.73\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 87.73\%$ , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah puas atas sikap simpatik karyawan pada BMT Bina Insani Pringapus.

#### **4.3.1.2 Pendapat Responden tentang Perlakuan yang Sama pada Nasabah BMT Bina Insani Pringapus.**

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 95 responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang tingkat harapan responden atas perlakuan yang sama pada nasabah data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.8**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas Perlakuan yang Sama pada Nasabah**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak penting	2	1	2
Tidak penting	11	2	22

Penting	36	3	108
Sangat penting	46	4	184
Jumlah	95		316

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 95 responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui penilaian responden atas perlakuan yang sama pada nasabah di BMT Bina Insani Pringapus data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.9**

**Tabel Penilaian Pelaksanaan Responden atas Perlakuan yang Sama pada Nasabah Di BMT Bina Insani Pringapus**

Keterangan	Frekuensi	Bobot	Jumlah
Sangat tidak setuju	0	1	0
Tidak setuju	10	2	20
Setuju	66	3	198
Sangat setuju	19	4	76
Jumlah	95		294

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Dari tabel 4.8 dan tabel 4.9 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah atas perlakuan yang sama pada nasabah, yaitu sebesar:

$$IKP = \frac{294}{316} \times 100\%$$

$$IKP = 93\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 93\%$ , maka

dapat disimpulkan bahwa nasabah puas atas perlakuan yang sama pada nasabah pada BMT Bina Insani Pringapus.

#### **4.3.1.3 Pendapat Responden tentang Perhitungan Teller yang Akurat pada BMT Bina Insani Pringapus**

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 95 responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang tingkat harapan responden atas perhitungan teller yang akurat oleh bagian teller BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.10**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas Perhitungan Teller yang Akurat**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak penting	0	1	0
Tidak penting	0	2	0
Penting	23	3	69
Sangat penting	72	4	288
Jumlah	95		357

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 95 responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang penilaian responden atas perhitungan teller yang akurat oleh bagian teller BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.



**TABEL 4.11****Tabel Penilaian Responden Perhitungan Teller yang Akurat pada BMT****Bina Insani Pringapus**

Keterangan	Frekuensi	Bobot	Jumlah
Sangat tidak setuju	1	1	1
Tidak setuju	9	2	18
Setuju	54	3	162
Sangat setuju	31	4	124
Jumlah	95		305

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Dari tabel 4.10 dan tabel 4.11 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah atas perhitungan teller yang akurat, yaitu sebesar:

$$IKP = \frac{305}{357} \times 100\%$$

$$IKP = 85.43\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 85.43\%$ , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah puas atas perhitungan teller yang akurat pada BMT Bina Insani Pringapus.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas mengenai atribut-atribut dimensi keandalan (*reliability*), maka dapat diambil kesimpulan bahwa dilihat dari dimensi keandalan secara menyeluruh, nasabah puas atas pelayanan yang diberikan Bmt Bina Insani Pringapus yaitu untuk sikap simpatik karyawan terhadap nasabah (87.73%), perlakuan yang sama karyawan terhadap nasabah (93%), dan perhitungan teller yang akurat (85.43%).

### 4.3.2 Analisa Dimensi Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Dimensi dari daya tanggap adalah pelayanan yang cepat tanggap, kesigapan dalam melayani nasabah cepat tanggap dalam menangani keluhan nasabah.

#### 4.3.2.1 Pendapat Responden tentang Pelayanan yang Cepat Tanggap pada BMT Bina Insani Pringapus

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 95 responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang tingkat harapan responden atas pelayanan yang cepat tanggap dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.12**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas pelayanan yang cepat tanggap**

Keterangan	Frekuensi	Bobot	Jumlah
Sangat tidak penting	0	1	0
Tidak penting	1	2	2
Penting	58	3	174
Sangat penting	36	4	144
Jumlah	95		320

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada 95 responden nasabah Bmt Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang penilaian responden atas pelayanan yang cepat tanggap pada BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat di lihat pada tabel di bawah ini

**TABEL 4.13**

**Tabel Penilaian Responden terhadap Pelayanan yang Cepat Tanggap pada  
BMT Bina Insani Pringapus**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak setuju	0	1	0
Tidak setuju	27	2	54
Setuju	49	3	147
Sangat setuju	19	4	76
Jumlah	95		277

Sumber: data primer yang diolah, 2008

Dari tabel 4.12 dan tabel 4.13 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah atas pelayanan yang cepat tanggap sebesar:

$$IKP = \frac{320}{277} \times 100\%$$

$$IKP = 86.56\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 86.56\%$ , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah puas atas pelayanan yang cepat tanggap.

#### **4.3.2.2 Pendapat Responden tentang Kesigapan dalam Melayani Nasabah BMT Bina Insani Pringapus**

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat responden tentang tingkat harapan responden atas kesigapan karyawan dalam melayani nasabah data tersebut dapat di lihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.14**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas Kesigapan dalam Melayani  
Nasabah**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak penting	0	1	0
Tidak penting	3	2	6
Penting	61	3	183
Sangat penting	31	4	124
Jumlah	95		313

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat responden tentang penilaian responden atas kesigapan karyawan dalam melayani nasabah data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.15**

**Tabel Penilaian Responden atas Kesigapan dalam Melayani Nasabah Pada  
BMT Bina Insani Pringapus**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak setuju	0	1	0
Tidak setuju	39	2	78
Setuju	40	3	120
Sangat setuju	16	4	64
Jumlah	95		262

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Dari tabel 4.14 dan tabel 4.15 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah atas kesigapan dalam melayani nasabah sebesar.

$$IKP = \frac{262}{313} \times 100\%$$

$$IKP = 83.70\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 83.70\%$ , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah puas atas kesigapan dalam melayani nasabah.

#### **4.3.2.3 Pendapat Responden tentang Cepat Tanggap dalam Menangani Keluhan Nasabah Pada BMT Bina Insani Pringapus**

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat responden tentang tingkat harapan responden atas cepat tanggap dalam menangani keluhan nasabah dan data tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**TABEL 4.16**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas Cepat Tanggap dalam Mengani Keluhan Nasabah**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak penting	1	1	1
Tidak penting	3	2	6
Penting	49	3	147
Sangat penting	42	4	168
Jumlah	95		322

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat responden tentang penilaian responden atas cepat tanggap dalam menangani keluhan nasabah pada BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.17**

**Tabel Penilaian Responden atas Cepat Tanggap dalam Menangani Keluhan Nasabah Pada BMT Bina Insani Pringapus**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak setuju	3	1	3
Tidak setuju	29	2	58
setuju	40	3	120
Sangat setuju	23	4	92
Jumlah	95		273

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-

15

Dari tabel 4.16 dan tabel 4.17 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah atas cepat tanggap dalam menangani keluhan, yaitu sebesar:

$$IKP = \frac{273}{322} \times 100\%$$

$$IKP = 84.78\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 84.78\%$ , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah puas atas cepat tanggapnya BMT Bina Insani dalam menangani keluhan konsumen.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas mengenai atribut-atribut dimensi daya tanggap (*responsiveness*), maka dapat diambil kesimpulan bahwa dilihat dari dimensi keandalan secara menyeluruh, nasabahpuas atas pelayanan yang diberikan BMT Bina Insani Pringapus yaitu cepat tanggap dalam melayani nasabah puas (86.56%), kesigapan dalam melayani nasabah (83.70%), dan cepat tanggap dalam mengangani keluhan nasabah (84.78%).

### 4.3.3 Analisa Dimensi Keyakinan (*Assurance*)

Dimensi dari fasilitas restoran ini meliputi keramahtamahan pada nasabah, pengetahuan karyawan terhadap produk, kesopanan pada nasabah, dan pengawasan terhadap ketersediannya uang.

#### 4.3.3.1 Pendapat Responden tentang Keramahtamahan Karyawan pada Nabasah pada BMT Bina Insani Pringapus

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang tingkat harapan responden atas keramahtamahan karyawan pada nasabah dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.18**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas Keramahtamahan pada Nasabah**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak penting	0	1	0
Tidak penting	2	2	4
Penting	40	3	120
Sangat penting	53	4	212

Jumlah	95		336
--------	----	--	-----

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang penilaian responden atas keramahaman karyawan pada nasabah pada BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.19**

**Tabel Penilaian Responden atas Keramahaman pada Nasabah di BMT  
Bina Insani Pringapus**

Keterangan	Frekuensi	Bobot	Jumlah
Sangat tidak setuju	0	1	0
Tidak setuju	17	2	34
Setuju	51	3	153
Sangat setuju	27	4	108
Jumlah	95		295

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Dari tabel 4.18 dan tabel 4.19 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah atas keramahaman karyawan pada nasabah, yaitu sebesar:

$$IKP = \frac{295}{336} \times 100\%$$

$$IKP = 87.80\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 87.80\%$ , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah puas atas keramahaman karyawan BMT



Bina Inasi Pringapus.

#### **4.3.3.2 Pendapat Responden tentang Pengetahuan akan Produk yang ada pada BMT Bina Insani Pringapus**

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang tingkat harapan responden atas pengetahuan karyawan akan produk yang ada dan data tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**TABEL 4.20**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas Pengetahuan akan Produk**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak penting	1	1	1
Tidak penting	11	2	22
Penting	46	3	138
Sangat penting	37	4	148
Jumlah	95		309

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang penilaian responden atas pengetahuan karyawan akan produk yang ada pada BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.21**

**Tabel Penilaian Responden atas Pengetahuan Karyawan akan Produk yang ada pada BMT Bina Insani Pringapus**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak setuju	0	1	0
Tidak setuju	25	2	50
Setuju	47	3	141
Sangat setuju	23	4	92
Jumlah	95		283

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Dari tabel 4.20 dan tabel 4.21 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah atas pengetahuan akan produk yang ada, yaitu sebesar:

$$IKP = \frac{283}{309} \times 100\%$$

$$IKP = 91.59\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 91.59\%$ , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah puas pengetahuan karyawan BMT Bina Insani Pringapus akan produk yang dijual.

#### **4.3.3.3 Pendapat Responden tentang Kesopanan Karyawan pada Nasabah pada BMT Bina Insani Pringapus**

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang tingkat harapan responden atas kesopanan karyawan pada nasabah dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.22**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas Kesopanan Karyawan pada  
Nasabah**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak penting	0	1	0
Tidak penting	0	2	0
Penting	48	3	144
Sangat penting	47	4	188
Jumlah	95		332

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang penilaian responden atas kesopanan karyawan pada nasabah di BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.23**

**Tabel Penilaian Responden atas Kesopanan Karyawan pada Nasabah BMT  
Bina Insani Pringapus**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak setuju	0	1	0
Tidak setuju	10	2	20
Setuju	55	3	165
Sangat setuju	30	4	120
Jumlah	95		305

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Dari tabel 4.22 dan tabel 4.23 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah atas kesopanan karyawan pada nasabah di BMT Bina Insani Pringapus sebesar

$$IKP = \frac{305}{332} \times 100\%$$

$$IKP = 91.87\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 91.87\%$ , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah puas atas kesopanan karyawan pada nasabah di BMT Bina Insani Pringapus.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas mengenai atribut-atribut dimensi jaminan (*assurance*), maka dapat diambil kesimpulan bahwa dilihat dari dimensi keandalan secara menyeluruh, nasabah puas atas pelayanan yang diberikan BMT Bina Insani Pringapus yaitu keramahtamahan pada nasabah (87.80%), pengetahuan karyawan akan produk yang ada (91.59%), kesopanan pada konsumen (91.87%).

#### **4.3.4 Analisa Dimensi Empati (*Empaty*)**

Dimensi ini meliputi kemudahan nasabah untuk menghubungi BMT Bina Insani, ketrampilan karyawan berkomunikasi dengan nasabah dan ketersediaan uang.

##### **4.3.4.1 Pendapat Responden tentang Kemudahan Nasabah untuk Menghubungi BMT Bina Insani Pringapus**

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang tingkat harapan responden atas kemudahan nasabah untuk menghubungi BMT

Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.26**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas kemudahan nasabah untuk  
menghubungi BMT Bina Insani Pringapus**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak penting	1	1	1
Tidak penting	22	2	44
Penting	53	3	159
Sangat penting	19	4	76
Jumlah	95		280

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang penilaian responden atas kemudahan nasabah untuk menghubungi BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.27**

**Tabel Penilaian Responden atas kemudahan nasabah untuk menghubungi  
BMT Bina Insani Pringapus**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak setuju	1	1	1
Tidak setuju	31	2	62
Setuju	49	3	147
Sangat Setuju	14	4	56
Jumlah	95		266

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Dari tabel 4.26 dan tabel 4.27 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah atas kemudahan nasabah untuk menghubungi BMT Bina Insani Pringapus sebesar

$$IKP = \frac{266}{280} \times 100\%$$

$$= 95\%$$

$$IKP = 95\%$$

Dari hasil perhitungan diatas kemudahan nasabah untuk menghubungi BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui bahwa  $IKP = 95\%$ , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah puas atas kemudahan nasabah untuk menghubungi BMT Bina Insani Pringapus.

#### **4.3.4.2 Pendapat Responden tentang Keterampilan Karyawan dalam Berkomunikasi pada BMT Bina Insani Pringapus**

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang tingkat harapan responden atas keterampilan karyawan dalam berkomunikasi dengan nasabah dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.28**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas Keterampilan Karyawan dalam Berkomunikasi dengan Nasabah**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak penting	0	1	0
Tidak penting	5	2	10
Penting	61	3	183

Sangat penting	29	4	116
Jumlah	95		309

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang penilaian responden atas keterampilan karyawan dalam berkomunikasi dengan nasabah pada BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.29**

**Tabel Penilaian Responden atas Keterampilan Karyawan dalam Berkomunikasi dengan Nasabah pada Bina Insani Pringapus**

Keterangan	Frekuensi	Bobot	Jumlah
Sangat tidak setuju	0	1	0
Tidak setuju	20	2	40
Setuju	58	3	174
Sangat setuju	17	4	68
Jumlah	95		282

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Dari tabel 4.28 dan tabel 4.29 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah atas keterampilan karyawan dalam berkomunikasi dengan nasabah, yaitu sebesar:

$$IKP = \frac{282}{309} \times 100\%$$

$$IKP = 91.26\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 91.26\%$ , maka

dapat disimpulkan bahwa nasabah puas atas keterampilan karyawan dalam berkomunikasi dengan nasabah.

#### **4.3.4.3 Pendapat Responden tentang Ketersediaan Uang pada Swalayan Ramayana Semarang**

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang tingkat harapan responden atas ketersediaan uang sesuai dengan kebutuhan nasabahn dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.30**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas ketersediaan uang sesuai dengan kebutuhan Nasabah**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak penting	1	1	1
Tidak penting	5	2	10
Penting	55	3	165
Sangat penting	34	4	136
Jumlah	95		312

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang penilaian responden atas ketersediaan barang sesuai dengan kebutuhan nasabah BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.31**



**Tabel Penilaian Responden atas ketersediaan barang sesuai dengan kebutuhan nasabah pada BMT Bina Insani Pringapus**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak setuju	1	1	1
Tidak setuju	21	2	42
Setuju	51	3	153
Sangat setuju	22	4	88
Jumlah	95		284

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Dari tabel 4.30 dan tabel 4.31 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah atas ketersediaan uang sesuai dengan kebutuhan nasabah, yaitu sebesar:

$$IKP = \frac{284}{312} \times 100\%$$

$$312$$

$$IKP = 91.03\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 91.03\%$ , maka dapat disimpulkan bahwa nasaabh puas atas ketersediaan barang sesuai dengan kebutuhan nasabah pada B<T Bina Insani Pringapus

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas mengenai atribut-atribut dimensi empati (*empaty*), maka dapat diambil kesimpulan bahwa dilihat dari dimensi keandalan secara menyeluruh, nasabah puas atas pelayanan yang diberikan BMT Bina Insani Pringapus yaitu kemudahan konsumen untuk menghubungi Swalayan Ramayana (95%), kemampuan karyawan untuk berkomunikasi dengan nasabah (91.26%), dan ketersediaan uang sesuai dengan kebutuhan nasabah (91.03%).

#### 4.3.5 Analisa Dimensi Berujud (*Tangible*)

Dimensi berujud meliputi ketersediaan tempat parkir, kebersihan ruangan, kerapihan ruangan, kenyamanan ruangan, penampilan karyawan yang rapih dan menarik

##### 4.3.5.1 Pendapat Responden tentang Ketersediaan Tempat Parkir pada BMT Bina Insani Pringapus

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang tingkat harapan responden atas ketersediaan tempat parkir dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.32**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas Ketersediaan Tempat Parkir**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak penting	0	1	0
Tidak penting	1	2	4
Penting	46	3	138
Sangat penting	48	4	192
Jumlah	95		334

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang penilaian responden atas ketersediaan tempat parkir dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.33****Tabel Penilaian Responden atas Ketersediaan Tempat Parkir pada BMT****Bina Insani Pringapus**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak setuju	5	1	5
Tidak setuju	35	2	70
Setuju	38	3	114
Sangat setuju	17	4	68
Jumlah	95		257

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Dari tabel 4.31 dan tabel 4.32 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah atas ketersediaan tempat parkir pada BMT Bina Insani Pringapus, yaitu sebesar:

$$IKP = \frac{257}{334} \times 100\%$$

$$= 76.95\%$$

$$IKP = 76.95\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 76.95\%$  , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT Bina Insani Pringapus puas atas ketersediaan tempat parkir pada BMT Bina Insani Pringapus.

#### **4.3.5.2 Pendapat Responden tentang Kebersihan Ruangan pada BMT Bina Insani Pringapus**

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang tingkat harapan responden atas kebersihan ruangan BMT Bina Insani Pringapus

dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.34**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas Kebersihan Ruangan**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak penting	1	1	1
Tidak penting	2	2	4
Penting	44	3	132
Sangat penting	48	4	192
Jumlah	95		329

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang penilaian responden atas kebersihan ruangan BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.35**

**Tabel Penilaian Responden atas Kebersihan Ruangan BMT Bina Insani**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak setuju	0	1	0
Tidak setuju	10	2	20
Setuju	65	3	195
Sangat setuju	20	4	80
Jumlah	95		295

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Dari tabel 4.34 dan tabel 4.35 dapat diketahui tingkat kepuasan konsumen atas kebersihan ruangan BMT Bina Insani Pringapus, yaitu sebesar:

$$IKP = \frac{295}{329} \times 100\%$$

$$329$$

$$IKP = 89.67\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 89.67\%$ , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT Bina Insani Pringapus puas atas kebersihan ruangan BMT Bina Insani Pringapus

#### 4.3.5.3 Pendapat Responden tentang Kerapihan Ruangan BMT Bina Insani Pringapus

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang tingkat harapan responden atas kerapihan ruangan BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.36**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas Kerapihan Ruangan**

Keterangan	Frekuensi	Bobot	Jumlah
Sangat tidak penting	0	1	0
Tidak penting	2	2	4
Penting	54	3	162
Sangat penting	39	4	156
Jumlah	95		322

Sumber: data primer yang diolah, 2008

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada

responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang penilaian responden atas kerapihan ruangan BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.37**

**Tabel Penilaian Responden atas Kerapihan Ruangan BMT Bina Insani Pringapus**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak setuju	2	1	2
Tidak setuju	26	2	52
Setuju	46	3	138
Sangat setuju	21	4	84
Jumlah	95		276

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Dari tabel 4.36 dan tabel 4.37 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah BMT Bina Insani Pringapus atas kerapihan ruangan, yaitu sebesar:

$$IKP = \frac{276}{322} \times 100\%$$

$$322$$

$$IKP = 85.71\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 85.71\%$  , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT Bina Insani Pringapus puas atas kerapihan ruangan BMT Bina Insani Pringapus.

#### **4.3.5.4 Pendapat Responden tentang Kenyamanan Ruangan pada BMT**

### **Bina Insani Pringapu**

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang tingkat harapan responden atas kenyamanan ruangan BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.38**

**Tabel Tingkat Harapan Responden atas Kenyamanan Ruangan**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak penting	0	1	0
Tidak penting	4	2	8
Penting	47	3	141
Sangat penting	44	4	176
Jumlah	95		325

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang penilaian responden atas kenyamanan ruangan BMT Bina Insani Pringapus dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.39**

**Tabel Penilaian Responden atas Kenyamanan Ruang BMT Bina Insani  
Pringapus**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak setuju	0	1	0
Tidak setuju	25	2	50
Setuju	51	3	153
Sangat setuju	19	4	76
Jumlah	95		279

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Dari tabel 4.38 dan tabel 4.39 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah BMT Bina Insani Pringapus atas atas kenyamanan ruangan, yaitu sebesar:

$$IKP = \frac{279}{325} \times 100\%$$

$$IKP = 85.85\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 85.85\%$ , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT Bina Insani Pringapus puas atas Kenyamanan Ruang. BMT Bina Insani Pringapus

#### **4.3.5.5 Pendapat Responden tentang Penampilan Karyawan yang Rapih dan Menarik pada BMT Bina Insani Pringapus**

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang tingkat harapan responden atas penampilan karyawan yang rapih dan menarik pada dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 5.40**



**Tabel Tingkat Harapan Responden atas Penampilan Karyawan yang Rapih dan Menarik**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak penting	0	0	1
Tidak penting	7	2	14
Penting	55	3	165
Sangat penting	33	4	132
Jumlah	95		312

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner yang dibagikan kepada responden nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat diketahui pendapat tentang penilaian responden atas penampilan karyawan yang rapih dan menarik pada BMT Bina Insani dan data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**TABEL 4.41**

**Tabel Penilaian Responden atas Penampilan Karyawan yang Rapih dan Menarik pada BMT Bina Insani Pringapus**

<b>Keterangan</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Bobot</b>	<b>Jumlah</b>
Sangat tidak setuju	0	0	0
Tidak setuju	8	2	16
Setuju	56	3	168
Sangat setuju	31	4	124
Jumlah	95		308

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

Dari tabel 4.40 dan tabel 4.41 dapat diketahui tingkat kepuasan nasabah BMT Bina Insani Pringapus atas penampilan karyawan yang rapih dan menarik, yaitu sebesar:

$$IKP = \frac{308}{312} \times 100\%$$

$$312$$

$$IKP = 98.72\%$$

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa  $IKP = 98.72\%$  , maka dapat disimpulkan bahwa nasabah BMT Bina Insani Pringapus puas atas penampilan karyawan yang rapih dan menarik pada BMT Bina Insani Pringapus.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas mengenai atribut-atribut dimensi berujud (*tangible*), maka dapat diambil kesimpulan bahwa dilihat dari dimensi keandalan secara menyeluruh, nasabah BMT Bina Insani Pringapus puas atas pelayanan yang diberikan BMT Bina Insani Pringapus yaitu ketersediaan tempat parkir (76.95%), kebersihan ruangan (89.67%), kerapihan ruangan (85.71%), kenyamanan ruangan (85.85%), penampilan karyawan yang rapih dan menarik (98.72%),

Pada tabel 4.43 dijelaskan secara rinci tingkat kepuasan nasabah BMT Bina Insani Pringapus atas indikator-indikator yang diteliti yaitu yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan berujud.

**Tabel 4.44**

**Tabel Rincian Tingkat Kepuasan Konsumen atas Indikator-Indikator yang Diteliti**

<b>Indikator</b>	<b>IKP</b>	<b>Keterangan</b>
<b>a. Dimensi Keandalan (<i>Reliability</i>)</b>		
1. Sikap simpatik karyawan	87.73%	Puas
2. Perlakuan yang sama pada nasabah	93%	Puas
3. Perhitungan teller yang akurat	85.43%	Puas
<b>b. Dimensi Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>)</b>		
1. Pelayanan yang cepat tanggap	86.56%	Puas
2. Kesigapan dalam melayani nasaab	83.70%	Puas
3. Cepat tanggap dalam menangani keluhan	84.78%	Puas
<b>c. Dimensi Empati (<i>Empaty</i>)</b>		
1. Keramahtamahan pada nasabah	87.80%	Puas
2. Pengetahuan akan produk yang akan ada	91.59%	puas
3. Kesopanan pada nasabah	91.87%	Puas
<b>d. Empati (<i>Empaty</i>)</b>		
1. Kemudahan untuk menghubungi nasabah BMT Bina Insani Pringapus	95%	Puas
2. Keterampilan karyawan dalam berkomunikasi	91.26%	Puas
3. Ketersediaan uang sesuai dengan kebutuhan	91.03%	Puas
<b>e. Dimensi Berujud (<i>Tangible</i>)</b>		
1. Ketersediaan tempat parkir	76.95%	Puas
2. Kebersihan ruangan	89.67%	Puas

3. Kerapihan ruangan	85.71%	Puas
4. Kenyamanan ruangan	85.85%	Puas
5. Penampilan karyawan yang rapih dan menarik	98.72%	Puas

#### **4.4. Identifikasi Indikator-Indikator yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Atas Kualitas Pelayanan**

Untuk mengetahui sejauh mana indikator-indikator kualitas pelayanan dianggap mempengaruhi kepuasan nasabah maka data hasil kuesioner yang diisi oleh nasabah BMT Bina Insani Pringapus dapat disederhanakan dengan menggunakan rumus berikut ini untuk mengetahui skor rata-rata tingkat penilaian pelayanan BMT Bina Insani Pringapus dan mengetahui skor rata-rata tingkat harapan nasabah. Untuk melihat posisi penempatan setiap atribut kualitas pelayanan, selanjutnya skor masing-masing tingkat harapan dan penilaian pelaksanaan dimasukkan ke dalam diagram kartesius yang terdiri dari 4 bagian:

##### a. Kuadran A

Kuadran ini menunjukkan elemen atau atribut jasa yang tingkat kepentingannya di atas rata-rata akan tetapi elemen-elemen tersebut kurang mendapatkan perhatian dari pihak BMT Bina Insani Pringapus sehingga tingkat pelaksanaan dibawah rata-rata, sehingga kurang memuaskan nasabah BMT Bina Insani Pringapus.

##### b. Kuadran B

Kuadran ini menunjukkan elemen atau atribut jasa yang dianggap oleh nasabah (di atas rata-rata) dan dilaksanakan dengan baik, pelaksanaan diatas rata-rata, sehingga nasabah BMT Bina Insani Pringapus merasa puas.

##### c. Kuadran C

Kuadran ini menunjukkan elemen jasa yang dilakukan dengan pas-pasan oleh pihak BMT Bina Insani Pringapus dan tidak dianggap sebagai suatu yang penting oleh nasabah BMT Bina Insani Pringapus.

d. Kuadran D

Kuadran ini menunjukkan elemen jasa yang tidak begitu penting oleh nasabah BMT Bina Insani Pringapus yang dilaksanakan sangat baik oleh pihak BMT Bina Insani Pringapus sebagai suatu yang mungkin sangat berlebihan

Dalam memberikan batasan antar kuadran, harus dihitung rata-rata dari skor rata-rata tingkat harapan dan penilaian pelaksanaan.

Pada tabel menunjukkan hasil perhitungan rata-rata dari skor penilaian pelaksanaan ( $\bar{X}$ ) dan rata-rata dari skor tingkat harapan ( $\bar{Y}$ ). Skor rata-rata penilaian pelaksanaan ( $\bar{X}$ ) diperoleh dengan membagi jumlah skor penilaian pelaksanaan dengan jumlah responden yang diteliti. Skor rata-rata tingkat harapan ( $\bar{Y}$ ) diperoleh dengan membagi jumlah skor tingkat harapan dengan jumlah responden. Sedangkan rata-rata dari skor rata-rata penilaian pekerjaan ( $\bar{\bar{X}}$ ) diperoleh dengan menghitung rata-rata dari keseluruhan skor rata-rata penilaian pelaksanaan. Rata-rata dari skor tingkat harapan ( $\bar{\bar{Y}}$ ) diperoleh dengan menghitung rata-rata dari keseluruhan skor rata-rata tingkat harapan

**Tabel 4.45**

**Perhitungan Rata-rata dari Tingkat Harapan dan Penilaian Pelaksanaan**

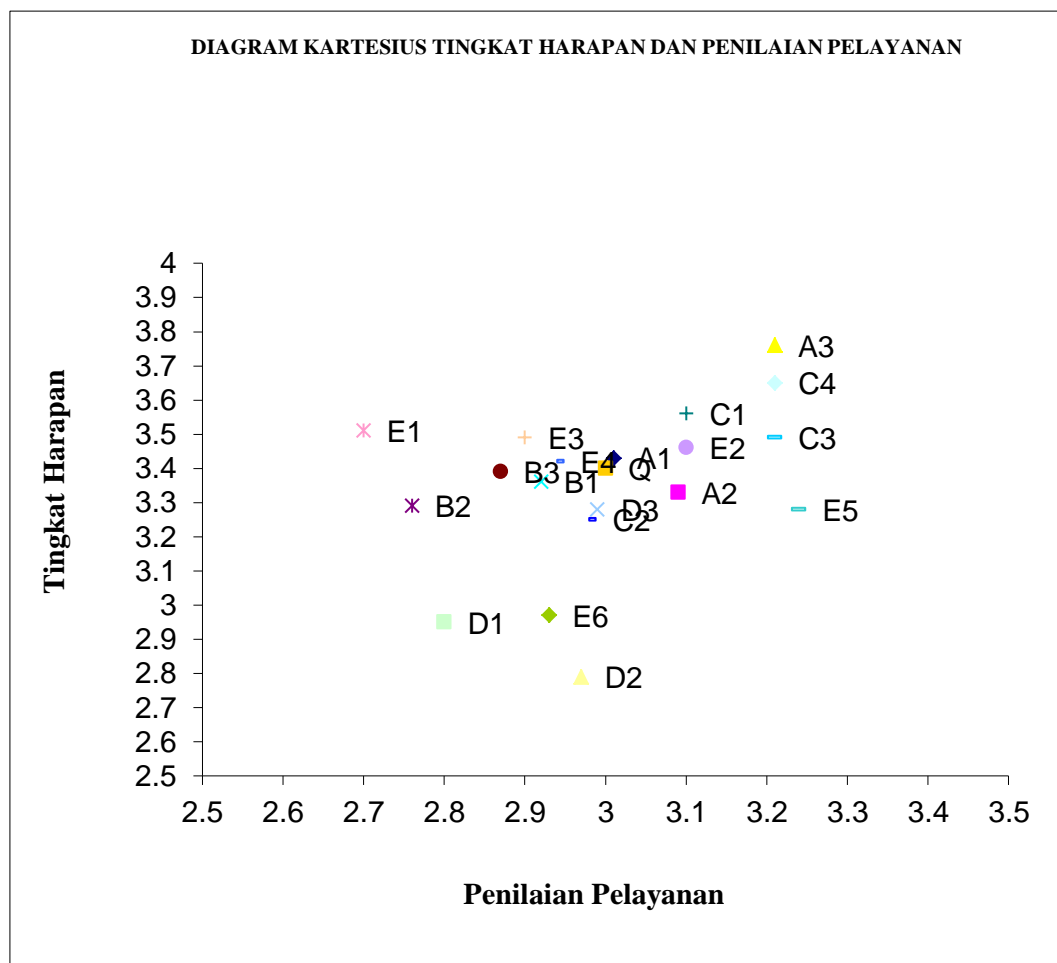
No	Atribut	Penilaian Pelaksanaan	Tingkat Harapan	$\bar{X}$	$\bar{Y}$
<b>A</b>	<b>Dimensi Keandalan</b>				
	1. Sikap simpatik karyawan	286	326	3.01	3.43
	2. Perlakuan yang sama pada nasabah	294	316	3.09	3.33
	3. Perhitungan teller yang akurat	305	357	3.21	3.76
<b>B</b>	<b>Dimensi Daya Tanggap</b>				
	1. Pelayanan yang cepat tanggap	277	438	2.92	3.36
	2. Kesigapan dalam melayani	262	313	2.76	3.29
	3. Cepat tanggap dalam menangani keluhan	273	322	2.87	3.39
<b>C</b>	<b>Dimensi Jaminan</b>				
	1. Keramah tamahan pada nasabah	295	336	3.10	3.56
	2. Pengetahuan akan produk yang ada	283	309	2.98	3.25
	3. Kesopanan karyawan	305	332	3.21	3.49
<b>D</b>	<b>Dimensi Empati</b>				

	1. Kemudahan konsumen untuk menghubungi BMT Bina Insani.	266	280	2.8	2.95
	2. Keterampilan karyawan dalam berkomunikasi dengan nasabah	282	309	2.97	2.79
	3. Ketersediaan uang sesuai dengan kebutuhan.	284	312	2.99	3.28
<b>E</b>	<b>Dimensi Berujud</b>				
	1. Ketersediaan tempat parkir	257	334	2.70	3.51
	2. Kebersihan ruangan	295	329	3.10	3.46
	3. Keapihan ruangan	307	322	2.90	3.39
	4. Kenyamanan ruangan	279	325	2.94	3.42
	5. Penampilan karyawan yang rapih dan menarik	308	312	3.24	3.28
<b>Rata-rata (<math>\bar{X}</math> dan <math>\bar{Y}</math>)</b>				3.00	3.40

Sumber: data primer yang diolah, 2008-05-15

**Gambar 4.1**

### Diagram Kartesius Tingkat Harapan dan Penilaian Pelayanan



Dari gambar di atas diketahui perbandingan antara penilaian pelaksanaan dengan tingkat kepentingan responden. Masing-masing kuadran menunjukkan atribut-atribut mana saja yang harus diperbaiki dan dipertahankan yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Adapun interpretasi dari diagram kartesius tersebut adalah sebagai berikut:

a. Kuadran A

Kuadran A menunjukkan tingkat harapan responden yang melebihi rata-rata dan hasil pelaksanaan dari BMT Bina Insani Pringapus yang berada di bawah rata-rata. Hal ini berarti atribut-atribut yang berada pada kuadran A sangat penting dan menjadi prioritas utama karena sangat diharapkan oleh



nasabah untuk dipenuhi, namun pihak BMT Bina Insani Pringapus melaksanakannya secara tidak memuaskan.

Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah:

- 1) Ketersediaan tempat parkir (E1)
- 2) Kerapihan ruangan (E3)

b. Kuadran B

Kuadran B menunjukkan tingkat harapan dari responden yang tinggi dan diikuti dengan pelaksanaan yang baik dari BMT Bina Insani Pringapus. Hal ini berarti atribut-atribut yang berada pada kuadran ini harus dipertahankan oleh BMT Bina Insani Pringapus karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan harapan konsumen.

Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah:

- 1) Sikap simpatik karyawan (A1)
- 2) Pehitungan teller yang akurat (A3)
- 3) Keramah tamahan pada nasabah (C1)
- 4) Kesopanan karyawan pada nasabah (C3)
- 5) Kebersihan ruangan (E2)

c. Kuadran C

Kuadran C menunjukkan bahwa tingkat harapan yang berada di bawah rata-rata dan pelaksanaan dari perusahaan juga berada di bawah rata-rata. Hal ini berarti atribut-atribut yang berada pada kuadran ini mempengaruhi kepuasan nasabah, namun tidak terlalu diharapkan pemenuhannya oleh nasabah. Kinerja BMT Bina Insani Pringapus pun biasa-biasa saja sehingga BMT Bina Insani Pringapus tidak berlebihan dalam menyikapi atribut-atribut pada kuadran ini.

Atribut yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- 1) Cepat tanggap dalam melayani nasabah (B1)
- 2) Kesigapan karyawan dalam melayani nasabah (B2)
- 3) Cepat tanggap dalam menangani keluhan nasabah (B3)
- 4) Pengetahuan karyawan akan produk yang ada (C2)
- 5) Kemudahan nasabah dalam menghubungi BMT Bina Insani Pringapus (D1)
- 6) Keterampilan karyawan dalam berkomunikasi dengan nasabah (D2)
- 7) Ketersediaan uang sesuai dengan kebutuhan nasabah (D3)
- 8) Kenyamanan ruangan (E4)

d. Kuadran D

Kuadran D menunjukkan bahwa tingkat harapan responden yang berada di bawah rata-rata tetapi kinerja dari BMT Bina Insani Pringapus berada di atas rata-rata. Hal ini berarti atribut-atribut yang berada dalam kuadran ini mempengaruhi kepuasan nasabah pada BMT Bina Insani Pringapus, namun tidak terlalu diharapkan pemenuhannya oleh nasabah. Tetapi atribut-atribut dalam kuadran ini justru ditangani secara berlebihan oleh perusahaan.

Atribut yang masuk dalam kuadran ini adalah:

- 1) Perlakuan yang sama pada konsumen (A2)
- 2) Penampilan karyawan yang rapih dan menarik (E5)

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari uraian dalam pembahasan, dapat diambil kesimpulan bahwa pelayanan yang memuaskan menempati posisi yang penting bagi tercapainya tujuan perusahaan. Hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

- a. Dari atribut-atribut dimensi keandalan (*reliability*), dapat diambil kesimpulan bahwa dilihat dari dimensi keandalan, nasabah puas atas pelayanan yang diberikan BMT Bina Insani Pringapus. Dengan indeks kepuasan nasabah untuk sikap simpatik karyawan pada nasabah 87.73%, perlakuan yang sama pada nasabah 93%, dan perhitungan teller yang akurat 85.43%.
- b. Dari atribut-atribut dimensi daya tanggap (*responsiveness*), dapat diambil kesimpulan bahwa dilihat dari dimensi keandalan, nasabah puas atas pelayanan yang diberikan BMT Bina Insani Pringapus, dengan indeks kepuasan nasabah untuk cepat tanggapnya karyawan pada nasabah 86.56%, kesigapan karyawan dalam melayan nasabah 83.70%, cepat tanggap dalam menangani keluhan nasabah 84.78%
- c. Dari atribut-atribut dimensi jaminan (*assurance*), dapat diambil kesimpulan bahwa dilihat dari dimensi keandalan nasabah puas atas pelayanan yang diberikan BMT Bina Insani Pringapus, dengan indeks kepuasan nasabah untuk keramahan karyawan pada nasabah 87.80%, pengetahuan karyawan akan produk yang ada 91.58%, kesopanan karyawan pada nasabah 91.87%,

- d. Dari atribut-atribut dimensi empati (*empaty*), dapat diambil kesimpulan bahwa dilihat dari dimensi keandalan, nasabah puas atas pelayanan yang diberikan BMT Bina Insani Pringapus, dengan indeks kepuasan nasabah untuk kemudahan nasabah untuk menghubungi BMT Bina Insani Pringapus 95%, kemampuan karyawan dalam berkomunikasi 91.26%, dan ketersediaan uangsesuai dengan kebutuhan nasabah 91.03%..
- e. Dari atribut-atribut dimensi berujud (*tangible*), dapat diambil kesimpulan bahwa dilihat dari dimensi berujud, nasabah puas atas pelayanan yang diberikan BMT Bina Insani Pringapus, dengan indeks kepuasan nasabah untuk ketersediaan tempat parkir 76.95%, kebersihan ruangan 89.67%, kerapihan ruangan 85.71%, kenyamanan ruangan 85.85%, penampilan karyawan yang rapih dan menarik 98.72%

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 1998. *Prosedur Penelitian Edisi Revisi IV*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. 2000. *Kamus Besar Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: UNDIP.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajeme Pemasaran Jasa Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Muhamad. 2005. *Manajemen Pembiayaan Bank Syar'iah*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Supranto, J. 1997. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meneikan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Supranto, j. 2003. *Metode Riset Aplikasi Dalam Pemesaran*. Jakarta: Rineke Cipta.
- Swastha, Basu, Irawan. 2005. *Manajemen Pemesaran Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Tjiptoo, Fandy. 1998. *Strategi Pemasaran Edisi II*. Yogyakarta: ANDI
- Umar, Husein. 2002. *Riset Pemasaran Dan Prilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### IDENTITAS

Nama : Yuni Ika Pratiwi  
Tempat, Tanggal Lahir : Semarang, 24 Juni 1987  
Alamat : Tambak Aji RT. 06 RW.13 Ngaliyan  
Semarang 50185

### PENDIDIKAN

- |   |               |
|---|---------------|
| ✓ SD N Tugurejo I Semarang                      | Lulus Th 1999 |
| ✓ SMP 18 Semarang                               | Lulus Th 2002 |
| ✓ SMA Darul Ulum I Jombang                      | Lulus Th 2005 |
| ✓ D3 Perbankan Syari'ah IAIN Walisongo Semarang | Lulus Th 2008 |

**FAKULTAS SYARI'AH**  
**PROGRAM STUDI D3 PERBANKAN SYARI'AH**  
**IAIN WALISONGO SEMARANG**

---

---

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH ATAS KUALITAS PELAYANAN PADA BMT**  
**BINA INSANI PRINGAPUS**

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara/Saudari

Di tempat

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penyusunan Tugas Akhir sebagai salah satu syarat kelulusan program Diploma III Perbankan syari'ah Semarang dengan judul "ANALISIS KEPUASAN NASABAH ATAS KUALITAS PELAYANAN PADA BMT BINA INSANI PRINGAPUS", saya sebagai peneliti mohon bantuan dan partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara/Saudari sebagai responden untuk memberikan tanggapan atas pernyataan dengan jujur sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/Saudari.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui indeks kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan pada BMT BINA INSANI PRINGAPUS yang dilihat dari 5 (lima) dimensi pelayanan yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*), dan nyata (*tangibility*).

Atas partisipasi dan kerjasama Bapak/Ibu/Saudara/Saudari, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Yuni ika pratiwi

Peneliti

**Analisis Kepuasan Nasabah atas Kualitas Pelayanan  
pada BMT Bina Insani Pringapus  
KUESIONER**

Petunjuk pengisian:

1. Mohon diisi dengan sebenar-benarnya demi keakuratan data.
2. Isilah titik-titik dibawah ini dan Berilah tanda silang (X) pada kotak yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari pilih.

**A. Identitas Responden**

1. Nama (Boleh tidak diisi) : .....
2. Alamat : .....
3. Usia : .....
4. Jenis Kelamin : .....

1. Pria                       2. Wanita

5. Pendidikan Terakhir:

1. SD - SMP                       2. SMU
3. Akademi                       4. S1/S2/S3

6. Pekerjaan

1. Peg. Negeri                       2. Peg. Swasta
3. Wirausaha                       4. Pelajar/Mahasiswa
5. Lainnya, sebutkan.....



## B. Tanggapan Mengenai Tingkat Kepentingan atas Kualitas Pelayanan

### Petunjuk pengisian:

Berilah tanda silang (X) pada kolom yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari pilih sesuai dengan apa yang dilihat/dirasakan atas tingkat kepentingan.

### Keterangan :

1. SP = Sangat Penting

3. TP = Tidak Penting

2. P = Penting

4. STP = Sangat Tidak Penting

No	Indikator Pelayanan	Tingkat Kepentingan			
		SP	P	TP	STP
<b>A. Keandalan (Reliability)</b>					
1	Sikap simpatik karyawan pada nasabah				
2	Perlakuan yang sama bagi setiap nasabah				
3	Perhitungan teller yang akurat				
<b>B. Daya Tanggap (Responsiveness)</b>					
1	Pelayanan yang cepat dan tanggap				
2	Kesigapan dalam melayani nasabah				
3	Cepat tanggap dalam menangani keluhan nasabah				
<b>C. Keyakinan (Assurance)</b>					
1	Keramahtamahan pada nasabah				
2	Pengetahuan karyawan terhadap produk yang ada				
3	Kesopanan karyawan pada nasabah				
<b>D. Empati (Empaty)</b>					
1	Kemudahan nasabah untuk menghubungi BMT Bina Insani				
2	Ketrampilan karyawan dalam berkomunikasi dengan nasabah				
3	Ketersediaan uang sesuai dengan kebutuhan				
<b>E. Berujud (Tangibles)</b>					
1	Ketersediaan tempat parkir				
2	Kebersihan ruangan BMT Bina Insani				
3	Kerapihan ruangan BMT Bina Insani				
4	Kenyamanan ruangan BMT Bina Insani				
5	Penampilan karyawan yang rapih dan menarik				

### C. Tanggapan Mengenai Tingkat Pelaksanaan atas Kualitas Pelayanan

**Petunjuk pengisian:**

Berilah tanda silang (X) pada kolom yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari pilih sesuai dengan apa yang dilihat/dirasakan atas penilaian pelaksanaan .

**Keterangan:**

1. SS = Sangat Setuju

3. TS = Tidak Setuju

2. S = Setuju

4. STS = Sangat Tidak Setuju

No	Indikator Pelayanan	Tingkat Pelaksanaan			
		SS	S	TS	STS
<b>A. Keandalan (Reliability)</b>					
1	Karyawan BMT Bina Insani bersikap simpatik pada nasabah				
2	Karyawan BMT Bina Insani tidak membedakan pelayanan kepada nasabah				
3	Teller BMT Bina Insani menghitung teliti				
<b>B. Daya Tanggap (Responsiveness)</b>					
1	Karyawan BMT Bna Insani cepat tanggap dalam melayani nasabah				
2	Karyawan BMT Bna Insani sigap dalam melayani nasabah				
3	BMT Bna Insani cepat dalam menanggapi keluhan dari nasabah				
<b>C. Keyakinan (Assurance)</b>					
1	Karyawan BMT Bna Insani ramah pada nasabah				
2	Karyawan BMT Bna Insani mempunyai pengetahuan tentang produk-produk yang ada				
3	Karyawan BMT Bna Insani sopan pada nasabah				
<b>D. Empati (Empaty)</b>					
1	Nasabah mudah untuk menghubungi BMT Bina Insani				
2	Karyawan BMT Bina Insani dapat berkomunikasi dengan baik pada nasabah				
3	BMT Bina Insani memberikan ketersediaan uang sesuai dengan kebutuhan nasabah				
<b>E. Berujud (Tangibles)</b>					
1	Tempat parkir di BMT Bina Insani luas				
2	Ruangan BMT Bina Insani bersih				
3	Ruangan BMT Bina Insani rapih				
4	Ruangan BMT Bina Insani nyaman				
5	Penampilan karyawan BMT Bina Insani rapih dan menarik				

# Tabulasi Jawaban Responden

## 1. Tingkat Harapan

NO	A1	A2	A3	X1	B1	B2	B3	X2	C1	C2	C3	X3	D1	D2	D3	X4	E1	E2	E3	E4	E5	X5
1	2	2	3	7	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	4	3	3	2	2	14
2	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	12	2	3	3	8	3	3	4	3	4	17
3	3	3	4	10	4	2	3	9	3	4	3	10	4	4	3	11	3	4	3	3	3	16
4	4	4	4	12	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	4	4	3	3	3	17
5	3	3	4	10	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	4	4	3	3	3	17
6	3	3	4	10	3	3	3	9	4	4	3	11	3	3	3	9	4	4	4	4	3	19
7	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	4	3	3	3	3	16
8	3	4	4	11	3	3	3	9	4	3	3	10	2	3	2	7	3	3	3	3	3	15
9	4	4	4	12	3	3	2	8	3	3	3	9	2	3	2	7	3	3	3	3	4	16
10	3	4	4	11	3	3	2	8	4	3	4	11	2	2	3	7	4	3	3	3	2	15
11	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	12	2	3	2	7	4	4	4	4	3	19
12	4	4	4	12	3	3	3	9	4	3	4	11	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20
13	3	4	4	11	3	3	3	9	4	4	4	12	2	4	3	9	3	3	3	3	1	13
14	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	3	3	15
15	3	4	4	11	3	3	2	8	4	2	4	10	3	3	3	9	2	2	3	3	2	12
16	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	12	3	2	2	7	4	4	4	4	2	18
17	4	4	4	12	3	3	4	10	4	3	4	11	2	2	2	6	4	3	3	3	3	16
18	4	4	4	12	3	3	3	9	4	3	4	11	4	4	4	12	3	3	3	3	3	15
19	3	3	4	10	4	3	4	11	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	4	2	18
20	3	4	4	11	3	3	3	9	4	1	3	8	4	4	4	12	3	3	3	3	3	15

21	4	3	4	11	3	3	3	9	3	4	4	11	3	3	3	9	4	3	3	3	4	17
22	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12	3	3	3	9	4	4	4	4	4	20
23	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
24	3	3	3	9	4	3	4	11	3	3	3	9	3	4	3	10	3	4	3	3	4	17
25	3	4	4	11	4	4	4	12	4	3	4	11	3	4	4	11	4	3	4	4	3	18
26	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	4	4	20
29	4	3	4	11	4	4	3	11	4	3	3	10	3	4	4	11	3	4	4	4	4	19
30	3	4	3	10	4	4	3	11	3	4	3	10	3	4	4	11	3	4	4	4	3	18

## 2. Tingkat Pelaksanaan

1	A1	A2	A3	X1	B1	B2	B3	X2	C1	C2	C3	X3	D1	D2	D3	X4	E1	E2	E3	E4	E5	X5
2	2	3	3	8	2	3	3	8	2	2	3	7	3	3	3	9	2	3	2	2	3	12
3	2	4	3	9	2	2	1	5	2	2	2	6	2	2	2	6	1	2	2	2	3	10
4	3	4	3	10	3	4	4	11	3	4	4	11	3	4	4	11	4	4	4	3	3	18
5	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	4	10	4	4	3	3	3	17
6	3	3	4	10	3	3	3	9	4	3	3	10	3	4	3	10	4	3	3	2	3	15
7	3	3	4	10	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9	4	4	4	3	3	18
8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
9	2	3	3	8	2	2	2	6	3	3	3	9	2	3	2	7	2	3	3	2	3	13
10	3	3	3	9	2	2	2	6	3	3	3	9	2	3	2	7	2	3	3	2	3	13
11	2	2	2	6	3	3	2	8	3	2	3	8	2	2	3	7	2	2	2	3	3	12
12	2	2	2	6	3	3	2	8	2	3	3	8	2	3	2	7	2	3	3	3	2	13
13	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
14	4	3	4	11	3	3	3	9	3	2	4	9	2	4	3	9	3	3	3	3	3	15
15	3	2	4	9	3	2	2	7	3	2	3	8	2	3	3	8	2	3	2	3	3	13
16	4	3	4	11	3	4	3	10	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15
17	2	2	3	7	2	2	2	6	2	2	2	6	3	2	2	7	2	2	2	2	2	10
18	4	3	2	9	2	2	1	5	3	2	3	8	2	2	2	6	1	3	2	2	3	11
19	2	3	4	9	3	3	4	10	3	4	3	10	4	4	4	12	3	3	3	4	3	16
20	3	3	4	10	3	3	3	9	4	4	3	11	3	3	3	9	4	3	3	3	3	16
21	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
22	3	3	3	9	2	2	2	6	2	3	2	7	2	2	3	7	2	3	2	2	3	12
23	2	3	3	8	2	2	2	6	2	3	2	7	2	2	2	6	3	3	3	2	3	14
24	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15

25	2	3	3	8	2	2	2	6	3	3	3	9	3	3	2	8	2	3	3	3	3	14
26	4	4	4	12	2	2	2	6	2	2	3	7	3	2	2	7	3	3	2	2	2	12
27	2	2	3	7	2	2	2	6	2	3	2	7	3	3	3	9	2	2	2	2	2	10
28	3	3	4	10	4	3	3	10	3	3	4	10	4	4	3	11	3	4	4	4	4	19
29	3	4	4	11	3	3	3	9	4	3	4	11	3	4	4	11	3	4	4	4	3	18
30	2	3	3	8	2	2	2	6	3	3	3	9	2	3	2	7	2	3	3	2	3	13
	3	3	4	10	3	2	2	7	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	2	3	3	13

# Validitas Tingkat Harapan

## Correlations

Correlations

		a1	a2	a3	x1
a1	Pearson Correlation	1	.560**	.537**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30
a2	Pearson Correlation	.560**	1	.542**	.855**
	Sig. (2-tailed)	.001	.	.002	.000
	N	30	30	30	30
a3	Pearson Correlation	.537**	.542**	1	.789**
	Sig. (2-tailed)	.002	.002	.	.000
	N	30	30	30	30
x1	Pearson Correlation	.855**	.855**	.789**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		b1	b2	b3	x2
b1	Pearson Correlation	1	.381*	.462*	.793**
	Sig. (2-tailed)	.	.038	.010	.000
	N	30	30	30	30
b2	Pearson Correlation	.381*	1	.247	.702**
	Sig. (2-tailed)	.038	.	.187	.000
	N	30	30	30	30
b3	Pearson Correlation	.462*	.247	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.010	.187	.	.000
	N	30	30	30	30
x2	Pearson Correlation	.793**	.702**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



## Correlations

Correlations

		c1	c2	c3	x3
c1	Pearson Correlation	1	.030	.539**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.	.877	.002	.000
	N	30	30	30	30
c2	Pearson Correlation	.030	1	.350	.707**
	Sig. (2-tailed)	.877	.	.058	.000
	N	30	30	30	30
c3	Pearson Correlation	.539**	.350	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.002	.058	.	.000
	N	30	30	30	30
x3	Pearson Correlation	.657**	.707**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		d1	d2	d3	x4
d1	Pearson Correlation	1	.431*	.537**	.787**
	Sig. (2-tailed)	.	.017	.002	.000
	N	30	30	30	30
d2	Pearson Correlation	.431*	1	.671**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.017	.	.000	.000
	N	30	30	30	30
d3	Pearson Correlation	.537**	.671**	1	.884**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.	.000
	N	30	30	30	30
x4	Pearson Correlation	.787**	.835**	.884**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		e1	e2	e3	e4	e5	x5
e1	Pearson Correlation	1	.479**	.367*	.340	.105	.596**
	Sig. (2-tailed)	.	.007	.046	.066	.580	.001
	N	30	30	30	30	30	30
e2	Pearson Correlation	.479**	1	.591**	.637**	.346	.811**
	Sig. (2-tailed)	.007	.	.001	.000	.061	.000
	N	30	30	30	30	30	30
e3	Pearson Correlation	.367*	.591**	1	.890**	.315	.823**
	Sig. (2-tailed)	.046	.001	.	.000	.090	.000
	N	30	30	30	30	30	30
e4	Pearson Correlation	.340	.637**	.890**	1	.301	.825**
	Sig. (2-tailed)	.066	.000	.000	.	.106	.000
	N	30	30	30	30	30	30
e5	Pearson Correlation	.105	.346	.315	.301	1	.634**
	Sig. (2-tailed)	.580	.061	.090	.106	.	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x5	Pearson Correlation	.596**	.811**	.823**	.825**	.634**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

# Validitas Tingkat Pelaksanaan

## Correlations

Correlations

		a1	a2	a3	x1
a1	Pearson Correlation	1	.411*	.438*	.816**
	Sig. (2-tailed)	.	.024	.015	.000
	N	30	30	30	30
a2	Pearson Correlation	.411*	1	.355	.731**
	Sig. (2-tailed)	.024	.	.054	.000
	N	30	30	30	30
a3	Pearson Correlation	.438*	.355	1	.775**
	Sig. (2-tailed)	.015	.054	.	.000
	N	30	30	30	30
x1	Pearson Correlation	.816**	.731**	.775**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		b1	b2	b3	x2
b1	Pearson Correlation	1	.678**	.684**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
b2	Pearson Correlation	.678**	1	.785**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	30	30	30	30
b3	Pearson Correlation	.684**	.785**	1	.929**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	30	30	30	30
x2	Pearson Correlation	.862**	.908**	.929**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		c1	c2	c3	x3
c1	Pearson Correlation	1	.455*	.636**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.	.012	.000	.000
	N	30	30	30	30
c2	Pearson Correlation	.455*	1	.249	.737**
	Sig. (2-tailed)	.012	.	.185	.000
	N	30	30	30	30
c3	Pearson Correlation	.636**	.249	1	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.185	.	.000
	N	30	30	30	30
x3	Pearson Correlation	.870**	.737**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		d1	d2	d3	x4
d1	Pearson Correlation	1	.543**	.591**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.	.002	.001	.000
	N	30	30	30	30
d2	Pearson Correlation	.543**	1	.639**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.002	.	.000	.000
	N	30	30	30	30
d3	Pearson Correlation	.591**	.639**	1	.876**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.	.000
	N	30	30	30	30
x4	Pearson Correlation	.824**	.858**	.876**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		e1	e2	e3	e4	e5	x5
e1	Pearson Correlation	1	.646**	.688**	.470**	.289	.818**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.009	.121	.000
	N	30	30	30	30	30	30
e2	Pearson Correlation	.646**	1	.789**	.559**	.543**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
e3	Pearson Correlation	.688**	.789**	1	.618**	.512**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30
e4	Pearson Correlation	.470**	.559**	.618**	1	.495**	.777**
	Sig. (2-tailed)	.009	.001	.000	.	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30
e5	Pearson Correlation	.289	.543**	.512**	.495**	1	.641**
	Sig. (2-tailed)	.121	.002	.004	.005	.	.000
	N	30	30	30	30	30	30
x5	Pearson Correlation	.818**	.870**	.903**	.777**	.641**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).