

**LAPORAN PENELITIAN
DANA PNBP FEB**



**SURVEY PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN
PERBANKAN DI PROV. GORONTALO**

- | | |
|----------------------------|------------|
| 1. Idham M. Ishak, SE,M.Si | 0023047702 |
| 2. Hais Dama, SE,M.Si | 0005037306 |

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO
TAHUN 2014**

**HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN PENELITIAN DANA PNBP FEB**

Judul Kegiatan : PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN PERBANKAN
DI KOTA GORONTALO

KETUA PENELITI

A. Nama Lengkap : Idham Ishak, SE, M.Si
B. NIDN : 0023047702
C. Jabatan Fungsional : Lektor
D. Program Studi : S1 Manajemen
E. Nomor HP : 081356172233
F. Email :

Lama Penelitian Keseluruhan : 1 tahun
Penelitian Tahun Ke : 1
Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp 5.000.000,-
Biaya Tahun Berjalan : - Diusulkan Ke Lembaga : Rp 5.000.000,-
- Dana Internal PT : -
- Dana Institusi Lain : -

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

(Imran Rosman Hambali, S.Pd, SE, MSA)
NIP/NIK. 197008231999031005

Gorontalo, 20 November 2014
Ketua Peneliti,

(Idham Ishak, SE, M.Si)
NIP/NIK. 197704232005011001

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian

(Dr. Fitriyane Lihawa, M.Si)
NIP/NIK. 196912091993032001

**LAPORAN PENELITIAN
DANA PNPB FEB**



**SURVEY PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN
PERBANKAN DI PROV. GORONTALO**

- | | |
|----------------------------|------------|
| 1. Idham M. Ishak, SE,M.Si | 0023047702 |
| 2. Hais Dama, SE,M.Si | 0005037306 |

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO
TAHUN 2014**

**HALAMAN PENGESAHAN
PENELITIAN PENELITIAN DANA PNBP FEB**

Judul Kegiatan : PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP PELAYANAN PERBANKAN
DI KOTA GORONTALO

KETUA PENELITI

A. Nama Lengkap : Idham Ishak, SE, M.Si
B. NIDN : 0023047702
C. Jabatan Fungsional : Lektor
D. Program Studi : S1 Manajemen
E. Nomor HP : 081356172233
F. Email :

Lama Penelitian Keseluruhan : 1 tahun
Penelitian Tahun Ke : 1
Biaya Penelitian Keseluruhan : Rp 5.000.000,-
Biaya Tahun Berjalan : - Diusulkan Ke Lembaga : Rp 5.000.000,-
- Dana Internal PT : -
- Dana Institusi Lain : -

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

(Imran Rosman Hambali, S.Pd, SE, MSA)
NIP/NIK. 197008231999031005

Gorontalo, 20 November 2014
Ketua Peneliti,

(Idham Ishak, SE, M.Si)
NIP/NIK. 197704232005011001

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian

(Dr. Fitriyane Lihawa, M.Si)
NIP/NIK. 196912091993032001

ABSTRAK

Judul penelitian Persepsi masyarakat terhadap pelayanan perbankan di Kota Gorontalo, Kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang dapat membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelanggan akan merasa puas dan loyal jika kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan harapannya dan sebaliknya pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas jika kualitas layanan yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan harapannya. Oleh sebab itu yang menjadi fokus permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi masyarakat terhadap pelayanan perbankan di Provinsi Gorontalo yang dilihat dari dimensi *Tangible*, *Emphaty*, *reliability*, *responsibility*, dan *assurance*. metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data adalah survey dan melalui penyebaran kuisioner.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT karena hanya dengan berkah, rahmat, karunia, dan bimbingan-Nyalah saya dapat menyelesaikan penulisan penelitian ini. Disadari bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh karena itu saya dengan sepenuh hati mengharapakan dan menerima masukan berupa kritikan dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan karya ilmiah ini.

Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada bapak/ibu dan seluruh pihak yang telah membantu dalam penyusunan dan penulisan penelitian ini, semoga Allah SWT memberikan rahmat dan tafiknya kepada kita sekalian..amiiinn...

Demikian, akhirulkalam atas bantuan dan perhatian dari bapak/ibu, serta pihak yang telah membantu saya dalam penyelesaian tulisan ini, saya sampaikan banyak terima kasih, semoga amal kebaikan dan ibadah bapak/ibu semuanya diterima oleh Allah SWT.

Amiiiiin !!

Gorontalo, Desember 2014

Penulis

DAFTAR ISI

Lembar Pengesahan.

Daftar Isi

Abstrak

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan Penelitian	9

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Kualitas Pelayanan	9
B. Persepsi Kualoitas Pelayanan.....	11

BAB III. METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian	20
B. Objek Penelitian	20
C. Jenis dan Sumber Data	20
D. Biaya Penelitian	21

Daftar Pustaka

Lampiran- lampiran

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sebagai lembaga keuangan, salah satu tugas pokoknya bank adalah menghimpun dana dari masyarakat yang kelebihan dananya yang kemudian dana tersebut disalurkan kembali kepada masyarakat yang kekurangan dana dalam jangka waktu tertentu. Bank dalam menjalankan kegiatannya memiliki 3 fungsi utama (Kasmir : 2006) yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana dan menjalankan fungsi pelayanan. Penghimpunan dana dari masyarakat dapat dilakukan dalam bentuk tabungan, giro dan deposito, sementara fungsi bank dalam menyalurkan dana adalah dalam bentuk pemberian kredit baik kepada individu maupun kelompok (organisasi).

Saat ini persaingan dalam industri perbankan dalam menghimpun dana masyarakat semakin ketat dengan berbagai tawaran yang memikat, mulai dari penawaran kemudahan pelayanan penyeteroran dan pengambilan simpanan (*deposits*), pemberian hadiah dalam hitungan miliaran rupiah. Dana yang ada dalam suatu bank sebagian besar berasal dari dana simpanan. Rose (2000-105) menyatakan bahwa *“the bulk of commercial bank funds---more than three fourth of the total---comes from deposits. There are three main types of depositions, demand deposits, saving deposits, and time deposits.”* Ada tiga bentuk simpanan (*deposits*) dalam industri perbankan yaitu : giro yang merupakan simpanan masyarakat pada bank yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat, tabungan

merupakan simpanan masyarakat yang penarikannya dilakukan berdasarkan ketentuan tertentu, dan deposito yaitu simpanan yang penarikannya berdasarkan jangka waktu tertentu. Tujuan utama nasabah dalam menyimpan dana dalam bentuk *demand deposit* (simpanan giro) adalah untuk memperlancar pembayaran karena mudah dan lebih aman dari pada melakukan pembayaran secara tunai. Tujuan utama nasabah dalam menyimpan dalam bentuk *saving deposit* (simpanan tabungan) adalah untuk membentuk dana dalam membiayai pengeluaran yang bersifat tiba-tiba (tidak diduga) dimasa mendatang. Sementara tujuan utama nasabah menyimpan dana dalam bentuk *time deposit* (deposito berjangka) adalah untuk mendapatkan tingkat bunga yang lebih tinggi, namun untuk saat ini simpanan deposito tidak lagi terikat oleh waktu dalam hal penarikannya, melainkan telah disamakan dengan simpanan tabungan.

Fungsi untuk mencari dana dan selanjutnya menghimpun dana dalam bentuk simpanan, sangat menentukan pertumbuhan suatu bank. Hal ini disebabkan volume dana yang berhasil dihimpun atau disimpan tentunya akan menentukan pula volume dana yang dapat dikembangkan oleh bank tersebut dalam bentuk penanaman dana yang menghasilkan, seperti pemberian kredit, karena pentingnya dana masyarakat bagi bank, maka untuk mendapatkan dana tersebut bank diperhadapkan pada persaingan.

Dengan adanya persaingan yang begitu ketat saat ini, kualitas pelayanan mempunyai peranan yang sangat berpengaruh dalam pengembangan jasa perbankan. Mempertahankan pelanggan menjadi hal yang sangat penting bagi perusahaan jasa khususnya perbankan yang bergerak dalam consumer banking.

Kunci sukses di pasar persaingan perbankan bukan terletak pada bunga (harga) akan tetapi terletak pada distribusi pelayanan untuk menciptakan nasabah yang loyal dengan meretensi nasabahnya. Membuat nasabah tetap loyal adalah senjata utama yang harus dilakukan oleh suatu bank. Bank harus bisa menciptakan loyalitas tidak cukup hanya kepuasan, karena kepuasan bukanlah tujuan akhir. Perusahaan sebaiknya tidak boleh berhenti apabila telah memberikan kepuasan kepada nasabahnya, tetapi terus berupaya bagaimana menciptakan agar nasabah tersebut tidak berpindah ke bank lain dan nasabah menjadi semakin loyal. Penerapan Kualitas pelayanan yang baik akan dapat memuaskan nasabah dan pada akhirnya akan membuat nasabah loyal. Memiliki nasabah yang loyal merupakan aset dan kunci sukses sebuah bank karena dapat meningkatkan laba.

Kotler (2003),¹ mengatakan bahwa seorang pemasar harus berupaya untuk memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan pasar sasaran. Kebutuhan merupakan tuntutan dasar manusia. Kebutuhan itu menjadi keinginan bila di arahkan ke objek tertentu yang mungkin dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Keinginan dibentuk oleh lingkungan masyarakat seseorang, sedangkan permintaan adalah keinginan akan produk tertentu yang didukung oleh kemampuan untuk membeli. Perusahaan harus mengukur bukan saja berapa banyak orang yang menginginkan produk perusahaan melainkan juga berapa banyak yang akan benar-benar bersedia dan mampu membelinya. Oleh karena itu untuk mencapai sasaran organisasi adalah dengan mengenali kebutuhan (*needs*) dan keinginan (*wants*) dari pasar sasarnya dan memberikan kepuasan kepada

¹ Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management, International Edition*.

pelanggan dengan cara yang efektif dan efisien dibanding pesaingnya. Kepuasan pelanggan akan membangun loyalitas yang pada akhirnya akan memberikan keuntungan jangka panjang bagi perusahaan. Perusahaan-perusahaan sekarang berusaha untuk lebih memperhatikan hubungan yang timbul dari proses pemasaran yang berkelanjutan dalam rangka mempertahankan pelanggan (*Customer Relationship Marketing*), yang tujuannya adalah untuk membangun database dan meningkatkan loyalitas pelanggan serta mempertahankan pelanggan yang ada.

Hasil penelitian Parasuraman (1999), Cronin *et al.*, (1999), Caruana *et al.*, (2002), Gordon Fullerton *et al.*, (2002), Ruyter *et al.*, (1999), Blomer *et al.*, (1999), bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hal ini membuktikan bahwa kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang dapat membangun kepuasan dan loyalitas pelanggan. Pelanggan akan merasa puas dan loyal jika kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan harapannya dan sebaliknya pelanggan akan merasa kecewa atau tidak puas jika kualitas layanan yang diberikan perusahaan tidak sesuai dengan harapannya.

Faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan adalah kualitas layanan (*service Quality*). Bromeer, Ruyter and Peters (1999), Fullerton and Taylor (2002) dan Caruana (2002) mengemukakan bahwa kualitas layanan yang ditawarkan oleh suatu perusahaan akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Pengukuran kualitas jasa tampaknya sulit dilakukan karena menyangkut karakteristik jasa yang khas yaitu sifat tidak terwujud (*intangibility*),

keberagaman (*heterogenety*), tidak dapat dipisahkan (*inseparability*), dan tidak tahan lama (*perishability*). Secara konseptual, kualitas jasa didefinisikan sebagai keputusan global atau sikap yang berhubungan dengan keseluruhan keunggulan atau superioritas dari pelayanan (Parasuraman, *et al.*, 1995).

Tampilan fisik (*tangible*) yang diberikan perusahaan kepada pelanggan seperti fasilitas fisik, perlengkapan, keramahan pegawai/karyawan dan lain-lain akan mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Semakin pelanggan merasakan nilai *tangible* yang lebih yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi pula tingkat loyalitas pelanggan tersebut. Begitu pula dengan keandalan (*reliability*) dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Ketika pelanggan merasa bahwa pelayanan pihak perusahaan adalah cepat, akurat dan memuaskan maka akan berdampak pada tingginya loyalitas mereka terhadap produk/perusahaan tersebut.

Dimensi kualitas layanan berikutnya adalah daya tanggap (*responsiveness*) para karyawan perusahaan dalam melayani pelanggan. Hal ini yang paling diharapkan oleh para pelanggan adalah ketika pelayanan yang baik yang diberikan oleh para karyawan ketika melayani pelanggan. Hubungan kekeluargaan akan terbentuk jika karyawan perusahaan memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan. Hal ini berdampak pada tingkat loyalitas pelanggan terhadap perusahaan.

Selanjutnya dimensi jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*). Jaminan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya

karyawan terhadap pelanggan sementara empati mencakup hubungan, komunikasi, perhatian dan pemahaman kebutuhan pelanggan. Jika pelanggan merasa bahwa para karyawan perusahaan dapat memberikan jaminan dan empati kepada pelanggan maka mereka tidak lagi merasa ragu untuk tetap berkonsumsi pada perusahaan tersebut. Hal ini pula berdampak pada tingkat loyalitas pelanggan pada perusahaan. Berdasarkan uraian tersebut, dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa kualitas layanan dapat mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan. Untuk itu, konsep kualitas layanan dapat digunakan untuk melihat faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat loyalitas pelanggan.

Seperti halnya yang terjadi di Provinsi Gorontalo, dari hasil pantauan Bank Indonesia perwakilan Prov. Gorontalo menunjukkan bahwa komposisi LDR sampai dengan agustus tahun 2014 mengalami fluktuasi yang sangat signifikan. Bahkan untuk periode Agustus 2014 jumlah rekening nasabah terus menunjukkan penurunan dibanding bulan sebelumnya. Selengkapnya seperti pada tabel berikut ini:

Perkembangan Jumlah Rekening Nasabah pada Bank Umum di Prov. Gorontalo

No	Jenis Rekening	Jumlah Rekening				
		Des-12	Des-13	Jun-14	Jul-14	Aug-14
1	Giro	6.904	9.617	7.908	7.935	7.915
2	Deposito	3.389	3.627	3.646	3.674	3.771
3	Tabungan	412.832	575.722	585.189	579.270	560.102

	Jumlah Rek.	423.125	588.966	596.743	590.879	571.788
--	-------------	---------	---------	---------	---------	---------

Sumber data : Bank Indonesia Perwakilan Prov. Gorontalo 2014

Data diatas menunjukkan bahwa perkembangan jumlah rekening nasabah bank umum di provinsi Gorontalo sejak Desember tahun 2012 sampai dengan Juli 2014 mengalami pertumbuhan yang baik, namun memasuki bulan Agustus 2014 mengalami penurunan yang cukup signifikan. Diduga hal ini disebabkan beberapa hal antara lain adalah minat masyarakat Provinsi Gorontalo mulai turun yang dipicu oleh adanya pelayanan dan regulasi serta kebijakan perbankan yang sering berubah-ubah, dan yang juga persepsi masyarakat terhadap bank utamanya terhadap pelayanan bank yang kurang baik jika dibanding dengan pelayanan yang diberikan oleh lembaga keuangan non bank.

B. Identifikasi Masalah

Adapun identifikasi masalah yang didapat dari latar belakang diatas meliputi :

1. Tardapatnya gab antara kualitas pelayanan yang diharapkan dan dirasakan oleh nasabah khususnya nasabah simpanan pada Bank di Provinsi Gorontalo
2. Menurunnya minat masyarakat dalam menabung yang terlihat pada menurunnya jumlah simpanan dana nasabah.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah tersebut diatas, maka permasalahan yang dapat di rumuskan dari penelitian ini adalah Bagaimana persepsi masyarakat

terhadap pelayanan perbankan di Provinsi Gorontalo yang dilihat dari dimensi *Tangible, Emphaty, reliability, responsibility, dan assurance.*

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan informasi yang jelas tentang beberapa faktor (dimensi) kualitas layanan yang dapat memberikan kepuasan dan loyalitas nasabah perbankan di Prov. Gorontalo, dan memberikan informasi yang berupa faktor (dimensi) kualitas pelayanan manakah yang sangat berpengaruh yang dapat memberikan kepuasan dan loyalitas terhadap nasabah.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas mengalami perkembangan mulai dari konsep yang *transcendent* yang mana kualitas hanya dipahami setelah pembuktian obyek yang menunjukkan karakteristiknya hingga definisi yang bersifat *strategy based* yang mana kualitas merupakan suatu strategi bisnis mendasar dalam rangka memenangkan persaingan melalui pemenuhan sepenuhnya terhadap harapan implisit dan eksplisit dari pelanggan internal maupun eksternal. Perkembangan ini menunjukkan adanya kecenderungan menuju *Total Quality Management (TQM)* yang memfokuskan pada kepuasan pelanggan baik internal maupun eksternal dengan memanfaatkan segenap sumber daya pada semua level organisasi.

Meskipun para ahli telah mendefinisikan kualitas dari berbagai sudut pandang yang berbeda-beda namun tidak ada definisi yang diterima secara universal, tetapi terdapat berbagai kesamaan yaitu :

- Kualitas meliputi usaha untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
- Kualitas mencakup kondisi yang selalu berubah (apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas untuk masa yang akan datang).

Berangkat dari perbedaan perspektif tentang kualitas, (Tjiptono, 2005)² mendefinisikan kualitas yang lebih luas yaitu “kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas sebagai bagian penting dalam proses strategi memiliki berbagai implikasi seperti :

- a. *Company reputation.* Sebuah perusahaan dapat memprediksikan reputasinya dari aspek kualitas sehingga akan memberikan penilaian baik atau buruk. Kualitas akan nampak dari produk perusahaan, keterampilan pekerja dan hubungan dengan supplier.
- b. *Product liability.* Kemampuan perusahaan dalam mendesain suatu produk, prosedur, mengeliminir kegagalan dalam pendistribusian merupakan bagian penting dari aspek kualitas dengan penetapan standar-standar kerja.
- c. *Global implication.* Secara teknologi, kualitas bersifat global. Dalam perkembangan dunia, suatu produk/jasa juga harus menunjukkan kualitas kelas dunia, harga, serta desain yang memadai. (Heizer & Render, 2001).

Garvin (Nasution, 2001) mendefinisikan delapan dimensi kualitas khususnya yang berkenaan dengan karakteristik produk, yaitu :

- a. *Performance,* yang berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli suatu produk.

² *Service Quality and Satisfaction, 2005*

- b. *Features*, merupakan aspek kedua yang menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.
- c. *Reliability*, berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara berhasil dalam periode tertentu dalam kondisi tertentu.
- d. *Conformance*, berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
- e. *Durability*, ukuran masa pakai suatu produk atau merupakan daya tahan suatu produk saat dipakai oleh pelanggan.
- f. *Service ability*, merupakan karakteristik yang berkaitan dengan kecepatan, kesopanan, kompetensi kemudahan serta akurasi dalam perbaikan.
- g. *Aesthetics*, merupakan karakteristik yang menyangkut keindahan yang bersifat subyektif atau pilihan individual.
- h. *Perceived quality*, berkenaan dengan persepsi pelanggan dalam mengkonsumsi produk, misalnya meningkatkan prestise pengguna. Karakteristik ini biasanya berkaitan dengan *brand name* dan *image*.

B. Persepsi Kualitas Layanan

Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang menentukan keberhasilan perusahaan dalam memasarkan barang/jasa yang dihasilkan kepada pelanggan, sebab jika tidak maka pelanggan akan berpindah pada perusahaan lain.

Freddy Rangkuty (2002) memberikan definisi tentang persepsi sebagai proses dimana individu memilih, mengorganisasikan serta mengartikan stimulus yang diterima melalui alat inderanya menjadi suatu makna. Meskipun demikian, makna dari proses persepsi tersebut juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu individu yang bersangkutan. Sementara persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa berpengaruh terhadap tingkat kepentingan pelanggan, kepuasan pelanggan dan nilai.

Menurut Tjiptono (2005) mengatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh besar pada kepuasan pelanggan, *word-of-mouth communication*, pembelian ulang, loyalitas pelanggan, pangsa pasar dan profitabilitas. Setelah pelanggan mengevaluasi kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan/organisasi dan memenuhi harapan akan menimbulkan perasaan puas dan sebaliknya kualitas layanan yang tidak memenuhi harapan pelanggan akan menimbulkan rasa ketidakpuasan. Pelanggan yang puas terhadap layanan yang diberikan perusahaan akan melakukan pembelian ulang secara terus menerus sehingga akan menimbulkan perasaan loyalitas terhadap barang/jasa.

Tingkat kualitas pelayanan merupakan aspek krusial dalam penawaran jasa total. Kualitas layanan merupakan salah satu faktor penting yang digunakan pelanggan untuk mengevaluasi kinerja jasa suatu perusahaan dibandingkan dengan penawaran perusahaan lain. Dalam pemasaran barang, kualitas merupakan tingkat kinerja suatu barang sedangkan dalam pemasaran jasa kualitas layanan adalah persepsi terhadap kinerja layanan. Kualitas layanan yang tinggi adalah

kinerja layanan yang diharapkan melebihi atau sama dengan kinerja yang dipersepsikan oleh pelanggan.

Menurut Parasuraman, Zeithalm (1988)³ *Service Quality* dapat didefinisikan sebagai tingkat perbedaan antara ekspektasi dengan persepsi pelanggan. Ekspektasi pelanggan terhadap suatu pelayanan produk yang ditawarkan dipengaruhi oleh beberapa faktor yaitu:

1. *Word of mouth communication* yaitu segala sesuatu hal yang didengar atau yang diterima oleh pelanggan melalui orang lain.
2. *Personal needs* yaitu tingkat kebutuhan seseorang terhadap suatu produk/jasa dari perusahaan tertentu.
3. *Past experience* yaitu pengalaman yang telah diterima oleh pelanggan dalam mempergunakan produk/jasa suatu perusahaan tertentu.
4. *External communication* yaitu informasi yang disampaikan oleh perusahaan kepada publik.

Sementara itu Parasuraman, Zeithalm dan Berry (1985) melakukan penelitian mengenai *customer-perceived quality* pada industri jasa. Dalam penelitian tersebut mereka mengidentifikasi 5 gap yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa yaitu :

³ Parasuraman, A; V.A. Zeithalm; L.L Berry. "SERVQUAL" A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, Vol. 64

1. Gap antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan.

Pada kenyataannya pihak manajemen suatu perusahaan tidak selalu dapat merasakan atau memahami apa yang diinginkan para pelanggan secara tepat. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu jasa seharusnya didesain dan jasa-jasa pendukung/sekunder apa saja yang diinginkan pelanggan.

2. Gap antara persepsi manajemen terhadap harapan pelanggan dan spesifikasi kualitas jasa.

Kadangkala manajemen mampu memahami secara tepat apa yang diinginkan oleh pelanggan, tetapi mereka tidak menyusun suatu standar kinerja tertentu yang jelas. Hal ini bisa dikarenakan tiga faktor yaitu adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas jasa, kekurangan sumber daya dan penyampaian jasa.

3. Gap antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.

Ada beberapa penyebab terjadinya gap ini misalnya karyawan kurang terlatih (belum menguasai tugasnya), beban kerja melampaui batas, tidak dapat memenuhi standar kerja atau tidak mau memenuhi standar kinerja yang ditetapkan. Selain itu mungkin pula karyawan dihadapkan pada standar-standar yang kadangkala saling bertentangan satu sama lain.

4. Gap antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.

Seringkali harapan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan. Resiko yang dihadapi perusahaan adalah apabila janji yang diberikan ternyata tidak dapat dipenuhi.

5. Gap antara jasa yang dirasakan dan jasa yang diharapkan.

Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja/prestasi perusahaan dengan cara yang berlainan atau bisa juga keliru dalam mempersepsikan kualitas jasa tersebut.

Untuk perusahaan jasa, ada beberapa pakar pemasaran yang merumuskan dimensi atau faktor yang dipergunakan pelanggan dalam menilai kualitas, diantaranya rumusan dari Gronroos dan Parasuraman, *et al.*

Gronroos (1999)⁴ mengidentifikasi enam dimensi kualitas pelayanan yang dapat digunakan untuk menilai kualitas layanan, dimensi-dimensi tersebut adalah

1. *Professionalisme and skill.* Pelanggan menyadari bahwa pemberi jasa, karyawan, sistem operasi dan sumber daya fisik mempunyai pengetahuan dan keahlian yang diperlukan untuk memecahkan masalah-masalah mereka dengan cara yang profesional (kriteria yang berhubungan dengan hasil).
2. *Attitude and behaviour.* Pelanggan merasa bahwa para karyawan memperhatikan mereka dan berkepentingan dalam pemecahan masalah-

⁴ *Service Management and Marketing, 1999*

masalah mereka dengan cara-cara yang spontan dan akrab (kriteria berhubungan dengan proses).

3. *Accessibility and flexibility*. Pelanggan merasa bahwa pemberi jasa, lokasi kerja, jam operasi karyawan dan sistem operasi dirancang dan beroperasi sedemikian rupa sehingga memudahkan dalam memberi pelayanan dan dengan demikian mereka dipersiapkan untuk menyesuaikan diri terhadap permintaan dan keinginan konsumen secara *fleksibel* (kriteria yang berhubungan dengan proses).
4. *Reliability and trustworthiness*. Pelanggan mengetahui dan menyadari bahwa segala hal yang telah ditetapkan atau dijanjikan akan dipenuhi dan dilaksanakan dengan sepenuh hati oleh pemberi jasa, karyawan dan sistemnya (kriteria yang berhubungan dengan proses).
5. *Recovery*. Pelanggan menyadari bahwa bila hal-hal yang buruk atau hal-hal yang tidak diramal terjadi, pemberi jasa akan segera dan secara aktif mengambil tindakan untuk bisa mengontrol situasi dan mendapatkan pemecahan yang dapat diterima (kriteria yang berhubungan dengan proses).
6. *Reputation and credibility*. Pelanggan meyakini bahwa operasi dari penyedia jasa dapat dipercaya dan memberi nilai atau imbalan yang sesuai dengan pengorbanannya (kriteria yang berhubungan dengan image).

Sedangkan Parasuraman, *et al.*, (1985)⁵ mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa, yaitu :

1. *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberi jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.
2. *Responsiveness*, kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
3. *Competence*, bahwa setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
4. *Access*, meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemani.
5. *Courtesy*, meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para *contact personnel* (seperti resepsionis, operator telepon).
6. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.

⁵ A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research. *Journal of Marketing*, Vol 49.

7. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. *Credibility* mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi *contact personel* dan interaksi dengan pelanggan.
8. *Security*, yaitu aman dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan finansial (*financial security*), dan kerahasiaan (*confidentiality*).
9. *Understanding/knowing the costumer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
10. *Tangible*, yaitu bukti fisik dari jasa, biasa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representatif fisik dari jasa (seperti kartu kredit plastik).

Pada penelitian selanjutnya ke sepuluh dimensi kualitas pelayanan tersebut oleh Parasuraman *et al.*, (1988) dirangkum menjadi hanya lima dimensi pokok. Dimensi *competence*, *coursey*, *credibility* dan *security* disatukan menjadi jaminan (*assurance*), sedangkan dimensi *acces*, *communication*, dan *understanding/knowing the costumer* disatukan menjadi *empathy*. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut adalah :

1. *Tangible*, yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. *Empathy*, kemudahan menjalin relasi, meliputi perhatian individu pada pelanggan, kemudian dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan.

3. *Reliability*, yaitu kemampuan memberikan layanan jasa atau jasa yang diharapkan secara meyakinkan, akurat dan konsisten dan memuaskan.
4. *Responsiveness*, yaitu keinginan pra staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
5. *Assurance*, yaitu meliputi pengetahuan, sopan santun dan kemampuan karyawan menyampaikan kepastian dan kepercayaan.

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Pada penelitian ini menganalisis bagaimana persepsi masyarakat terhadap pelayanan bank di Provinsi Gorontalo yang ditinjau dari aspek *tangible* yakni pelayanan yang berbentuk fisik, *reliability* yaitu kehandalan dan konsistensi jasa bank, *responsibility* yaitu ketepatan dan kecepatan pelayanan, *assurance* yaitu jaminan adanya kepastian dalam pelayanan, dan yang terakhir adalah *empathy* yaitu ketrampilan dan keramahan dari petugas/karyawan bank.

Berdasarkan sifat permasalahan dari tujuan yang ingin di capai, penelitian ini bersifat *explanatory*. Suatu penelitian yang bersifat *explanatory* umumnya bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan dan pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain (Sugiono, 2002).

Penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan secara *Sistimatic Random Sampling*. Dalam model ini harapan dan persepsi diukur setelah pelayanan diberikan. Pendekatan ini menganggap bahwa harapan sebelum pelayanan diberikan adalah sama dengan harapan setelah pelayanan diberikan dan tidak menerangkan fakta bahwa harapan selalu berubah sebelum/setelah pelayanan diberikan (Babacus and Boller, 1992; Carman, 1990; Finn and Lamb, 1991; Parasuraman, Zeithalm and Berry, 1980).

3.2 Metoda Penelitian Yang Digunakan

3.2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan pendekatan ilmu ekonomi yang memfokuskan pada bidang pemasaran jasa. Secara lebih khusus lagi penelitian ini merupakan pendekatan pada aspek kualitas pelayanan menyangkut persepsi masyarakat terhadap pelayanan bank di Prov. Gorontalo. Pengamatan dilakukan terhadap para nasabah khususnya para nasabah simpanan giro, tabungan dan deposito, yang bertujuan ingin mendapatkan gambaran tentang kualitas pelayanan yang disampaikan oleh Bank di Prov. Gorontalo.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk memperoleh deskriptif tentang cirri-ciri variable kualitas pelayanan. Penelitian verifikatif bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variable melalui suatu pengujian hipotesis. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *descriptive survey* dan *explanatory survey*.

3.2.3. Sumber Data Dan Cara Menentukan

Untuk menentukan jumlah responden yang akan dijadikan sampel pada penelitian ini digunakan tehnik penentuan sampel yang minimal yang dianggap representative yakni dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{Nc^2 + 1} \quad (\text{Yamane dalam Jalaludin Rakhmad, 2000 : 82})$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel minimal

N = Ukuran populasi

D = Presisi yang digunakan

Penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yakni dengan menggunakan metode *systematic sampling* (sampling sistimatik). Metode ini dilakukan karena populasi yang sangat banyak/besar dan bersifat homogen. J. Suprpto (2000 : 282) mengatakan bahwa metode pengambilan sampel secara sistimatis yaitu pengambilan sampel dengan cara unsur-unsurnya dipilih secara sistimatis menurut suatu pola tertentu. Pada umumnya sampling sistimatis dapat dilakukan secara acak dimana pemilihan elemen yang pertama secara acak dipilih dari k yang pertama, kemudian pemilihan elemen lain selalu berjarak/kelipatan k , dimana k diperoleh dengan rumus :

3.2.4. Tehnik Pengumpulan Data

Jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer. Husein Umar (1997:43) berpendapat bahwa data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan, sedangkan data sekunder adalah data primer yang telah diolah lebih lanjut, baik oleh pihak pengumpul data primer atau pihak lain. Dalam mengumpulkan data diperlukan berbagai perangkat untuk mendapatkan data tersebut antara lain :

1. Wawancara.
2. Kuesioner.
3. Observasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Profil Perbankan di Provinsi Gorontalo.

Pada triwulan I tahun 2013 indikator perbankan di Provinsi Gorontalo menunjukkan perkembangan yang baik. Penghimpunan Dana Pihak Ketiga (DPK) pada Bank umum tercatat sebesar Rp. 3,21 triliun atau tumbuh sebesar 11,65%. Pada BPR penghimpunan DPK adalah sebesar Rp. 18,19 miliar atau tumbuh sebesar 10,47%. Sementara itu pelayanan kredit yang menggambarkan fungsi intermediasi pada bank umum tercatat sebesar Rp. 5,79 triliun atau tumbuh sebesar 22,20%. Pada BPR kredit yang disalurkan mencapai Rp. 26,95 miliar atau tumbuh sebesar 25,56%.

Rasio penyaluran kredit terhadap DPK pada triwulan laporan mencapai 179,91% pada bank umum dan 148,09% pada BPR. Sementara itu rasio kredit bermasalah (NPL) pada bank umum masih relative terjaga dengan persentasi 3,17%, sedangkan pada BPR tercatat tinggi sebesar 11,93%. (BI, Cabang Gorontalo).

Data perkembangan jumlah bank di Provinsi Gorontalo hingga triwulan I tahun 2013 adalah sebagai berikut:

- Bank umum konvensional 13 bank
- Bank umum syariah 3 bank
- BPR sebanyak 4 bank.

Sementara itu jaringan kantor bank umum di provinsi Gorontalo hingga triwulan terakhir tahun 2013 antara lain 20 kantor cabang, 35 kantor cabang pembantu, 2

kantor fungsional, 11 kantor kas dan 24 kantor unit. sedangkan jaringan kantor BPR terdiri atas 4 kantor pusat, 3 kantor cabang dan 1 kantor kas. (sumber BI cabang Gorontalo)

4.2 Karakteristik Nasabah

Dari hasil pengambilan data melalui penyebaran kuesioner kepada nasabah yang dijadikan responden, maka dapat diketahui karakteristik responden dengan harapan bahwa informasi ini dijadikan sebagai bahan masukan bagi perbankan dalam memperkirakan bentuk pelayanan yang bagaimana sesuai dengan karakteristik responden.

Untuk lebih jelasnya dalam karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

4.2.1. Karakteristik Nasabah Berdasarkan Jenis Kelamin.

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dari penelitian ini sebagian besar didominasi oleh kaum pria yakni sebesar 65% dibandingkan dengan kaum wanita yang hanya 35%. Hal ini menandakan bahwa jawaban mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas yang ada sebagian besar berasal dari kaum pria. Disisi lain ini juga menggambarkan bahwa sebagian besar nasabah Bank di Provinsi Gorontalo adalah kaum pria.

4.2.2. Karakteristik Nasabah Berdasarkan Usia.

Karakteristik responden berdasarkan usia dari hasil penyebaran kuesioner diketahui bahwa paling banyak adalah responden dengan usia 41 – 50 thn yakni

sebesar 54% , dan jumlah yang terendah adalah responden dengan usia kurang dari 20 thn yakni hanya 16%. Sisanya terbagi pada nasabah dengan usia 21 – 30 sebesar 21%, dan responden dengan usia diatas 50 thn sebesar 9%. Dari data ini menandakan bahwa faktor usia sangat mempengaruhi kesadaran orang untuk menabung.

4.2.3. Karakteristik Nasabah Berdasarkan Pekerjaan.

Dilihat dari jenis pekerjaan responden, dari hasil sebaran kuesioner didapat bahwa responden sebagian besar pekerja swasta yakni sebesar 42%, dan wiraswasta sebesar 38%, dan disusul oleh responden dengan jenis pekerjaannya disektor BUMN yakni sebesar 16%. Dari data yang ada didapati bahwa nasabah Bank di Gorontalo didominasi oleh para pekerja disektor swasta dan para pemilik perusahaan atau para pedagang. Sementara yang terkecil adalah PNS 3% dan kalangan pelajar/mahasiswa yang hanya 1%.

4.2.4. Karakteristik Nasabah Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Dilihat dari tingkat pendidikannya, bahwa sebagian besar nasabah yang jadi responden dalam penelitian ini berlatar belakang pendidikan SMA atau sederajat yakni sebesar 47%, sementara responden dengan latar belakang pendidikan SMP sebesar 34%, Responden dengan latar belakang SD 8, dan selebihnya sarjana hanya 3%. Sebagian besar nasabah yang menjadi responden adalah para pengusaha keturunan. Tingkat pendidikan responden pada dasarnya sangat berpengaruh terhadap jawaban-jawaban kuesioner yang diberikan. Dari data tersebut diatas dapat kita lihat bahwa sebageian besar para nasabah bank adalah

para pengusaha yang latar belakang pendidikannya adalah SMA. Dari hasil wawancara peneliti dengan para responden, didapat penjelasan bahwa alasannya adalah para responden ini sebagian besar hanya meneruskan usaha dari keluarga/orang tuanya.

4.3 Hasil analisis Kualitas Pelayanan

4.3.1 Analisis Tanggapan Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan

Untuk memberikan gambaran serta analisis terhadap penilaian nasabah atas pelayanan perbankan di Provinsi Gorontalo pada bagian ini akan diuraikan hasil tanggapan responden terhadap atribut kualitas pelayanan dan harapan nasabah akan pelayanan yang di berikan.

Dalam melakukan analisis data penelitian untuk menentukan skala interval, ditentukan terlebih dahulu skala bobot yang diperoleh melalui perhitungan skor tertinggi yakni 100% dikurangi dengan skor terkecil yakni 20% dibagi dengan 5. Sehingga diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Nilai 20% hingga 36% adalah tingkat kesesuaian kualitas pelayanan sangat rendah,
2. Nilai 36,1% hingga 52,1% adalah tingkat kesesuaian kualitas pelayanan rendah,
3. Nilai 52,2% hingga 68,2% adalah tingkat kesesuaian kualitas pelayanan cukup,
4. Nilai 68,3% hingga 84,3% adalah tingkat kesesuaian kualitas pelayanan tinggi,

5. Nilai 84,4% hingga 100% adalah tingkat kesesuaian kualitas pelayanan sangat tinggi.

Kualitas pelayanan nasabah perbankan di Gorontalo Bank diukur berdasarkan lima dimensi pelayanan. Hasil untuk setiap dimensi diuraikan sebagai berikut

1. Dimensi Tangibles

Kualitas pelayanan perbankan di Provinsi Gorontalo dilihat dari dimensi Tangibles diukur dengan 4 atribut. Dimensi ini meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai dan sarana komunikasi. Hasil tanggapan responden untuk atribut pelayanan tersebut diberikan pada tabel berikut.

1. Ketersediaan areal parkir yang luas yang di miliki.

Tabel 4.1 menggambarkan tentang tanggapan responden tentang ketersediaan areal parkir yang di miliki oleh perbankan di Gorontalo. Mayoritas responden berharap dari segi pentingnya sebanyak 58.0% dari total responden menyatakan bahwa ketersediaan lahan parkir adalah penting, dan hanya 38,1% menyatakan sangat penting akan ketersediaan areal parkir yang, sedangkan pada kenyataannya responden yang cenderung menilai baik sebanyak 75.0% cukup baik hanya 21,0%. Sisanya ada 1% responden yang menjawab kurang penting.

Dilihat dari tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan terhadap kualitas pelayanan perbankan di Provinsi Gorontalo khususnya menyangkut ketersediaan areal parkir, maka penilaian responden terhadap attribute ini sangat tinggi dengan skor 88,45. Artinya bahwa kinerja atau ketersediaan areal parkir pada Bank di Gorontalo adalah sudah sangat baik dan berharap bahwa

ketersediaan areal parkir lebih di tingkatkan lagi, walaupun belum sepenuhnya memenuhi harapan nasabah, seperti terlihat pada skor dimana kenyataannya yakni 383 masih dibawah dari yang harapan yakni 433. Selengkapnya dapat dilihat pada table dibawah ini :

**Tabel 4.1 Analisis Tanggapan Responden atas
Ketersediaan areal parkir**

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	38	38,0	190	Sangat Baik	4	4,0	20
Penting	58	58,0	232	Baik	75	75,0	300
Cukup	3	3,0	9	Cukup	21	21,0	63
Kurang Penting	1	1,0	2	Kurang Baik	0	0,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	433	Total	100	100,0	383
Tingkat kesesuaian pelayanan (%)	88,45%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

2. Kerapihan karyawan Bank dalam berpakaian

Tabel 4.2 menggambarkan bagaimana tanggapan responden tentang kerapihan karyawan dalam berpakaian. Mayoritas responden yaitu sebanyak 51.0% dari total responden menyatakan bahwa cara berpakaian karyawan dari segi kerapihan penting, dan 49% menyatakan sangat penting. Pada kenyataannya responden yang cenderung menilai kerapihan berpakaian karyawan baik sebanyak 56.0% dari total responden, dan ada 43,0% menilai sangat baik, dan sisanya 1% responden yang menyatakan cukup. Artinya bahwa untuk attribute ini penilaian

responden terhadap kerapian karyawan kenyataannya sudah sesuai dengan harapan responden. Dilihat dari tingkat kesesuaiannya di peroleh angka sebesar 98,0%, yang artinya bahwa kualitas pelayanan yang diberikan perbankan di Provinsi Gorontalo utamanya dari kerapian dan cara berpakaian karyawan adalah sangat tinggi. Seperti terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 4.2 Tanggapan Responden atas Kerapian karyawan Bank dalam berpakaian

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	51	51,0	255	Sangat Baik	43	43,0	215
Penting	49	49,0	196	Baik	56	56,0	224
Cukup	0	0,0	0	Cukup	1	1,0	3
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	0	0,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	451	Total	100	100,0	442
Tingkat Kesesuaian pelayanan	98,0%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

3. Kebersihan gedung dan ruangan tempat transaksi.

Kebersihan gedung memberikan rasa nyaman bagi nasabah dalam bertransaksi . Tabel 4.3 menggambarkan bagaimana tanggapan responden tentang kebersihan gedung dan ruangan tempat transaksi. Mayoritas responden yakni sebanyak 100% dari total responden menyatakan bahwa kebersihan gedung dan tempat transaksi adalah penting, artinya nasabah sangat berharap gedung dan ruangan tempat melakukan transaksi harus bersih, sehingga nasabah merasa nyaman dalam melakukan transaksi. Pada kenyataannya responden yang

cenderung menilai sangat baik sebanyak 93% dari total responden, dan sisanya hanya hanya 7% menilainya baik. Dari tingkat kesesuaian antara harapan dan kenyataan kualitas pelayanan yang diberikan perbankan utamanya pada kebersihan gedung dan ruangan transaksi adalah 98,6% yang artinya bahwa nasabah yang dijadikan responden menilai bahwa kebersihan gedung dan ruang transaksi pada bank telah memenuhi harapan nasabah sebesar 98,6%.. Seperti yang ada pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.3 Tanggapan Responden atas Kebersihan gedung dan ruangan

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	100	100,0	500	Sangat Baik	93	93,0	465
Penting	0	0,0	0,0	Baik	7	7,0	28
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	0	0,0	0,0
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	0	0,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	500	Total	100	100,0	493
Tingkat Kesesuaian pelayanan	98,6%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

4. Kelengkapan sarana penunjang seperti ATM, komputer, telephon, dll

Ketersediaan dan kelengkapan sarana penunjang sangat membantu nasabah dalam melakukan transaksi dengan mudah dan cepat serta dapat dilakukan dimana saja. Tabel 4.4 menggambarkan bagaimana tanggapan responden tentang kelengkapan sarana penunjang. Dari data yang ada bahwa keseluruhan responden menyatakan sangat penting akan adanya kelengkapan sarana penunjang seperti ATM, komputer, telephon, dan lain-lain, tapi pada

kenyataannya responden yang cenderung menilai baik ada sebanyak 40.0 % dari total responden, yang menilai cukup baik sebanyak 34,0% dan menilai sangat baik adalah 26.0%. disini kita bisa melihat bahwa ada kesenjangan (gap) yang cukup jauh antara harapan dan kenyataan yang diperoleh nasabah khususnya dari segi kelengkapan sarana penunjang yang ada, artinya bahwa pada perbankan di Gorontalo ketersediaan sarana penunjang khususnya ATM masih kurang. Skor tingkat kesesuaian kelengkapan sarana penunjang yang ada adalah 78,4% yang menandakan bahwa kualitas pelayanan utamanya dari kelengkapan sarana penunjang seperti ATM bisa dikatakan tinggi dalam memenuhi harapan nasabah. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.4 Tanggapan Responden atas
Kelengkapan sarana penunjang**

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	F	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	100	100,0	500	Sangat Baik	26	26,0	130
Penting	0	0,0	0,0	Baik	40	40,0	160
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	34	34,0	102
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	0	0,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100.0	500	Total	100	100.0	392
Tingkat kesesuaian pelayanan	78,4%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

2. Dimensi Empathy

Kualitas pelayanan nasabah yang diberikan oleh perbankan di Provinsi Gorontalo dilihat dari dimensi Empathy dapat diukur dengan 5 atribut. Dimensi

ini meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan nasabah. Hasil tanggapan responden terhadap atribut pelayanan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Pemberian perhatian perusahaan terhadap setiap keluhan nasabah

Tabel 4.5 dibawah ini menggambarkan bagaimana tanggapan responden tentang perhatian perusahaan terhadap setiap keluhan nasabah. Nasabah sangat membutuhkan perhatian perusahaan utamanya terhadap setiap keluhan pelayanan. Mayoritas responden yakni sebanyak 53,0% dari total responden menyatakan bahwa perhatian perusahaan terhadap setiap keluhan nasabah itu sangat penting dan 47,0% menyatakan penting, kenyataannya dari total responden, sebanyak 65% menyatakan baik dan 31.0% menilai cukup. Dan hanya 1% dari total reponden yang menyatakan sangat baik, serta sisanya 3% menyatakan bahwa perhatian tersebut kurang baik. Tingkat kesesuaian pelayanan utamanya pada bagaimana perhatian perusahaan terhadap setiap keluhan nasabah adalah tinggi yakni sebesar 79,02. Nasabah pada prinsipnya menilai bahwa perhatian perusahaan terhadap setiap keluhan nasabah sudah baik atau sudah memenuhi harapannya sebesar 79,02%, namun jika dilihat dari total skor kenyataan dan harapan, jika dibandingkan masih terdapat gap atau selisih. Seperti terlihat pada table dibawah ini :

Tabel 4.5 Tanggapan Responden atas Perhatian perusahaan terhadap setiap keluhan nasabah

Harapan Nasabah	Kenyataan (kinerja pelayanan)
-----------------	----------------------------------

Kriteria	F	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	53	53,0	265	Sangat Baik	1	1,0	5
Penting	47	47,0	188	Baik	65	65,0	260
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	31	31,0	93
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	3	3,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	453	Total	100	100,0	358
Tingkat Kesesuaian pelayanan	79,02%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

2. Waktu operasi yang cocok/ nyaman bagi nasabah

Tabel 4.6 menggambarkan bagaimana tanggapan responden tentang waktu operasi yang nyaman bagi nasabah. Dari segi kepentingan dan harapannya mayoritas responden yakni sebanyak 63.0% dari total responden menyatakan waktu operasi yang cocok dan nyaman adalah penting dan 37.0% menyatakan sangat penting, pada kenyataannya responden yang cenderung menilai baik adalah sebanyak 65.0 % dari total responden dan 31.0% menilai cukup baik, responden yang menilai sangat baik justru tidak ada atau 0%, dan responden yang menilai kurang baik adalah 1%. Walaupun terdapat gap antara kenyataan dan harapan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan utamanya dari waktu operasi yang nyaman bagi nasabah, namun tingkat kesesuaian pelayanan ini sebesar 78,9% yang artinya harapan nasabah atas pelayanan waktu operasi adalah baik atau masih tinggi. Seperti terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.6 Tanggapan Responden atas Waktu operasi

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor

Sangat Penting	37	37,0	185	Sangat Baik	0	0,0	0
Penting	63	63,0	252	Baik	46	46,0	184
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	53	53,0	159
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	1	1,0	2
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	437	Total	100	100,0	345
Tingkat Kesesuaian pelayanan	78,9%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

3. **Karyawan memahami dan memberikan perhatian pada setiap keluhan nasabah**

Tabel 4.7 menggambarkan bagaimana tanggapan responden tentang bagaimana karyawan memahami dan memberikan perhatian pada setiap keluhan nasabah. Mayoritas responden sebanyak 75.0% dari total responden menyatakan sangat penting dan 25.0 % menyatakan penting akan karyawan memahami dan memberikan perhatian setiap keluhan nasabah, tapi pada kenyataannya responden yang menilai baik ada sebanyak 54.0% dari total responden dan 40.0% menilai cukup baik, sisanya ada 6% responden menyatakan kurang baik. Tingkat kesesuaian menyangkut tanggapan responden terhadap bagaimana karyawan memahami setiap keluhan nasabah adalah sebesar 73,26%, artinya bahwa penilaian nasabah terhadap attribute ini masih tinggi. Bahwa juga kinerja karyawan sudah baik walaupun masih jauh dari yang diharapkan. Lengkapnya terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.7 Tanggapan Responden atas Karyawan memahami dan memberikan perhatian setiap keluhan nasabah

Harapan Nasabah	Kenyataan (kinerja pelayanan)
-----------------	----------------------------------

Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	75	75,0	375	Sangat Baik	0	0,0	0
Penting	25	25,0	100	Baik	54	54,0	216
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	40	40,0	120
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	6	6,0	12
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	475	Total	100	100,0	348
Tingkat Kesesuaian pelayanan	73,26%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

4. Cara pemberian informasi oleh karyawan.

Tabel 4.8 menggambarkan bagaimana tanggapan responden tentang cara pemberian informasi oleh karyawan. Mayoritas responden sebanyak 86.0% dari total responden menyatakan bahwa cara pemberisan informasi utamanya dari segi bahasa yang baik dari karyawan pada suatu bank adalah penting dan hanya 14.0% menyatakan sangat penting akan cara pemberian informasi oleh karyawan dan pada kenyataannya responden yang cenderung menilai baik ada sebanyak 81.0% dari total responden dan sisanya 19.0% menilainya dengan cukup. Dari perbandingan skor antara kenyataan dan harapan pelayanan terhadap nasabah terlihat bahwa nilai kenyataan masih rendah dibanding dengan harapan, artinya masih ada gap (selisih) antara keduanya. Namun dari tingkat kesesuaian pelayanan ternyata masih tinggi yaitu sebesar 78,39%. Artinya kualitas pelayanan bank utamanya pada cara pemberian informasi terhadap nasabah masih baik menurut penilaian nasabah. Seperti terlihat pada table dibawah ini :

**Tabel 4.8 Tanggapan Responden atas
Cara pemberian informasi oleh karyawan**

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	86	86,0	430	Sangat Baik	0	0,0	0
Penting	14	14,0	56	Baik	81	81,0	324
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	19	19,0	57
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	0	0,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	486	Total	100	100,0	381
Tingkat kesesuaian pelayanan	78,39%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

5. Kesungguhan perusahaan dalam memperhatikan kepentingan nasabah

Tabel 4.9 ini menggambarkan bagaimana tanggapan responden tentang kesungguhan perusahaan dalam memperhatikan kepentingan nasabah. Dari hasil sebaran kuesioner diperoleh bahwa mayoritas responden yakni sebanyak 86.0% dari total responden menyatakan kesungguhan perusahaan dalam memperhatikan kepentingan nasabah adalah penting dan 14.0% menyatakan sangat penting, tapi pada kenyataannya responden yang cenderung menilai baik ada sebanyak 49.0% dari total responden dan sebanyak 51.0% menilainya cukup. Artinya apa yang dilakukan pihak perbankan di Provinsi Gorontalo utamanya dari wujud perhatian terhadap apa yang menjadi kepentingan nasabah sudah cukup baik walaupun masih jauh dari apa yang diharapkan oleh nasabah. Kesungguhan perusahaan dalam memperhatikan kepentingan nasabah masih baik menurut penilaian

nasabah, hal ini terlihat dari angka tingkat kesesuaian pelayanan yang diberikan tinggi yakni sebesar 84,29%. Seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.9 Tanggapan Responden atas
Kesungguhan perusahaan dalam memperhatikan kepentingan nasabah**

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	F	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	14	14,0	70	Sangat Baik	0	0,0	0
Penting	86	86,0	344	Baik	49	49,0	196
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	51	51,0	153
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	0	0,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	414	Total	100	100,0	349
Tingkat kesesuaian pelayanan	84,29%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

3. Reliability

Penilaian kualitas pelayanan nasabah yang diberikan perbankan di Provinsi Gorontalo dilihat dari dimensi Reliability diukur dengan 5 atribut. Dimensi ini meliputi kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hasil tanggapan responden untuk atribut pelayanan tersebut diberikan pada tabel berikut.

1. Kecepatan dan ketepatan pelayanan dalam pembukaan rekening

Tabel 4.10 menggambarkan bagaimana tanggapan responden tentang kecepatan dan ketepatan pelayanan dalam pembukaan rekening. Keseluruhan

responden menyatakan bahwa sangat penting akan kecepatan dan ketepatan pelayanan dalam pembukaan rekening, tapi kenyataannya responden yang cenderung menilai baik pada attribute ini ada sebanyak 51.0% dari total responden dan 38.0% menilai cukup baik., dan hanya 4% dari total responden menilai attribute ini sangat baik dan sisanya ada 4% responden menilainya kurang baik. Tingkat kesesuaian terhadap tanggapan responden terhadap kecepatan dan ketepatan dalam pembukaan rekening adalah sebesar 67,6%. Artinya bahwa menurut penilaian nasabah bahwa attribute ini terhadap masih cukup baik. Nasabah masih menganggap bahwa usaha Bank dalam melayani nasabah baru dalam membuka rekening sudah cukup baik walaupun sedikit lambat, tapi masih di pahami penyebab keterlambatan tersebut pada kelengkapan administrasi nasabah. Seperti terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.10 Tanggapan Responden atas Kecepatan dan ketepatan pelayanan dalam pembukaan rekening

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	100	100,0	500	Sangat Baik	4	4,0	20
Penting	0	0,0	47,0	Baik	51	51,0	204
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	38	38,0	114
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	7	7,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	500	Total	100	100,0	338
Tingkat kesesuaian pelayanan	67,6%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

2. Cara penyampaian pelayanan/jasa

Tabel 4.11 menggambarkan tentang tanggapan responden mengenai cara karyawan dalam penyampaian pelayanan/jasa. Dari hasil sebaran kuesioner

mayoritas responden sebanyak 55.0% dari total responden menyatakan sangat penting dan 45.0% menyatakan penting akan cara penyampaian pelayanan/jasa , namun pada kenyataannya responden yang cenderung menilai baik ada sebanyak 43.0% dari total responden dan 44.0% menilai cukup baik. Dari data ini juga kita lihat bahwa responden yang menilai sangat baik hanya sebanyak 10% dan responden yang menilai kurang baik sebanyak 3%. Ternyata tanggapan responden terhadap cara penyampaian jasa/pelayanan bank ada yang nilainya kurang baik. Cara penyampaian pelayanan atau jasa merupakan hal yang sangat penting bagi nasabah untuk memahami kepentingan nasabah tersebut. Nasabah berharap karyawan perbankan di Provinsi Gorontalo dalam menyampaikan jasa sesuai dengan harapannya berupa dapat memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. Terbukti bahwa tingkat kesesuaian pelayanan utamanya terhadap bagaimana cara penyampaian pelayanan atau jasa dikategorikan tinggi yakni sebesar 79,1. Artinya harapan menyangkut cara penyampaian pelayanan atau jasa oleh karyawan sesuai dengan kenyataannya sebesar 79,1%. Seperti terlihat pada table dibawah ini :

Tabel 4.11 Tanggapan Responden atas Cara penyampaian pelayanan/jasa

Harapan Nasabah	Kenyataan (kinerja pelayanan)
-----------------	----------------------------------

Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	55	55,0	275	Sangat Baik	10	10,0	50
Penting	45	45,0	180	Baik	43	43,0	172
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	44	44,0	132
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	3	3,0	6
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	455	Total	100	100,0	360
Tingkat kesesuaian pelayanan	79,1%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

3. Keakuratan sistem pencatatan yang dijalankan

Tabel 4.2 menggambarkan tentang tanggapan responden mengenai keakuratan system pencatatan yang dijalankan oleh Perbankan di Provinsi Gorontalo. Mayoritas responden atau sebanyak 55.0% dari total responden menyatakan keakuratan system pencatatan pada suatu bank sangat penting dan 45.0% menyatakan penting. tapi pada kenyataannya responden yang cenderung menilai yang ada pada bank adalah sudah baik yakni hanya sebanyak 24.0% dari total responden dan 43.0% menilainya cukup. Responden yang menilai sangat baik hanya sebanyak 20%, sisanya 13% menyatakan masih kurang baik. Namun jika dilihat dari sebaran jawaban yang ada jika dirata-ratakan maka keakuratan system pencatatan sudah baik. Keakuratan system pencatatan merupakan hal yang sangat penting bagi nasabah. Nasabah sangat tidak ingin bila dana mereka berkurang hanya karena disebabkan dengan ketidak akuratnya system pencatatan. Dari nilai tingkat kesesuaian pada pelayanan ini diperoleh angka 77,1% yang

artinya bahwa tingkat keakuratan system pencatatan bank tinggi yang menandakan baik. Seperti yang Nampak pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.12 Tanggapan Responden atas Keakuratan system pencatatan yang dijalankan

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	55	55,0	275	Sangat Baik	20	20,0	100
Penting	45	45,0	180	Baik	24	24,0	96
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	43	43,0	129
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	13	13,0	26
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	455	Total	100	100,0	351
Tingkat kesesuaian pelayanan	77,1%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

4. Konsistensi terhadap janji-janji yang diberikan karyawan terhadap nasabah.

Tabel 4.13 menggambarkan tanggapan responden tentang konsistensi terhadap janji-janji yang diberikan karyawan terhadap nasabah. Dari hasil sebaran kuesioner diperoleh bahwa mayoritas responden yakni sebanyak 85.0% dari total responden menyatakan sangat penting dan hanya 15.0% menyatakan penting menyangkut konsistensi karyawan terhadap janji-janji yang diberikan kepada nasabah, dan pada kenyataannya dari total responden yang cenderung menilai baik hanya sebanyak 63.0% dan 27.0% diantaranya menilai cukup baik. Responden yang menilai sangat baik sebanyak 10% saja, tingkat kesesuaian sebesar 78,96%,

artinya bahwa harapan nasabah untuk mendapatkan pelayanan yang baik berupa konsistensi terhadap janji-janji yang diberikan oleh pihak karyawan Bank .

Tabel 4.13 Tanggapan Responden atas Konsisten terhadap janji-janji yang diberikan terhadap nasabah

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	85	85,0	425	Sangat Baik	10	10,0	50
Penting	15	15,0	60	Baik	63	63,0	252
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	27	27,0	81
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	0	0,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	485	Total	100	100,0	383
Tingkat kesesuaian pelayanan	78,96%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

5. Jam dan hari pelayanan yang yang diberikan

Tabel 4.14 menggambarkan tanggapan responden tentang jam dan hari pelayanan yang diberikan. Mayoritas responden sebanyak 54.0% dari total responden menyatakan sangat penting dan 46.0% menyatakan penting akan jam dan hari pelayanan yang yang diberikan, dan pada kenyataannya responden yang cenderung menilai cukup baik ada sebanyak 57.0% dari total responden dan 36.0% menilai baik. Sementara yang responden yang menilai sangat baik hanya sebanyak 7% saja. Jika dibandingkan skor antara harapan dan kenyataan, terlihat bahwa gap atau selisih skor adalah sebesar 104. Artinya bahwa kenyataan yang diterima nasabah terhadap jam dan pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan harapan. Namun tingkat kesesuaian dari pelayanan ini sebesar 77,09, artinya bahwa nasabah masih memiliki harapan yang tinggi untuk mendapatkan

pelayanan yang baik utamanya terhadap jam dan hari pelayanan yang diberikan karyawan Bank.

Tabel 4.14 Tanggapan Responden atas Jam dan hari pelayanan yang diberikan

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	54	54,0	270	Sangat Baik	7	7,0	35
Penting	46	46,0	184	Baik	36	36,0	144
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	57	57,0	171
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	0	0,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	454	Total	100	100,0	350
Tingkat kesesuaian pelayanan	77,09%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

4. Dimensi Responsiveness

Kualitas pelayanan terhadap nasabah yang diberikan perbankan di Provinsi Gorontalo dilihat dari dimensi Responsiveness dapat diukur melalui 4 butir atribut. Dimensi ini meliputi respon yang daya tanggap karyawan dalam membantu nasabah. Hasil tanggapan responden untuk atribut pelayanan tersebut diberikan pada tabel berikut

1. Kepastian waktu penyampaian jasa/layanan

Tabel 4.15 menggambarkan bagaimana tanggapan responden tentang kepastian waktu penyampaian jasa/layanan. Mayoritas responden sebanyak 65.0% dari total responden menyatakan sangat penting dan 32.0% menyatakan penting akan kepastian waktu penyampaian jasa/layanan, dan pada kenyataannya responden yang cenderung menilai baik ada sebanyak 44.0% dari total responden

dan 54.0% menilai cukup baik, sisanya hanya 2% dari total responden yang menilainya kurang baik. Sementara tingkat kesesuaian pelayanan sebesar 75,5% yang menandakan bahwa harapan nasabah untuk mendapatkan pelayanan terhadap kepastian waktu penyampaian jasa atau layanan adalah tinggi.

**Tabel 4.15 Tanggapan Responden atas
Kepastian waktu penyampaian jasa/layanan**

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	F	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	65	65,0	325	Sangat Baik	0	0,0	0
Penting	32	32,0	128	Baik	44	44,0	176
Cukup	3	3,0	0,0	Cukup	54	54,0	162
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	2	2,0	4
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	453	Total	100	100,0	342
Tingkat kesesuaian pelayanan	75,5%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

2. Kecepatan dalam pemberian layanan

Tabel 4.16 menggambarkan tanggapan responden tentang kecepatan dalam pemberian layanan. Mayoritas responden sebanyak 58.0% dari total responden menyatakan penting dan 39.0% menyatakan sangat penting akan kecepatan dalam pemberian layanan, tapi pada kenyataannya responden yang cenderung menilai baik ada hanya sebanyak 39.0% dari total responden dan 50.0% menilai cukup baik, dan sisanya sebanyak 11% responden yang menilainya kurang baik. Skor tingkat kesesuaian pelayanan khususnya terhadap pelayanan dalam kecepatan pemberian layanan tinggi yakni sebesar 75,2%. Artinya walaupun masih terdapat selisih antara harapan dan kenyataan terhadap pelayanan yang diberikan oleh

perbankan, khususnya terhadap kecepatan dalam pemberian layanan, nasabah masih memiliki harapan untuk mendapatkan layanan yang baik. Seperti yang ada pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.16 Tanggapan Responden atas Kecepatan dalam pemberian layanan

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	39	39,0	195	Sangat Baik	0	0,0	0
Penting	58	58,0	232	Baik	39	39,0	156
Cukup	3	3,0	9	Cukup	50	50,0	150
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	11	11,0	22
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	436	Total	100	100,0	328
Tingkat kesesuaian pelayanan	75,2						

Sumber : Data Primer (Diolah)

3. Ketersediaan karyawan dalam membantu nasabah dengan cepat dan segera

Tabel 4.17 menggambarkan tanggapan responden tentang ketersediaan karyawan dalam membantu nasabah dengan cepat dan segera. Mayoritas responden sebanyak 75,0 % dari total responden menyatakan sangat penting dan 25,0% menyatakan penting akan ketersediaan karyawan dalam membantu nasabah dengan cepat dan segera, dan pada kenyataannya responden yang cenderung menilai baik ada sebanyak 74,0% dari total responden dan 26,0% menilai cukup baik. Dari data ini tidak ada satu pun responden yang menilainya sangat baik dan kurang baik dll. Seperti yang terlihat pada tabel dibawah ini : ketersediaan karyawan

dalam membantu nasabah dengan cepat dan segera memiliki tingkat kesesuaian tinggi yakni sebesar 78,73%. Artinya harapan nasabah untuk mendapatkan pelayanan yang cepat dan segera sebesar 78,73.

Tabel 4.17 Tanggapan Responden atas Kesiediaan karyawan dalam membantu nasabah dengan cepat dan segera

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	75	75,0	375	Sangat Baik	0	0,0	0
Penting	25	25,0	100	Baik	74	74,0	296
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	26	26,0	78
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	0	0,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	475	Total	100	100,0	374
Tingkat kesesuaian pelayanan	78,73%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

4. Kemampuan karyawan dalam menanggapi permintaan nasabah

Tabel 4.18 menggambarkan tanggapan responden tentang kemampuan karyawan dalam menanggapi permintaan nasabah. Mayoritas responden sebanyak 90.0% dari total responden menyatakan sangat penting dan 10.0% menyatakan penting akan adanya kemampuan karyawan dalam menanggapi permintaan nasabah, dan pada kenyataannya responden yang cenderung menilai baik ada sebanyak 63.0% dari total responden dan terdapat 37.0% responden menilainya cukup. Sementara tingkat kesesuaian pelayanan khususnya terhadap kemampuan karyawan dalam menanggapi permintaan nasabah tinggi yakni sebesar 74,1%. Hal ini menandakan sebesar itu pula harapan nasabah dalam mendapatkan tingkat

pelayanan yang baik sesuai dengan harapannya. Lengkapnya terlihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.18 Tanggapan Responden atas Kemampuan karyawan dalam menanggapi permintaan nasabah

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	90	90,0	450	Sangat Baik	0	0,0	0
Penting	10	10,0	40	Baik	63	63,0	252
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	37	37,0	111
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	0	0,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	490	Total	100	100,0	363
Tingkat kesesuaian pelayanan	74,1%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

5 Assurance

Kualitas pelayanan terhadap nasabah yang diberikan perbankan di Provinsi Gorontalo dilihat dari dimensi Responsiveness diukur dengan 4 atribut. Dimensi ini meliputi pengetahuan, ketrampilan dan kesopanan karyawan. Hasil tanggapan responden untuk atribut pelayanan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut

1. Pengetahuan karyawan customer service dalam melayani kebutuhan nasabah

Tabel 4.19 menggambarkan tanggapan responden tentang pengetahuan karyawan customer service dalam melayani kebutuhan nasabah. Dari hasil penyebaran kuesioner di dapat bahwa mayoritas responden yakni sebanyak 61.0 % dari total responden menyatakan sangat penting dan 39.0% menyatakan penting

akan pengetahuan karyawan customer service dalam melayani kebutuhan nasabah, dan pada kenyataannya responden yang cenderung menilai baik ada sebanyak 79.0% dari total responden dan 3.0% menilai sangat baik. Sebagian responden menganggap bahwa pengetahuan dan ketanggapan karyawan khususnya bagian *Customer service* adalah cukup yakni sebesar 18%. Dari skor yang ada tingkat kesesuaian pelayanan terhadap nasabah untuk mendapatkan pelayanan yang baik utamanya menyangkut pengetahuan karyawan dikategorikan tinggi. Seperti terlihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.19 Tanggapan Responden atas
Pengetahuan karyawan *customer service***

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	61	61,0	305	Sangat Baik	3	3,0	15
Penting	39	39,0	156	Baik	79	79,0	316
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	18	18,0	54
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	0	0,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	461	Total	100	100,0	385
Tingkat kesesuaian pelayanan	83,5%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

2. Kesopanan karyawan khususnya customer service dalam memberikan pelayanan kepada nasabah

Tabel 4.20 menggambarkan tanggapan responden tentang Kesopanan karyawan khususnya customer service dalam memberikan pelayanan kepada

nasabah. Diperoleh bahwa mayoritas responden sebanyak 68.0% dari total responden menyatakan bahwa penting dan 31.0% menyatakan sangat penting akan kesopanan karyawan khususnya customer service dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, dan pada kenyataannya responden yang cenderung menilai baik ada sebanyak 59.0% dari total responden dan 35.0% menilai sangat baik. 6% diantaranya menilai cukup. Tingkat kesesuaian pelayanan terhadap nasabah utamanya menyangkut kesopanan karyawan khususnya customer service sangat tinggi yakni sebesar 99,76. Artinya bahwa peran karyawan seperti inilah yang sangat diharapkan oleh nasabah, dimana kenyataan yang didapat dari tingkat kesopanan karyawan customer service sangat baik dan hampir sama dengan kenyataan yang diterima. Lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.20 Tanggapan Responden atas Kesopanan karyawan khususnya customer service

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	31	31,0	155	Sangat Baik	35	35,0	175
Penting	68	68,0	272	Baik	59	59,0	236
Cukup	1	1,0	3	Cukup	6	6,0	18
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	0	0,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	430	Total	100	100,0	429
Tingkat kesesuaian pelayanan	99,76%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

3. Keramahan karyawan khususnya teller dalam memberikan pelayanan kepada nasabah

Tabel 4.21 menggambarkan tanggapan responden tentang keramahan karyawan khususnya teller dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.

Mayoritas responden sebanyak 63.0 % dari total responden menyatakan sangat penting dan 37.0% menyatakan penting akan keramahan karyawan khususnya teller dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, dan pada kenyataannya responden yang cenderung menilai sangat baik ada sebanyak 57% dari total responden dan 34 % menilai baik, sisanya hanya 9% dari total responden yang menilai keramahan karyawan bank di Gorontalo cukup. Tingkat kesesuaian juga sangat tinggi yakni sebesar 96,76% yang menandakan bahwa harapan nasabah untuk mendapatkan pelayanan yang baik sangat tinggi.

**Tabel 4.21 Tanggapan Responden atas
Keramahan karyawan teller**

Harapan Nasabah				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	63	63,0	315	Sangat Baik	57	57%	285
Penting	37	37,0	148	Baik	34	34%	136
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	9	9%	27
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	0	0,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	463	Total	100	100,0	448
Tingkat kesesuaian pelayanan	96,76						

Sumber : Data Primer (Diolah)

4. Kepercayaan yang diberikan perbankan terhadap simpanan nasabah

Tabel 4.22 menggambarkan tanggapan responden tentang kepercayaan yang diberikan perbankan terhadap simpanan nasabah. Mayoritas responden sebanyak 81.0% dari total responden menyatakan hal tersebut sangat penting dan 19.0% menyatakan penting akan kepercayaan yang diberikan Bank terhadap simpanan

nasabah, dan pada kenyataannya responden yang cenderung menilai sangat baik hanya sebanyak 31.0 % dari total responden, responden yang cenderung menilai baik ada sebanyak 27.0% dan 42.0% menilai cukup baik. Tingkat kepercayaan yang diberikan perbankan di Provinsi Gorontalo terhadap simpanan nasabah adalah hal yang penting. Harapan nasabah untuk mendapatkan layanan tersebut sangat tinggi, dilihat dari tingkat kesesuaian yang diperoleh yakni sebesar 80,87%. Yang artinya adalah harapan dan kemungkinan nasabah mendapatkan pelayanan yang baik adalah sangat tinggi. Hal ini dapat digambarkan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.22 Tanggapan Responden atas Kepercayaan yang diberikan Bank terhadap simpanan nasabah

Harapan Nasabah (kepentingan)				Kenyataan (kinerja pelayanan)			
Kriteria	f	%	Skor	Kriteria	f	%	Skor
Sangat Penting	81	81,0	405	Sangat Baik	31	31,0	155
Penting	19	19,0	76	Baik	27	27,0	108
Cukup	0	0,0	0,0	Cukup	42	42,0	126
Kurang Penting	0	0,0	0,0	Kurang Baik	0	0,0	0,0
Tidak Penting	0	0,0	0,0	Tidak Baik	0	0,0	0,0
Total	100	100,0	481	Total	100	100,0	389
Tingkat kesesuaian pelayanan	80,87%						

Sumber : Data Primer (Diolah)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan meliputi dimensi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* yang disampaikan oleh perbankan di Provinsi Gorontalo adalah baik, walaupun masih terdapat gap antara pelayanan yang diharapkan oleh nasabah dengan kenyataan yang diterima.
2. Kualitas pelayanan meliputi dimensi *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* yang disampaikan oleh perbankan di Provinsi Gorontalo, sangat membantu pihak bank dalam mengukur sejauh mana persepsi dan penilaian nasabah terhadap pelayanan yang diberikan.

5.2. Saran-saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian di atas, maka ada beberapa saran yang dikemukakan sebagai berikut:

1. Untuk lebih meningkatkan tingkat loyalitas nasabah simpanan, pihak bank harus lebih meningkatkan kualitas pelayanannya dengan cara memperkecil gap antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang dirasakan oleh nasabah.
2. Agar supaya nasabah simpanan bank tetap loyal dan tidak berpindah pada bank lain dalam melakukan transaksi keuangan atau menggunakan fasilitas lain, pihak bank harus memberikan pelayanannya dengan cepat dan tepat sesuai dengan harapan nasabah.
3. Pihak bank perlu sering melakukan sosialisasi kepada para nasabah utamanya menyangkut tingkat keamanan dan kesehatan bank, agar nasabah meyakini bahwa simpanan mereka tersebut aman, dan dalam melakukan transaksi keuangan lainnya nasabah lebih sering menggunakan fasilitas bank di Gorontalo
4. Untuk lebih meningkatkan tingkat loyalitas nasabah khususnya nasabah simpanan, pihak bank harus banyak melakukan kegiatan promosi berupa pemberian insentif, bonus dan hadiah.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto Hefri Hepy. 2002. *Analisis Model Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Toko terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Swalayan di Kota Malang*, Tesis, PPs Universitas Brawijaya, Malang.
- Suharsimi Arikunto. 1998. *Prosedur penelitian : Suatu pendekatan Praktek*, Edisi Revisi IV, Cetakan Kesebelas, Rineka Cipta, Jakarta.
- Astuti Sri Wahyuni. 2001. *Dampak Pemasaran Jasa Rumah Sakit Terhadap Nilai, Kepuasan Dan Loyalitas Pasien : Penelitian Pada Rawat Inap Rumah Sakit Umum Di Tiga Ibukota Propinsi Di Pulau Jawa*, Disertasi, PPs Unair Surabaya.
- Azwar Saifuddin. 2000. *Reliabilitas dan Validitas*, Penerbit Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Barker, C. Pistrang, N. ; and Elliott, R. , *Research Methods in Clinica Psychology : An Introduction for Students and Practitioners*, 2nd, 2002, John Wiley & Sons, Ltd., England
- Baloglu, Seyhmus, *Dimensions Of Customer Loyalty*, February, 2002.
- Caruana, Albert and Malta Msida, *Service Loyalty : The Effects of Service Quality and the Mediating Role of Customer Satisfaction*, European Juornal of Marketing; 2002; 36, 7/8; ABI/INFORM Global.
- Churchill, Jr A. Gilbert. 1999, *Marketing Research : Metodological Foundations*, The Dryden Press, Seventh Edition.
- Coper, Donal R. and Emory C. William. 1997. *Metode Penelitian Bisnis*, Jilid 1 dan 2, Terjemahan , Penerbit Erlangga Jakarta.