

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi ini persaingan bisnis sudah menjadi permasalahan bagi setiap perusahaan dalam menghadapi persaingan sehingga menuntut setiap perusahaan untuk bersikap dan bertindak agar perusahaan tidak kalah dalam bisnisnya. Perusahaan yang mampu bertahan, diperlukan juga pengelolaan manajemen yang baik dan bagaimana kualitas pelayanan yang baik. Hal yang menjadi pertimbangan utama agar perusahaan tetap bertahan adalah mempertahankan pelanggannya.

Salah satu bisnis yang berperan penting di Indonesia yaitu bisnis perbankan. Menurut Hasibuan (2005:2) “Bank adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk asset keuangan (*financial assets*) serta bermotif profit juga sosial, jadi bukan hanya mencari keuntungan saja”. Bank sebagai perantara dalam menghimpun dana maupun sebagai penyalur dana masyarakat, idealnya dana dari masyarakat merupakan dana pokok yang harus dikelola bank untuk mencari keuntungan. Seiring dengan berjalanya waktu bisnis perbankan semakin ketat, hal itu ditandai dengan banyak munculnya bank asing yang masuk ke Indonesia. Sehingga bank-bank dari pemerintah maupun swasta juga semakin cepat menunjukkan perkembangannya dalam mencari nasabah sebanyak-banyaknya, dengan berbagai penawaran produk, suku bunga yang rendah serta memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk menarik hati nasabah.

Pada dasarnya, setiap perusahaan dalam memasarkan produknya memiliki tujuan, secara umum tujuan perusahaan yaitu mencapai dan meningkatkan keuntungan melalui volume penjualan yang menguntungkan, artinya laba itu dapat diperoleh dari pemuasan konsumen. Kepuasan konsumen berasal dari pelayanan yang memuaskan.

Layanan yang prima kepada konsumen merupakan suatu keharusan bila perusahaan perbankan tidak ingin tergeser dari persaingan bisnis. Kini pelayanan kepada nasabah bukan suatu keunggulan kompetitif lagi namun sudah menjadi sebuah keharusan karena pada industri perbankan menjual jasa. Pelayanan kepada nasabah merupakan unjuk tombak yang membuat perusahaan perbankan dapat bertahan dalam persaingan yang cukup ketat.

Suryani (2014), berdasarkan hasil penelitiannya membuktikan bahwa faktor yang paling mampu menjelaskan kualitas pelayanan adalah faktor keandalan komunikasi. Faktor ini terdiri dari (1) Tidak adanya kesalahan dalam transaksi; (2) Perhatian terhadap masalah antrian; (3) Kemampuan karyawan memberi penjelasan mengenai produk yang ditawarkan; dan (4) Kemampuan karyawan melakukan koreksi dengan cepat pada waktu terjadi kekeliruan. Faktor kedua adalah inovasi produk terdiri dari (1) Karyawan memberi ucapan selamat datang atau sambutan lain ketika pelanggan datang–pulang; (2) Karyawan mendengarkan dengan baik setiap keluhan yang disampaikan oleh nasabah; (3) Produk dan jasa yang diberikan bank sangat menarik dan inovatif; dan (4) Jenis produk dan jasa bank sangat beragam. Faktor ketiga adalah aspek fisik terdiri dari (1) Kebersihan ruangan; dan (2) Penampilan fisik dan kerapian karyawan.

Penelitian yang dilakukan oleh Muluk (2008), tentang kualitas pelayanan perbankan dengan menggunakan Metode *Servqual* menghasilkan beberapa prioritas perbaikan layanan yaitu; harus ada keinginan karyawan untuk segera melayani nasabah dengan tanggap, kemudahan pihak karyawan untuk dihubungi atau ditemui oleh nasabah, kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan jasa atau pelayanan secara tepat dan akurat dan ketersediaan fasilitas fisik yang mendukung pelayanan. Selain itu, penelitian ini juga menghasilkan prioritas perbaikan layanan seperti peningkatan kemampuan karyawan dalam memberikan layanan dengan baik dan teliti, kemampuan karyawan dalam menepati layanan yang dijanjikan, kemampuan karyawan dalam menyelesaikan pelayanan dengan tuntas, serta ketersediaan fasilitas kursi tunggu yang tidak memadai pada area pelayanan.

Meningkatnya ekonomi, kemajuan teknologi dan penambahan penduduk di Kota Pontianak menciptakan kebutuhan yang tinggi terhadap jasa perbankan untuk mempermudah dan mendukung kegiatan perekonomian. Bank dituntut untuk dapat lebih tanggap kepada kualitas pelayanan yang diberikan kepada nasabah.

Semakin berkembangnya perbankan di Kota Pontianak, semakin banyak bank umum yang hadir untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat Pontianak. Salah satunya ialah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada merupakan salah satu bank BUMN yang kegiatan utamanya sama seperti bank-

bank lain, yang menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali kepada masyarakat dalam bentuk pemberian kredit dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat. Lokasi kantor Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada yang strategis memberikan kemudahan bagi nasabah untuk datang langsung di lokasi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada dengan menggunakan kendaraan apa saja.

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada merupakan satu dari dua Kantor Cabang BRI yang berada di dalam jajaran Kantor Wilayah Pontianak, Kalimantan Barat bertempat di Jalan Gajah Mada No. 45A Pontianak, yang diresmikan pada tanggal 4 November 2014 dengan Pimpinan Cabang Bapak Arie Wibowo. Lokasi bisnis perbankan yang cukup strategis serta didukung tiga KCP. Sebelum diangkat menjadi Kantor Cabang PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada sejak tahun 2002 adalah Kantor Cabang Pembantu. Kantor Cabang yang pertama di Jalan Barito yang sekarang dipimpin oleh bapak Anugro Lestariyo, dibawah supervisi Kantor Cabang Barito ada 2 KCP, 3 Kantor Kas, 19 Unit, 19 Teras. Sedangkan wilayah, masuk ke wilayah Jakarta 3, Pimpinan wilayah adalah bapak Widodo Januarso.

Tabungan BritAma Umum adalah produk tabungan pihak ketiga dalam mata uang Rupiah (IDR) yang penyetoran dan pengambilannya tidak dibatasi baik frekuensi maupun jumlahnya sepanjang memenuhi ketentuan. Keunggulan produk Britama yaitu transaksi *real time online*, kemudahan bertransaksi disetiap unit kerja BRI dan ATM BRI seluruh Indonesia, aksesibilitas kartu ATM atau Debit

BRI di jaringan BRI, ATM Bersama, Link, Prima, Cirrus, Maestro dan MasterCard baik di dalam maupun di luar negeri, gratis asuransi kecelakaan.

Adapun pelayanan pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada dalam membuka rekening produk tabungan BritAma Umum pada awalnya nasabah jika ingin melakukan pembukaan rekening, hal yang pertama kali dilakukan adalah mendatangi *customer service* untuk bertanya mengenai tahap-tahap pembukaan rekening. Setelah itu *customer service* akan menjelaskan tentang syarat-syarat tersebut kemudian nasabah akan diberi formulir pembukaan rekening dari pihak bank yang wajib diisi. Setelah nasabah memenuhi syarat tersebut maka *customer service* akan memproses data nasabah tersebut untuk di entry pada database yang digunakan. Lalu setelah itu *customer service* meminta persetujuan kepada kepala unit mengotorisasi nomor rekening tersebut kemudian oleh *customer service* diserahkan kepada *teller* untuk membayar biaya setoran awal kemudian oleh *teller* menyerahkan buku tabungan nasabah tersebut. Kemudian nasabah akan diberi fasilitas berupa buku tabungan dan kartu ATM.

Pada Tabel 1.1 berikut ini adalah jenis tabungan dan jumlah nasabah produk tabungan/simpanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada dari tahun 2013 sampai dengan 2015:

Tabel 1.1
PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada
Jenis Tabungan dan Jumlah Nasabah Produk Tabungan/Simpanan
Tahun 2013-2015

No.	Jenis Tabungan Simpanan	Jumlah Nasabah (Orang)		
		2013	2014	2015
1.	BritAma Umum	5.042	6445	9074
2.	BritAma Bisnis	228	393	714
3.	BritAma Rencana	0	3	25
4.	BritAma Junio	633	765	1560
5.	Simpedes	3.256	5377	7376
6.	Tabunganku	51	169	1123
7.	Tabungan Haji	109	127	126

Sumber: PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada, 2016

Dari tabel 1.1 dapat dilihat jenis tabungan dan jumlah jumlah nasabah produk tabungan dari tahun 2013 sampai dengan 2015, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada.

Pada Tabel 1.2 berikut ini adalah jumlah nominal produk tabungan/simpanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada dari tahun 2013 sampai dengan 2015:

Tabel 1.2
PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada
Jumlah Nominal Produk Tabungan/Simpanan
Tahun 2013-2015

No.	Produk Tabungan/Simpanan	Jumlah Tabungan (Rp)		
		2013	2014	2015
1.	BritAma Umum	56.542.517.311	50.306.822.493	63.274.098.808
2.	BritAma Bisnis	13.267.788.354	14.873.032.159	28.952.288.309
3.	BritAma Rencana	-	1.250.214	37.405.032
4.	BritAma Junio	2.557.169.186	3.170.412.032	3.164.877.947
5.	Simpedes	14.584.874.513	16.792.861.081	20.397.355.519
6.	Tabunganku	42.500.000	18.571.527	226.688.054
7.	Tabungan Haji	249.359.795	265.604.919	262.984.919

Sumber: PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada, 2016

Dari tabel 1.2 dapat dilihat jumlah nominal produk tabungan dari tahun 2013 sampai dengan 2015, PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada.

Pada Tabel 1.3 berikut ini adalah perkembangan simpanan nasabah produk tabungan BritAma Umum pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada dari tahun 2013 sampai dengan 2015:

Tabel 1.3
PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada
Perkembangan Simpanan Nasabah Produk Tabungan BritAma Umum
Tahun 2013-2015

Tahun	Nasabah (Orang)	Nominal (Rp)	Persentase (%)	
			Nasabah	Nominal
2013	5.042	56.542.517.311	-	-
2014	6.445	50.306.822.493	27,82	(11,02)
2015	9.074	63.274.098.808	40,79	25,77

Sumber: PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada, 2016

Tabel 1.3 tersebut dapat dilihat jika total simpanan nasabah produk tabungan BritAma Umum PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada pada tahun 2014 mengalami penurunan sebesar 11,02% dari tahun 2013 dan pada tahun 2015 mengalami kenaikan sebesar 25,77% dari tahun 2014. Namun jumlah perkembangan nasabah tiap tahunnya mengalami peningkatan, pada tahun 2014 mengalami kenaikan sebesar 27,82% dari tahun 2013 dan pada tahun 2015 jumlah nasabah meningkat lagi sebesar 40,79% dari tahun 2014.

Dari pengamatan awal penulis, ada nasabah BritAma Umum yang mengatakan bahwa kursi tunggu di dalam bank terlalu minim dan pelayanan

petugas yang dilakukan petugas melalui pembukaan rekening baru dan *costumer service* memakan waktu cukup lama. Petugas pelayanan dianggap masih kurang ramah, akan tetapi ada beberapa dari nasabah mengatakan bahwa proses pelayanan kini tidaklah terlalu lama jika dibandingkan dahulu dan petugas yang melakukan pelayanan cukup ramah dalam melayani. Selain itu ketersediaan tempat/lahan parkir yang belum nyaman.

Berdasarkan paparan di atas maka penulis ingin meneliti “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah Produk Tabungan Britama Umum Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada”.

B. Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Kualitas Pelayanan Yang Diberikan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada Kepada Nasabah Produk Tabungan Britama Umum?”.

C. Pembatasan Masalah

Agar ruang lingkup yang dibahas tidak menyimpang dari permasalahan yang telah dikemukakan, maka ruang lingkup yang dibahas dibatasi hanya pada variabel-variabel penentu kualitas jasa, yaitu keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan berwujud (*tangible*) khususnya pada nasabah produk tabungan BritAma Umum PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada.

D. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah “Untuk Mengetahui Kualitas Pelayanan Yang Diberikan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada Kepada Nasabah Produk Tabungan Britama Umum”.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

- a. Penelitian ini menjadi sarana untuk menambah wawasan penulis sehingga berpikir secara kritis, sistematis dan analitis.
- b. Sebagai implementasi ilmu yang didapatkan selama kuliah.
- c. Sebagai bahan perbandingan antara teori yang diperoleh di perkuliahan dengan permasalahan yang ada di lembaga khususnya dalam kualitas pelayanan kepada masyarakat.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*empathy*) dan berwujud (*tangible*) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada, khususnya kepada nasabah produk tabungan Britama Umum

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan informasi bagi rekan-rekan mahasiswa yang membaca dan nantinya dapat

digunakan sebagai gambaran/panduan bagi peneliti ilmiah lain yang memiliki hubungan dengan penelitian ini.

F. Kerangka Pemikiran

Kualitas pelayanan terpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan ukuran penilaian menyeluruh atas pelayanan yang baik. Apabila jasa yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan baik/ideal, dan sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan konsumen, maka kualitas pelayanan akan dipersepsikan sangat jelek/kurang ideal, sehingga kebutuhan dan keinginan konsumen merasa belum terpenuhi/terpuaskan.

Menurut Parasuman seperti yang dikutip oleh Tjiptono (2005:273), antara lain dengan memberikan pelayanan yang berkualitas yang meliputi lima dimensi, yaitu:

1. Keandalan (*reability*)
Keandalan merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk setiap pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
2. Daya tanggap (*responsivesess*)
Ketanggapan adalah suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
3. Jaminan (*assurance*)
Merupakan pengetahuan, kesopansatuan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen, antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.

4. Empati (*empathy*)

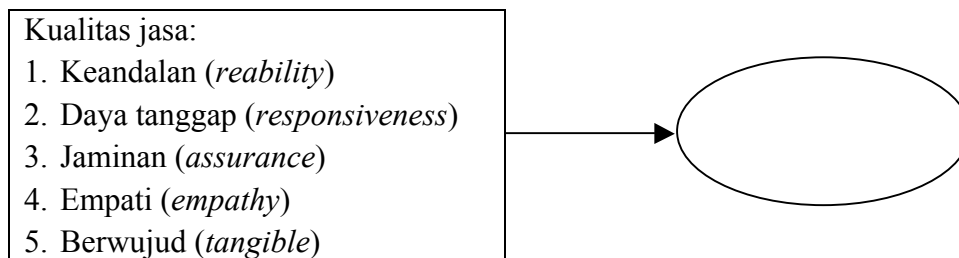
Yaitu sikap perusahaan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupa memahami keinginan konsumen, dimana suatu perusahaan diharapkan memberikan pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

5. Bukti fisik (*tangibles*)

Merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan bagi keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti fisik nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi fasilitas fisik (contohnya gedung, gudang, dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan yang digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

Kerangka berpikir dalam penelitian ini dituangkan kedalam Gambar 1.1:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Singarimbun dan Effendi Zuldafrial (2011:3) mengatakan bahwa “Metode survei merupakan penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data pokok”.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Yang berbentuk informasi langsung yang diperoleh dari mengajukan pertanyaan (kuesioner) yang berhubungan dengan obyek penelitian dilapangan yaitu kepada nasabah yang menggunakan produk tabungan BritAma Umum PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada. Adapun bagian-bagian dari data primer yaitu sebagai berikut:

1) Observasi

Menurut M. Hariwijaya M. Djaelani (2004:44) “Observasi ialah pengumpulan data secara sistematis melalui pengamatan dan pencatatan terhadap fenomena yang diteliti”. Di sini penulis mengadakan pengamatan secara langsung kegiatan kerja dan pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada.

2) Wawancara

Menurut Esterberg (2008: 410) “wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab”. Disini penulis melakukan tanya jawab langsung kepada pimpinan dan karyawan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada.

3) Kuesioner

Menurut Suroyo Anwar (2009:168) “Angket atau kuesioner merupakan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis tentang data faktual atau

opini yang berkaitan dengan diri responden, yang dianggap fakta atau kebenaran yang diketahui dan perlu dijawab oleh responden”. Dalam hal ini penulis memberikan atau mengajukan daftar pertanyaan tertulis kepada nasabah produk tabungan BritAma Umum PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada.

b. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2005:62) “Data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen”. Data sekunder yang dikumpulkan adalah studi dokumentasi, yaitu pengumpulan dokumen dokumen yang berhubungan dengan penelitian yang diperoleh dari data PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada, jurnal-jurnal dan buku-buku sebagai bahan teori.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi menurut Sugiono (2011:61) adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh jumlah nasabah produk tabungan BritAma Umum PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada pada tahun terakhir yaitu berjumlah 9.074 orang.

b. Sampel

Sampel menurut Sugiono (2011:16) adalah “Bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Dari jumlah populasi tersebut akan dilakukan penarikan sampel. Untuk menentukan ukuran sampel dapat digunakan rumus Slovin (Umar,2005:46) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Nilai kritis (persen kelonggaran karena ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi).

Dalam penelitian ini jumlah populasi nasabah produk tabungan BritAma Umum PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada sebanyak 9.074 orang dengan batas kesalahan yang diinginkan adalah 10%, maka dengan mengikuti perhitungan di atas maka hasilnya adalah:

$$n = \frac{9.074}{1 + 9.074 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{9.074}{91,74}$$

$$n = 98,90 = 100$$

Berdasarkan perhitungan di atas dengan jumlah populasi sebesar 9.074 nasabah maka ukuran sampel yang diperoleh sebesar 100 orang nasabah (pembulatan dari 98,90), dari sampel tersebut akan dipilih nasabah dengan ketentuan telah menjadi nasabah produk tabungan BritAma Umum pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode pengumpulan sampel secara sengaja (*purposive sampling*) artinya penarikan sampel berdasarkan pertimbangan mengingat adanya keterbatasan dana, waktu dan tenaga. Responden adalah penduduk Kota Pontianak yang telah menjadi nasabah produk tabungan BritAma Umum pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada.

4. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas merupakan kemampuan dari indikator-indikator untuk mengukur tingkat keakuratan sebuah kuesioner antara variabel bebas atau bauran pemasaran dan variabel dependen atau loyalitas konsumen. Artinya apakah kuesioner yang telah dibangun tersebut sudah valid atau belum. Menurut Sugiyono (2009:101): "Dikatakan valid apabila nilai korelasi di atas 0,256 (1%) dan 0,195 (0,5%)". Sedangkan untuk mengukur kevalidan kuesioner peneliti menggunakan program *software SPSS Statistics 17.0 for Windows*.

2) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur (kuesioner) dapat dipercaya/diandalkan. Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur didalam mengukur gejala yang sama antara variabel bebas atau bauran pemasaran dengan variabel terikat atau loyalitas konsumen, menurut Ghozali (2005:25) “Dikatakan reliabel jika nilai cronbach alpha lebih besar dari 0,60”.

b. Analisis Servqual

Adapun alat yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis *Service Quality (Servqual)*, yaitu analisis yang digunakan untuk mengukur harapan dan persepsi serta kesenjangan (*gap*) diantara keduanya.

1) Skala Pengukuran

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala likert, yaitu untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial. Skala likert yang digunakan terdiri dari skala untuk pernyataan persepsi dan harapan pengguna jasa. Dengan melihat jawaban dari responden melalui kuesioner yang disebar, kemudian dikelompokkan menurut jenisnya masing-masing dengan skor menggunakan 5 katagori dalam skala likert, yaitu:

Tabel 1.4
Skala Pernyataan Responden

Skala Pengukuran			
Harapan	Skor	Persepsi	Skor
Sangat Penting (SP)	5	Sangat Baik (SB)	5
Penting (P)	4	Baik (B)	4
Cukup Penting (CP)	3	Cukup Baik (CB)	3
Kurang Penting (KP)	2	Kurang Baik (KB)	2
Tidak Penting (TP)	1	Tidak Baik (TB)	1

2) Pengukuran *Servqual*

Pengukuran kualitas jasa dalam model *servqual* ini didasarkan pada skala multiitem yang dirancang untuk mengukur harapan dan persepsi pelanggan. Serta kesenjangan (*gap*) di antara keduanya pada lima dimensi kualitas jasa yaitu (*reliability, assurance, tangibles, empathy* dan *responsiveness*), kelima dimensi kualitas tersebut dijabarkan dalam beberapa butir pertanyaan untuk atribut harapan dan variabel persepsi berdasarkan skala likert.

Skor *Servqual* untuk tiap pasang pertanyaan bagi masing-masing pelanggan dapat dihitung berdasarkan rumus berikut Zeithaml dalam (Tjiptono, 2007:232):

$$\text{Skor } \textit{Servqual} = \text{Skor Persepsi} - \text{Skor Harapan}$$

Sumber: Tjiptono, (2007)

Data yang diperoleh dari kuesioner yang berisi pernyataan harapan dan persepsi nasabah produk tabungan BritAma Umum PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada:

- 1) *Item-by-item analysis*, yaitu analisis yang dilakukan terhadap setiap atribut pelayanan secara individu berkenaan dengan kualitas pelayanan.
- 2) *Dimension-by-dimension analysis*, yaitu analisis yang dilakukan terhadap setiap dimensi pelayanan secara individual berkenaan kualitas pelayanan.
- 3) Perhitungan ukuran tunggal kualitas jasa (*gap servqual*), yaitu analisis yang dilakukan untuk menghitung kesenjangan (*gap*) secara keseluruhan terhadap dimensi dan atribut pelayanan produk tabungan BritAma Umum pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada.

Dari hasil perhitungan *Skor Servqual* atribut dan dimensi pelayanan pelayanan produk tabungan BritAma Umum pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada, maka langkah selanjutnya adalah melakukan interpretasi terhadap kualitas pelayanan pada produk tabungan BritAma Umum PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada adalah sebagai berikut:

- 1) Jika skor harapan $>$ persepsi, maka diperoleh nilai *negative* (-), artinya PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada tidak baik terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

- 2) Jika skor harapan $<$ persepsi, maka akan diperoleh nilai (+), artinya harapan pengguna jasa bank terhadap atribut dan dimensi pelayanan produk tabungan BritAma Umum pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada tercapai, sehingga nasabah BritAma Umum merasa sangat baik dengan kualitas pelayanan yang diberikan.
- 3) Jika skor harapan = persepsi, maka akan diperoleh nilai nol (0), artinya harapan pengguna jasa bank terhadap atribut pelayanan produk tabungan Britama Umum pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk Cabang Pontianak Gajah Mada tercapai, sehingga nasabah produk tabungan BritAma Umum merasa baik dengan kualitas pelayanan yang diberikan.