

**“ANALISIS SIKAP NASABAH MAHASISWA TERHADAP KUALITAS JASA
YANG DIBERIKAN BANK CENTRAL ASIA (BCA)”**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

RUTH BEATRIC THALO

11084630



FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2011

**ANALISIS SIKAP NASABAH MAHASISWA TERHADAP KUALITAS JASA
YANG DIBERIKAN BANK CENTRAL ASIA (BCA)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :

RUTH BEATRIC THALO

NIM : 11084630

Jurusan : Manajemen

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2011

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PERSETUJUAN

Diperbahaskan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian
Syarat-syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal

12 JAN 2012

Mengesahkan

Dekan,



(Huswajid Prasetyaningrati, Dra., MEd)

Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh,

Dosen Pembimbing Skripsi

1. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si

2. Purwani Retno Andalas, Dra., MM

3. Jonihah Herdioko, SE., MM.

(Purwani Retno Andalas, Dra., MM)

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian

Syarat-syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal

12 JAN 2012

Mengesahkan

Dekan,



(Insiwijati Prasetyaningsih, Dra., MM)

Dewan Penguji:

1. Dra. Ambar Kusuma Astuti, M.Si.

2. Purwani Retno Andalas, Dra., MM

3. Jonathan Herdioko, SE., MM.

MOTTO

” Orang-orang yang menabur dengan mencururkan air mata , akan menuai dengan bersorak-sorai. Orang yang berjalan maju dengan menangis sambil menabur benih, pasti pulang dengan sorak-sorai sambil membawa berkas-berkasnya....”

Mazmur 126 : 5-6

Pernahkah engkau melihat orang yang cakap dalam pekerjaannya? Di hadapan raja-raja ia akan berdiri, bukan di hadapan orang-orang yang hina.

Amsal 22 : 29



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Kupersembahkan Untuk :

- *Tuhan Yesus Kristus* yang memberikan anugerah dan kemampuan untuk menyelesaikan skripsi ini
- *Papa dan Mama* tersayang
- *Yuan, Melani, Angel, Oma* yang terkasih
- *Ibu Purwani Retno Andalas, Dra., MM* selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
- *Yehuda* yang selalu memberikan doa dan dukungan bagi penulis.
- *Miracle Family* yang menguatkan penulis
- *Ayee Community* yang terkasih
- *Alamamaterku Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah mencurahkan berkat dan anugerahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : "ANALISIS SIKAP NASABAH MAHASISWA TERHADAP KUALITAS JASA YANG DIBERIKAN BANK CENTRAL ASIA (BCA)" dengan baik. Penulisan skripsi ini dikerjakan guna memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan, perhatian, pengarahan, dan dukungan, maupun informasi dari berbagai pihak. Pada kesempatan inilah, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada ::

1. **Tuhan Yesus Kristus** yang selalu memberikan berkat dan anugerahNya sehingga penulis mampu menyelesaikan dan mengerjakan skripsi ini dengan baik. Aku MengasihiMu, Pah..
2. **Ibu Purwani Retno Andalas, Dra., MM** selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan bantuannya dengan sabar dan baik kepada penulis, serta menyediakan waktu bagi penulis.
3. **Bapak-bapak serta ibu-ibu dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta** yang telah mendidik dan mengajarkan ilmu kepada penulis selama mengikuti pendidikan di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

4. **Orang Tua dan Adik-adikku**, serta **Yehuda** tercinta atas kerja keras, serta dukungan doa, moral maupun materi selama menempuh bangku perkuliahan sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dan kuliah dengan baik. Terima kasih untuk setiap perhatian dan kasih sayang kalian. *Big Hug n Love for them...*
5. **Ayee Community (K'Andy, K'Ell, K'Mek, K'Fe, K'Alex, Andre "Tante", Ayas, K'Pam-Pam, Ami, Ko Jep, K'Yanto)** yang telah memberi semangat, masukan dan menghibur pada saat jenuh. Aku sayaaaang kalian...☺
6. **Miracle Family (K'Vanda, Moy2, Ephii, Rio, Nathan, Chrishe, Apnel, Mike, Ko Ricky, Ci Devi, Ko Sony, Ko Yanuar, Chen2, K'Arini, C'Amel, Ko Wilbert, Ever, Mia, Salmon, dll)** yang sangat-sangat aku kasihi dan cintai... kalian motivator dan penyalur berkat terbaik dari Tuhan bagi hidupku.. terima kasih untuk setiap doa dan dukungan yang telah kalian berikan. *Love you, guys..* ☺
7. **Sahabat-sahabat dan teman-teman angkatan 2008 (Intan, Richson, Vina, Danang, Lovia, Namboru, Sonya, Nindy, Chandra, Prita, Junita, Ci Dini, Sedy, dll)** yang telah menemaniku melewati suka-duka perkuliahan.. Aku menyayangi kalian... ☺

Penulis menyadari bahwa program dan laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca sekalian, sehingga suatu saat penulis dapat menciptakan karya yang lebih baik lagi.

Akhir kata, penulis ingin meminta maaf sebesar-besarnya bila ada kesalahan dalam penyusunan laporan maupun yang pernah penulis lakukan sewaktu membuat program Tugas Akhir ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi kita semua.

Yogyakarta, Desember 2011

Penulis,

Ruth Beatric Thalo

© UKDWN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAKSI.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Batasan Masalah	3
1.4. Tujuan Penelitian.....	4
1.5. Manfaat Penelitian.....	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1. Pengertian Bank	8
2.2. Proses Pengambilan Keputusan.....	11
2.3. Pengertian Perilaku Konsumen.....	12
2.4. Jasa.....	12
2.4.1 Pengertian Jasa.....	12
2.4.2 Sifat Jasa.....	12
2.4.3 Karakteristik Jasa.....	13
2.4.3.1 Jasa tak berwujud (<i>service intangibility</i>).....	14
2.4.3.2 Jasa Tak terpisahkan.....	15
2.4.3.3 Variabilitas Jasa.....	16
2.4.3.4 Jasa dapat musnah.....	16
2.4.4 Strategi Pemasaran untuk Perusahaan Jasa.....	17
2.4.5 Rantai Laba-Jasa.....	18
2.5. Sikap Konsumen.....	20
2.5.1 Pengertian sikap.....	20
2.5.2 Komponen Sikap.....	21
2.5.3 Karakteristik Sikap.....	22
2.5.4 Pengukuran Sikap.....	22
2.6. Model Penelitian.....	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Lokasi Penelitian.....	26
-----------------------------	----

3.2. Populasi dan Sampel.....	26
3.2.1 Populasi Penelitian.....	26
3.2.2 Sampel Penelitian.....	26
3.3. Metode Pengambilan sampel.....	26
3.4. Metode Pengumpulan data.....	27
3.4.1 Jenis data.....	27
3.4.1.1 Data Primer.....	27
3.4.1.2 Data Sekunder.....	27
3.4.2 Teknik Pengumpulan.....	28
3.4.2.1 Wawancara personal.....	28
3.4.2.2 Kuesioner.....	28
3.5. Skala pengukuran variabel Penelitian.....	28
3.6. Metode Analisis data.....	28
3.6.1 Pengujian Instrumen Penelitian.....	28
3.6.2 Pengukuran Kepuasan Nasabah.....	29
3.6.3 Analisa gap antara Harapan dan Kinerja Bank menggunakan Diagram Cartesius.....	31

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	33
4.1.1. Uji Validitas Kuisoner.....	33
4.1.2. Uji Reliabilitas Kuisoner.....	36
4.2. Analisa Deskriptif.....	37

4.3. Analisa Diagram Cartesius.....	71
4.4 Analisa Fishbein.....	79

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	80
5.1.1 Analisa Deskriptif.....	80
5.1.2 Analisa Diagram Cartesius.....	81
5.1.3. Analisis Sikap Konsumen.....	84
5.2. Saran.....	85
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	85

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UKDW

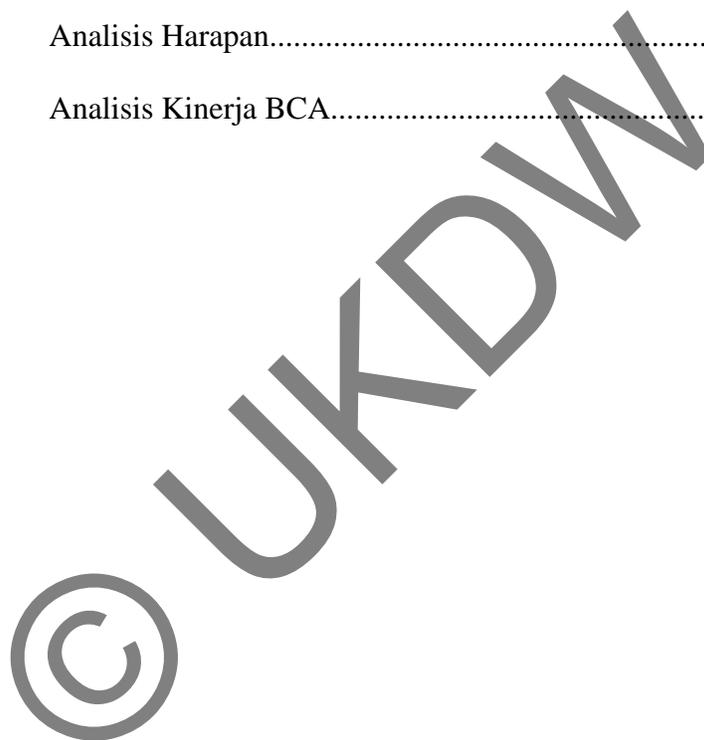
DAFTAR TABEL

Tabel 4.1.	Analisis Validitas Harapan nasabah.....	34
Tabel 4.2.	Analisis Validitas Belief/Keyakinan nasabah.....	35
Tabel 4.3.	Reliability Analysis Harapan	36
Tabel 4.4.	Reliability Analysis Kinerja layanan BCA	37
Tabel 4.5.	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Reputasi Bank I.....	38
Tabel 4.6.	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Reputasi Bank II.....	39
Tabel 4.7.	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Reputasi Bank III.....	39
Tabel 4.8.	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Suku Bunga I.....	40
Tabel 4.9	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Suku Bunga II.....	41
Tabel 4.10	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Pelayanan Karyawan I.....	42
Tabel 4.11	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Pelayanan Karyawan II.....	42
Tabel 4.12	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Pelayanan Karyawan III.....	43
Tabel 4.13	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Lokasi I.....	44
Tabel 4.14	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Lokasi II.....	44
Tabel 4.15	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Lokasi III.....	45
Tabel 4.16	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Fasilitas yang diberikan I.....	46
Tabel 4.17	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Fasilitas	

	yang diberikan II.....	46
Tabel 4.18	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Fasilitas yang diberikan III.....	47
Tabel 4.19	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Kebersihan I.....	48
Tabel 4.20	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Kebersihan II.....	49
Tabel 4.21	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Kebersihan III.....	49
Tabel 4.22	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Keamanan I.....	50
Tabel 4.23	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Keamanan II.....	51
Tabel 4.24	Tingkat harapan nasabah terhadap Atribut Keamanan III.....	51
Tabel 4.25	Deskriptif Harapan Nasabah atas layanan Bank.....	52
Tabel 4.26	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Reputasi Bank I.....	54
Tabel 4.27	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Reputasi Bank II.....	55
Tabel 4.28	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Reputasi Bank III.....	55
Tabel 4.29	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Suku Bunga I.....	56
Tabel 4.30	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Suku Bunga II.....	57
Tabel 4.31	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Pelayanan Karyawan I.....	58
Tabel 4.32	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja	

	Pelayanan Karyawan II.....	58
Tabel 4.33	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Pelayanan Karyawan III.....	59
Tabel 4.34	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Lokasi I.....	60
Tabel 4.35	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Lokasi II.....	61
Tabel 4.36	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Lokasi III.....	61
Tabel 4.37	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Fasilitas yang diberikan I.....	62
Tabel 4.38	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Fasilitas yang diberikan II.....	63
Tabel 4.39	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Fasilitas yang diberikan III.....	64
Tabel 4.40	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Kebersihan I.....	64
Tabel 4.41	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Kebersihan II.....	65
Tabel 4.42	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Kebersihan III.....	65
Tabel 4.43	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Keamanan I.....	66

Tabel 4.44	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Keamanan II.....	67
Tabel 4.45	Tingkat Kinerja Bank Central Asia atas atribut Kinerja Keamanan III.....	67
Tabel 4.46	Deskriptif Kinerja Layanan BCA.....	69
Tabel 4.47	Survey Kualitas Layanan-Nasabah BCA.....	73
Tabel 4.48	Analisis Harapan.....	79
Tabel 4.49	Analisis Kinerja BCA.....	79



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Perilaku Pembelian.....	10
Gambar 2.2. Karakteristik Jasa.....	14
Gambar 3.1 Diagram Cartesius.....	31
Gambar 4.1 Diagram Cartesius.....	65
Gambar 4.2 Hasil Uji Diagram Cartesius.....	72

© UKDW

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Surat Ijin Penelitian
Lampiran II	Kuesioner
Lampiran III	Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas
Lampiran IV	Hasil Analisis <i>Fishbein</i>
Lampiran V	Hasil Analisis Deskriptif Tabel Deskriptif Harapan
Lampiran VI	Hasil Analisis Deskriptif Tabel Deskriptif Keyakinan
Lampiran VII	Survey kualitas layanan – Nasabah Mahasiswa BCA



UKDW

ABSTRAKSI

Dewasa ini pertumbuhan ekonomi tumbuh semakin pesat dan timbul persaingan yang tajam antara perusahaan-perusahaan sejenis. Suatu perusahaan dapat bertahan karena adanya konsumen. Oleh karena itu sikap konsumen terhadap suatu merek tertentu mempengaruhi apakah konsumen akan membeli atau tidak. Sikap positif terhadap merek tertentu akan memungkinkan konsumen melakukan pembelian ulang terhadap merek tersebut, sebaliknya sikap negatif akan menghalangi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sikap konsumen terhadap rumah makan Dapur Sambal dan Pondok Cabe berdasarkan atribut yang dimiliki, untuk mengetahui atribut rumah makan Dapur Sambal dan Pondok Cabe yang memuaskan konsumen, dan untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya perbedaan sikap konsumen berdasarkan profil konsumen.

Alat yang dipakai dalam analisis data adalah Analisis *Fishbein* dan *Semantic Differential* yang digunakan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut rumah makan Dapur Sambal dan Pondok Cabe, sedangkan Analisis *Chi-Square* digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan sikap konsumen berdasarkan profil konsumen.

Dari hasil analisis *Fishbein* didapatkan bahwa secara keseluruhan Ao rumah makan Dapur Sambal adalah 236,84, sedangkan Ao rumah makan Pondok Cabe adalah 247,65. Hasil Ao kedua rumah makan tersebut adalah baik di persepsi konsumen. Untuk analisis *Semantic Differential* didapatkan hasil atribut harga rumah makan Dapur Sambal lebih baik dibandingkan rumah makan Pondok Cabe, sedangkan untuk atribut rasa, pelayanan, fasilitas, dan tempat rumah makan Pondok Cabe lebih unggul dibandingkan dengan rumah makan Dapur Sambal. Sedangkan hasil dari analisis *Chi-Square*, untuk rumah makan Dapur Sambal dan Pondok Cabe, tidak ada perbedaan sikap konsumen berdasarkan profil konsumen menurut jenis kelamin, usia, pekerjaan, pendidikan, dan tingkat pendapatan.

Kata Kunci : Sikap Konsumen, *Fishbein*, *Gap Analysis*, Diagram Cartesius

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG

Dunia perbankan berkembang semakin kompleks dengan segala bentuk penyempurnaan kebijakan mengikuti perubahan undang – undang yang berlaku. Salah satu implementasinya dapat dilihat pada pengertian umum bank yang terus berubah hingga didapat kesepakatan terbaru berdasarkan Undang-Undang No.7/1992 yang telah diubah dan disempurnakan dengan Undang – Undang No.10/1998, yaitu bank diartikan sebagai badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Arus persaingan bisnis perbankan yang tidak lagi hanya dikuasai oleh bank–bank pemerintah seperti BNI, BRI, BTN, ataupun Bank Mandiri juga merupakan bentuk nyata kompleksitas dunia perbankan saat ini. Bank-bank swasta dan asing seperti Bank Niaga, Bank Danamon, BCA, Bank Permata, Standard Chartered Bank, Citibank, HSBC dan lain sebagainya semakin menyemarakkan persaingan di antara lembaga keuangan bank dalam usaha menjaring nasabah baru dan mempertahankan nasabah lama.

Semakin ketatnya persaingan bisnis ditambah pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah suatu bank yang mutlak di tangan masing – masing konsumen, membuat para pemain dalam dunia perbankan perlu kerja keras ekstra dalam melakukan ekspansi pasar. Penawaran produk dan jasa inovatif yang semakin mempermudah mobilitas nasabah; pemberian pelayanan yang cepat, tepat dan tanggap dari *Human Resources* profesional; penggunaan teknologi canggih yang modern; hingga pembangunan *image* positif perusahaan di mata konsumen melalui *relationship* yang baik, tidak menjamin suatu

lembaga keuangan bank langsung dilirik calon nasabah sebagai tempat menyimpan ataupun membiakan uang mereka. Menjamurnya bank – bank lain yang menawarkan hal serupa merupakan kendala utama. Pemikiran strategis melalui pelaksanaan kegiatan pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan di sini dalam upaya menonjolkan kehadiran produk dan jasa yang dimiliki hingga tercipta kesadaran konsumen akan keberadaan produk – jasa tersebut di pasar atau bahkan berujung pada pengambilan keputusan untuk menjadi nasabah bank bersangkutan.

Bank sebagai lembaga perantara keuangan, disamping harus tetap menjaga kepercayaan masyarakat dengan menjamin tingkat likuiditas juga harus beroperasi secara efektif dan efisien untuk mencapai tingkat rentabilitas (keuntungan) yang memadai.

Pada penelitian ini, penulis akan lebih fokus pada Bank Central Asia dimana respondennya adalah mahasiswa dan mahasiswi yang berkuliah di Yogyakarta, yang menjadi nasabah dari bank tersebut. Disini penulis akan melihat bagaimanakah sikap dari responden tersebut dilihat dari atribut-atribut yang melekat pada bank tersebut, yaitu reputasi bank, suku bunga, pelayanan karyawan, lokasi, fasilitas (ATM, *e-banking*), kebersihan, dan keamanan dari Bank Central Asia. Dengan adanya atribut-atribut tersebut, konsumen akan lebih dimudahkan dalam menilai bank tersebut.

Bank Central Asia dalam mengembangkan produk dan jasa yang ditawarkan selalu mempertimbangkan kebutuhan nasabah yang selalu berubah. Lebih jauh lagi, BCA terus menyempurnakan setiap produk atau jasa mereka dengan menambahkan berbagai fitur baru untuk meningkatkan kenyamanan nasabah dalam menggunakannya. Semakin banyak fasilitas tersedia di ATM, *KlikBCA Individual Internet banking*, *m-BCA mobile banking*, dan sebagainya. Bagi komunitas bisnis,

terutama para pelaku UKM, Bank Central Asia menyediakan jajaran produk dan jasa yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan mereka, dengan kata lain saat ini target pasar dari Bank Central Asia adalah *all segment*.

Dalam kondisi yang sangat cepat mengalami perubahan, maka setiap organisasi perlu bertindak adaptif sebagai konsekuensi atas perubahan internal maupun eksternal yang terjadi dengan orientasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, utamanya mahasiswa. Berbagai macam upaya dilakukan oleh Bank Central Asia untuk meningkatkan pelayanan dan kemudahan kepada pelanggan dengan membangun fasilitas yang menempatkan unsur kualitas pelayanan pelanggan sebagai faktor indikator penting maka hal tersebut dapat meningkatkan kinerja dari Bank Central Asia sendiri.

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka penulis dapat mengambil judul penelitian, “**Analisis Sikap Nasabah Mahasiswa Terhadap Kualitas Jasa yang diberikan Bank Central Asia (BCA)**”.

1.2 PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka permasalahan dapat dirumuskan :

1. Bagaimanakah sikap nasabah terhadap atribut-atribut layanan Bank Central Asia?
2. Adakah gap antara harapan nasabah dengan kinerja layanan yang ditawarkan Bank Central Asia?

1.3 BATASAN MASALAH

1. Responden penelitian adalah mahasiswa/mahasiswi di Yogyakarta
2. Penelitian dilakukan di Kantor Cabang Bank Central Asia Yogyakarta dan beberapa universitas di Yogyakarta.

3. Penilaian kualitas pelayanan dinilai berdasarkan Atribut-atribut yang melekat pada Bank, yaitu:

a. Reputasi Bank

Dilihat dari sistem administrasi, teknik informasi dan sistem keamanan

b. Suku Bunga

Bank yang memiliki suku bunga tinggi, tabungan, deposito, giro, dan kredit

c. Pelayanan Karyawan

Kecepatan, ketepatan, keramahan, dan info yang diberikan oleh karyawan jelas

d. Lokasi

Tempat beroperasinya bank-bank tersebut di Yogyakarta

e. Fasilitas yang diberikan

Meliputi kartu ATM dan Debit, *e-banking*, *phone banking*

f. Kebersihan

Kebersihan lingkungan dan ruangan tempat pelayanan kepada masyarakat

g. Keamanan

Keamanan dalam penyimpanan uang nasabah dan keamanan tempat untuk bertransaksi.

1.4 TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan permasalahan yang dirumuskan maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap layanan Bank Central Asia
2. Untuk mengetahui besarnya kesenjangan yang dirasakan nasabah antara harapan dan kinerja kualitas layanan yang diberikan Bank Central Asia.

1.5 MANFAAT PENELITIAN

Dari penelitian ini diharapkan dapat mencapai manfaat penelitian sebagai berikut:

1.5.1 Bagi Penulis

Dengan melakukan penelitian ini, penulis dapat menerapkan ilmu yang didapat dari bangku kuliah dan menambah wawasan tentang masalah yang terjadi secara nyata disuatu lingkungan tertentu, khususnya masalah yang berhubungan dengan penilaian dari mahasiswa terhadap bank, dilihat dari Brand image bank tersebut.

1.5.2 Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi terhadap kualitas pelayanan Kantor Cabang Bank Central Asia Yogyakarta untuk mengambil tindakan guna memperbaiki, meningkatkan dan mengembangkan kinerjanya.

Sebagai masukan dalam rangka pembentukan citra bank di mata konsumen atau nasabahnya dan masyarakat.

1.5.3 Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan ataupun referensi sekaligus bahan pertimbangan dan masukan untuk penelitian sejenis di masa datang.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Setelah melakukan penelitian terhadap 100 responden dan kemudian menganalisis data yang diperoleh, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

5.1.1 Analisis Deskriptif

1. Harapan Nasabah atas atribut-atribut layanan Bank Central Asia

Dari tabel Deskriptif harapan ini, terlihat bahwa variabel yang sangat diharapkan oleh para nasabah, yang merupakan variabel terpenting adalah Keamanan dalam sistem pengambilan uang (lewat ATM), dimana nilai rata-ratanya adalah 4,85, selanjutnya variabel yang sangat diharapkan adalah Tersedianya ATM di banyak Lokasi dengan nilai rata-rata adalah 4,76. Variabel selanjutnya yang terpenting yang diharapkan mahasiswa adalah Tersedianya ATM di banyak Lokasi dan Keamanan penyimpanan uang nasabah, karena memiliki nilai rata-rata yang sama, yaitu 4,71.

Sedangkan variabel harapan terendah yang kurang diprioritaskan kepentingannya bagi mahasiswa adalah Suku bunga kredit yang bersaing dan Tersedianya *mobile banking* (layanan lewat telepon seluler) dengan nilai rata-rata masing-masing adalah 3,93 dan 3,96.

Jadi dapat disimpulkan bahwa keamanan dari pengambilan uang nasabah merupakan variabel terpenting dan diprioritaskan oleh nasabah mahasiswa.

2. Kinerja Layanan Bank Central Asia

Dari tabel Deskriptif Kinerja Layanan Bank Central Asia ini, terlihat bahwa variabel yang diyakini atau dipercaya oleh para nasabah, yang merupakan variabel dengan belief / keyakinan tertinggi adalah Tanggung jawab BCA, dimana nilai rata-ratanya adalah 4,62, selanjutnya variabel yang merupakan variabel dengan belief / keyakinan tertinggi adalah Kepercayaan (Bank dapat dipercaya) dengan nilai rata-rata adalah 4,57. Variabel selanjutnya yang merupakan variabel dengan belief / keyakinan tertinggi adalah Sistem administrasi bank dapat diandalkan dengan nilai rata-rata adalah 4,50. Sedangkan variabel keyakinan terendah yang kurang diprioritaskan oleh mahasiswa adalah Suku bunga kredit yang bersaing dan Suku bunga simpanan yang tinggi dengan nilai rata-rata masing-masing adalah 3,61 dan 3,62.

Dan dapat disimpulkan bahwa dengan melihat kenyataan yang ada di Bank Central Asia, maka nasabah melihat bahwa Bank Central Asia merupakan bank yang bertanggung jawab dan dapat dipercaya. Yang menarik adalah ketiga variabel yang mendapatkan nilai tertinggi merupakan bagian dari atribut Reputasi Bank, sehingga bisa dikatakan bahwa Reputasi Bank Central Asia adalah baik di mata nasabah.

5.1.2 Analisa Diagram Cartesius

Dengan Diagram Cartesius, kita menghitung rata-rata dari penilaian kepentingan/ekspektasi yang merupakan dimensi-dimensi *ServQual* dan kinerja/persepsi dari tiap variabel atau atribut. Kemudian dicari rata-rata total

dari penilaian harapan dan ekspektasi. Setelah itu rata-rata total dari penilaian harapan dan hekspektasi. Setelah itu, data-data tersebut digambarkan pada bagian dengan empat kuadran. Keempat kuadran tersebut adalah:

1. Kuadran A

Kuadran A menunjukkan variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah mahasiswa atas pelayanan yang diberikan oleh Bank Central Asia (BCA) berada dalam kuadran ini penanganannya perlu diprioritaskan oleh BCA, karena keberadaan variabel-variabel inilah dianggap sangat penting oleh nasabah mahasiswa, sedangkan tingkat kinerja yang diberikan BCA belum memuaskan. Hal ini menggambarkan variabel-variabel ini kinerja/pelayanan yang diberikan BCA adalah lebih rendah dari keinginan nasabah mahasiswa sehingga BCA harus meningkatkan kinerja variabel-variabel ini agar optimal. Dari hasil pengujian yang ada, ternyata tidak ada variabel yang dalam kuadran ini, penanganannya perlu diprioritaskan oleh Bank Central Asia.

2. Kuadran B

Kuadran B menunjukkan variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah mahasiswa atas pelayanan yang diberikan Bank Central Asia berada dalam kuadran ini penangannya perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat kinerja telah sesuai dengan harapan/kepentingan nasabah mahasiswa, sehingga dapat memuaskan nasabah mahasiswa. Ini berarti Bank Central Asia telah menunjukkan kualitas pelayanan yang sesuai ekspektasi yang diharapkan nasabah mahasiswa. Bank Central Asia telah

mampu memuaskan nasabahnya pada variabel-variabel ini, untuk itu Bank Central Asia perlu mempertahankan kinerja variabel variabel ini. Variabel-variabel yang termasuk dalam variabel ini adalah. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa Bank Central Asia telah menunjukkan kualitas pelayanan yang sesuai ekspektasi yang diharapkan nasabah mahasiswa sehingga Bank Central Asiav harus mempertahankan keberhasilannya ini.

3. Kuadran C

Kuadran C menunjukkan bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah mahasiswa atas pelayanan yang diberikan BCA berada dalam kuadran ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi nasabah mahasiswa, sedangkan kualitas pelaksanaannya biasa atau cukup saja. Hal ini berarti antara harapan dan kinerja dari BCA pada suatu variabel berada pada tingkat rendah, sehingga BCA dapat memberikan prioritas rendah pada variabel-variabel ini. Dari hasil diatas, dapat diketahui bahwa ternyata ada beberapa atribut jasa BCA yang perlu diberikan prioritas, sehingga setiap atribut yang ada dapat dipandang baik oleh nasabah.

4. Kuadran D

Kuadran D menunjukkan bahwa variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah mahasiswa atas pelayanan yang diberikan BCA berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dam kinerjanya, hal ini terutama disebabkan karena nasabah mahasiswa menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya variabel tersebut, akan tetapi kinerja yang diberikan BCA dilakukan dengan baik sekali, sehingga dapat memuaskan. Variabel ini menggambarkan keyakinan atas kinerja BCA berada dalam tingkat tinggi,

tetapi harapan nasabah mahasiswa keyakinan kinerja dari variabel tersebut rendah.

5.1.3. Analisis Sikap Konsumen

Dengan melihat secara keseluruhan, sikap nasabah mahasiswa terhadap BCA relatif baik, dilihat ada beberapa atribut yang menjadi prioritas dan sesuai dengan harapan konsumen dan BCA perlu mempertahankan kinerjanya, yaitu:

Kepercayaan Bank, Sistem administrasi bank dapat diandalkan, Tanggung jawab bank, Kecepatan layanan yang diberikan, Keramahan yang ditunjukkan karyawan, Kejelasan informasi yang diberikan karyawan, Lokasi kantor bank yang mudah dijangkau, Lokasi kantor bank yang merata, Lokasi kantor bank yang aman, Tersedianya ATM di banyak lokasi, Keamanan penyimpanan uang nasabah, Keamanan tempat untuk bertransaksi, dan Keamanan dalam sistem pengambilan uang (lewat ATM). Dan dengan sikap yang ditunjukkan oleh nasabah, maka dapat disimpulkan bahwa nasabah puas terhadap kinerja dari BCA, dimana dibuktikan dari apa yang menjadi harapan dari nasabah terhadap kinerja BCA, dapat diimbangi dengan baik.

Seperti telah dihitung di atas, didapat Ao (sikap konsumen) secara keseluruhan adalah 377. Angka tersebut tidak bisa diartikan secara tepat, kecuali bila angka Sikap tersebut dibandingkan dengan angka Sikap bank yang lain. Hanya di sini ditekankan pengukuran sikap konsumen dilakukan secara *overall* (keseluruhan) terhadap semua atribut. Bisa saja nasabah mungkin tidak suka terhadap atribut tertentu, namun suka terhadap atribut

yang lain , sehingga secara keseluruhan ia tetap menggunakan jasa dari BCA.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan yang telah diambil diatas. Maka penulis memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian ini yang akan dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi BCA dalam pengembangannya di masa yang akan datang. Adapun saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut :

BCA harus mempertahankan kinerjanya yang telah sesuai dengan harapan para konsumen, sehingga ke depannya nanti juga tidak mengecewakan nasabah. Mungkin juga ada beberapa atribut yang dinilai nasabah mahasiswa kurang penting, tapi jangan sampai BCA lalai untuk mempertahankannya, karena mungkin bagi mahasiswa atribut tersebut tidak terlalu penting, tapi bagi segmentasi pekerjaan lain mungkin atribut tersebut sangat penting.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian hanya mencakup Kota Yogyakarta, sehingga tidak dapat menilai kinerja Bank Central Asia secara keseluruhan. Diharapkan pada penelitian berikutnya dapat mencakup wilayah yang lebih luas lagi.
2. Responden dari penelitian ini hanyalah mahasiswa maupun mahasiswi dari beberapa universitas di Yogyakarta.

BAB V
DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 1997. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta, Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta, Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta, Erlangga, Gelora Aksara Pratama.
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta, Erlangga, Gelora Aksara Pratama.
- Lutfi, Nedy. 2008. Jurnal Hubungan Citra Merek (Brand Image) dan Keputusan Pembelian (Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Palembang). Jakarta.
- Natalisa, Diah. 2007. Jurnal Survey Kepuasan Pelanggan Program Studi Magister Manajemen Universitas Sriwijaya. Palembang, Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya Vol. 5, No 9 Juni 2007.
- Permanasari, Windu dan Santoso, Alfa. 2009. Modul Praktikum Statistik Dengan SPSS 17.0. Yogyakarta.