

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Profil Perusahaan

a. Sejarah Bank Rakyat Indonesia

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Pada awalnya Bank Rakyat Indonesia (BRI) didirikan di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Aria Wirjaatmadja dengan nama *Hulp-en Spaarbank der Inlandsche Besture Ambtenaren* atau Bank Bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi yang berkebangsaan Indonesia (pribumi). Berdiri tanggal 16 Desember 1895, yang kemudian dijadikan sebagai hari kelahiran BRI.

Pada periode setelah kemerdekaan RI, berdasarkan Peraturan Pemerintah No.1 tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai Bank Pemerintah pertama di Republik Indonesia. Dalam masa perang mempertahankan kemerdekaan pada tahun 1948, kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu dan baru mulai aktif kembali setelah perjanjian Renville pada tahun 1949 dengan berubah nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Serikat. Pada waktu itu melalui PERPU No.41 tahun 1960 dibentuklah Bank Koperasi Tani dan Nelayan (BKTN) yang merupakan pelebaran dari BRI, Bank Tani Nelayan dan Nederlandsche Maatschappij (NHM). Kemudian berdasarkan Penetapan Presiden (Penpres) No.9 tahun 1965, BKTN diintegrasikan ke dalam Bank Indonesia dengan nama Bank Indonesia Urusan Koperasi Tani dan nelayan.

Setelah berjalan selama satu bulan, keluar Penpres No.17 tahun 1965 tentang pembentukan bank tunggal dengan nama Bank Negara Indonesia. Dalam ketentuan baru itu, Bank Indonesia Urusan Koperasi, Tani, dan Nelayan (eks BKTN) diintegrasikan dengan nama Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural sedangkan NHM menjadi Bank Negara Indonesia unit II bidang Ekspor Impor (Exim). Berdasarkan Undang-undang No.14 tahun 1967 tentang Undang-undang Pokok Perbankan dan Undang-undang No.13 tahun 1968 tentang Undang-undang Bank Sentral, yang intinya mengembalikan fungsi Bank Indonesia sebagai Bank Sentral dan Bank Negara Indonesia unit II bidang Rural dan Ekspor Impor dipisahkan masing-masing menjadi dua Bank yaitu Bank Rakyat Indonesia dan Bank Ekspor Impor Indonesia. Selanjutnya berdasarkan Undang-undang No.21 tahun 1968 menetapkan kembali tugas-tugas pokok BRI sebagai bank umum. Sejak 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-Undang Perbankan No.7 tahun 1992 dan Peraturan Pemerintah No.21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Sampai sekarang PT. BRI (Persero) yang didirikan sejak tahun 1895 tetap konsisten memfokuskan pada pelayanan kepada masyarakat kecil, diantaranya dengan memberikan fasilitas kredit kepada golongan pengusaha kecil. Hal ini antara lain tercermin pada perkembangan penyaluran KUK (Kredit Usaha Kecil) pada tahun 1994 sebesar Rp. 6.419,8 milyar yang meningkat menjadi Rp. 8.231,1 milyar pada tahun 1995 dan pada tahun 1999 sampai bulan September sebesar Rp. 20.466 milyar. Seiring dengan perkembangan dunia perbankan yang semakin pesat maka sampai saat ini Bank Rakyat Indonesia mempunyai unit kerja yang berjumlah 4.447 buah, yang terdiri dari 1 Kantor Pusat BRI, 12 Kantor

Wilayah, 12 Kantor Inspeksi/SPI, 170 Kantor Cabang (Dalam Negeri), 145 Kantor Cabang Pembantu, 1 Kantor Cabang Khusus, 1 New York Agency, 1 Caymand Island Agency, 1 Kantor Perwakilan Hongkong, 40 Kantor Kas Bayar, 6 Kantor Mobil Bank, 193 P.Point, 3.705 Bri Unit Dan 357 Pos Pelayanan Desa.

b. Visi dan Misi Perusahaan

Visi : Menjadi bank komersial terkemuka yang selalu mengutamakan kepuasan nasabah.

Misi :

- a) Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada usaha mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- b) Memberikan pelayanan prima kepada nasabah melalui jaringan kerja yang tersebar luas dan didukung oleh sumber daya manusia yang professional dengan melaksanakan *good corporate governance*.
- c) Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

c. Produk dan Layanan BRI

**TABEL 4.1
PRODUK DAN LAYANAN BRI**

Produk	Layanan
Produk Simpanan	<ul style="list-style-type: none"> • Simpedes • Simaskot • Britama • Kupedes • Taspen • Deposito
Kartu Kredit	<ul style="list-style-type: none"> • Kartu Kredit BRI
Perbankan Elektronik	<ul style="list-style-type: none"> • ATM BRI • Britama Prime Card • SMS Banking BRI • Call Centre
Layanan Transaksi Perbankan	<ul style="list-style-type: none"> • Safe Deposito Box • Pengiriman Uang • Inkaso dan Kliring • Mata Uang Asing
Fasilitas Kredit	<ul style="list-style-type: none"> • Kredit Kendaraan Bermotor • Kredit Modal Kerja
Layanan Ekspor Impor	<ul style="list-style-type: none"> • Advising LC • Postshipment Financing • Negosiasi Wesel Ekspor Sight • Diskonto Wesel Ekspor Berjangka • Export Documentary Collection
Layanan Valuta Asing	<ul style="list-style-type: none"> • Layanan Remittance BRI
Bank Garansi	<ul style="list-style-type: none"> • Bank Garansi Umum • Bank Garansi Konstruksi

Sumber : Bank Rakyat Indonesia

4.1.2 Karakteristik dan Pengalaman Responden

4.1.2.1 Karakteristik Responden

Setiap konsumen yang dijadikan responden dalam penelitian ini memiliki karakteristik yang beraneka ragam. Karakteristik responden menggambarkan keadaan keseluruhan nasabah BRI Cabang Bandung Ahmad Yani. Karakteristik yang digambarkan pada penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, dan penghasilan.

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Pengumpulan data melalui kuesioner mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin terhadap 100 responden, diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.2 berikut ini:

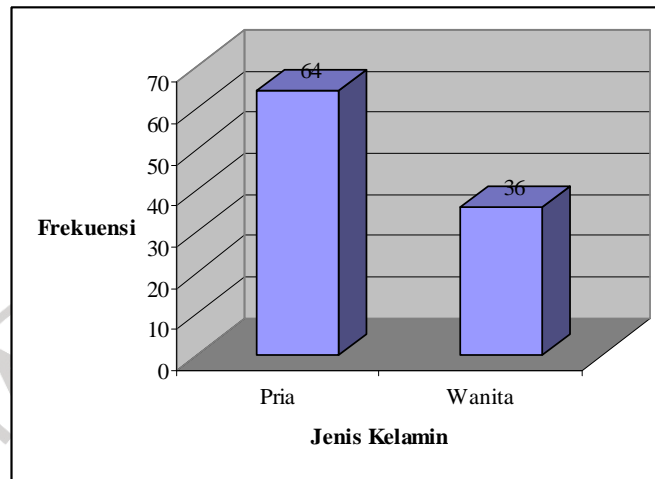
TABEL 4.2
KARAKTERISTIK RESPONDEN
BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	64	64
Wanita	36	36
Total	100	100 %

Sumber : Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan data Tabel di atas, diketahui bahwa dari 100 responden terdapat 64 orang (64%) yang berjenis kelamin pria dan sebanyak 36 orang (36%) responden yang berjenis kelamin wanita. Data tersebut menunjukkan bahwa jumlah responden pria lebih banyak dibandingkan dengan jumlah responden wanita. Banyaknya nasabah yang berjenis kelamin pria terjadi karena biasanya yang lebih dominan berinvestasi adalah para pria dan karena pria juga yang lebih dominan mencari uang.

Data mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin pada Tabel 4.1 dapat digambarkan pada Gambar 4.1 berikut ini.



Sumber : Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.1
KARAKTERISTIK RESPONDEN
BERDASARKAN JENIS KELAMIN

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Pengumpulan data melalui kuesioner mengenai karakteristik responden berdasarkan usia terhadap 100 responden, diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.3 berikut ini:

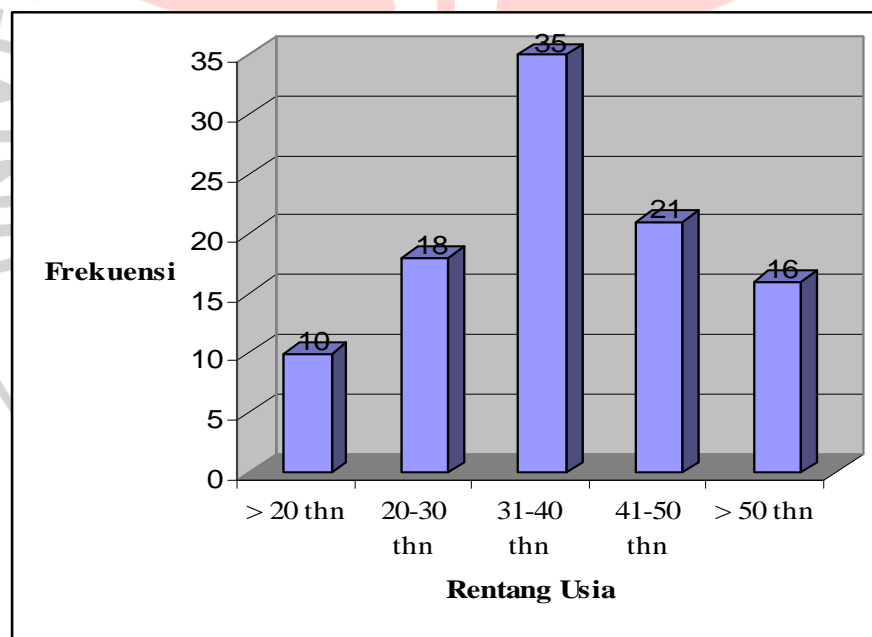
TABEL 4.3
KARAKTERISTIK RESPONDEN
BERDASARKAN USIA

Usia	Frekuensi	Persentase
> 20 tahun	10	10
20-30 tahun	18	18
31-40 tahun	35	35
41-50 tahun	21	21
> 50 tahun	16	16
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas, dapat diketahui bahwa dari 100 responden terdapat 10 orang responden (10%) dari jumlah responden yang berusia dibawah 20 tahun, sebanyak 18 responden (18%) yang berusia 20-30 tahun, sebanyak 35 responden (35%) yang berusia 31-40 tahun, sebanyak 21 responden (21%) yang berusia 41-50 tahun, sementara 16 responden yang berusia diatas 50 tahun.

Banyaknya responden yang berusia 31-40 tahun mengindikasikan masa produktif usia kerja yang sudah matang dalam pekerjaan dan sangat memperhatikan investasi masa depan. Data mengenai karakteristik responden berdasarkan usia pada Tabel 4.2 dapat digambarkan pada Gambar 4.2 berikut ini.



Sumber : Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.2
KARAKTERISTIK RESPONDEN
BERDASARKAN USIA

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pengumpulan data melalui kuesioner mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan terhadap 100 responden, diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.4 berikut ini:

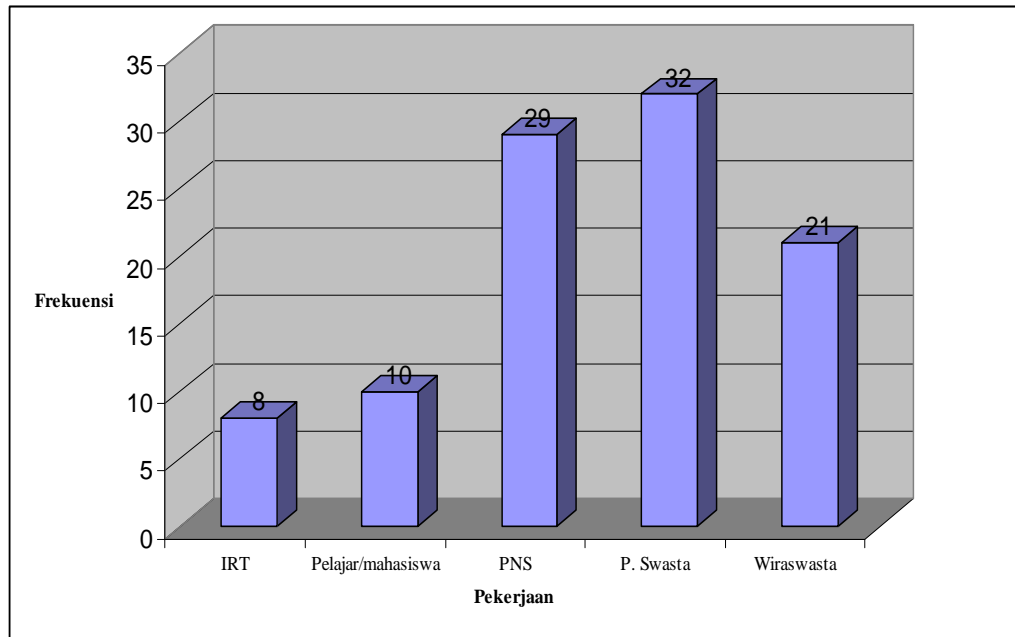
TABEL 4.4
KARAKTERISTIK RESPONDEN
BERDASARKAN PEKERJAAN

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
Ibu rumah tangga	8	8
Pelajar/ mahasiswa	10	10
PNS	29	29
Pegawai swasta	32	32
Wiraswasta	21	21
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa jumlah responden berdasarkan pekerjaan sebanyak 8 responden (8%) sebagai ibu rumah tangga, sebanyak 10 responden (10%) sebagai pelajar atau mahasiswa, sebanyak 29 responden (29%) sebagai pegawai negeri sipil, sebanyak 32 responden (32%) sebagai pegawai swasta dan sebanyak 21 responden (21%) sebagai wiraswasta.

Mayoritas nasabah BRI Cabang Bandung Ahmad Yani menurut jenis pekerjaan adalah pegawai swasta dan pegawai negeri sipil, hal ini disebabkan pegawai swasta dan pegawai negeri sipil memiliki penghasilan yang cukup untuk berinvestasi pada sebuah bank. Data mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada Tabel 4.3 dapat digambarkan pada Gambar 4.3 berikut ini.



Sumber : Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.3
KARAKTERISTIK RESPONDEN
BERDASARKAN PEKERJAAN

4) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pengumpulan data melalui kuesioner mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan terhadap 100 responden, diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.5 berikut ini:

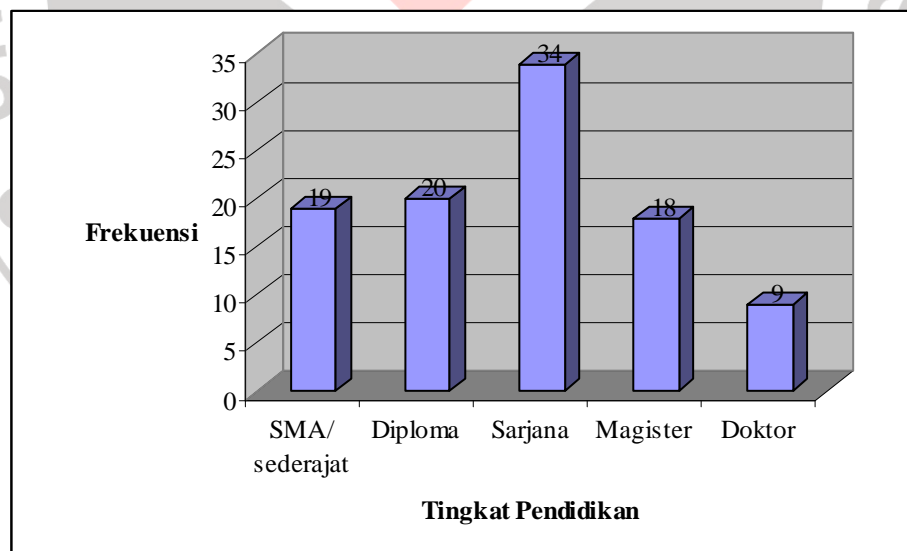
TABEL 4.5
KARAKTERISTIK RESPONDEN
BERDASARKAN PENDIDIKAN

Pendidikan	Frekuensi	Persentase
SMA/ sederajat	19	19
Diploma	20	20
Sarjana	34	34
Magister	18	18
Doktor	9	9
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa jumlah responden berdasarkan pekerjaan sebanyak 19 responden (19%) lulusan SMA/ sederajat, sebanyak 20 responden (20%) lulusan diploma, sebanyak 34 responden (34%) lulusan sarjana, sebanyak 18 responden (18%) lulusan magister, sebanyak 9 responden (9%) lulusan doktor.

Berdasarkan hasil tersebut, responden yang mempunyai latar belakang pendidikan terakhir yang paling banyak adalah lulusan sarjana karena dianggap dengan ilmu yang telah dimiliki saat perguruan tinggi menambah pengetahuan akan pentingnya berinvestasi untuk masa depan yang lebih baik. Data mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan pada Tabel 4.4 dapat digambarkan pada Gambar 4.4 berikut ini.



Sumber : Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.4
KARAKTERISTIK RESPONDEN
BERDASARKAN TINGKAT PENDIDIKAN

5) Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan

Pengumpulan data melalui kuesioner mengenai karakteristik responden berdasarkan pekerjaan terhadap 100 responden, diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.6 berikut ini:

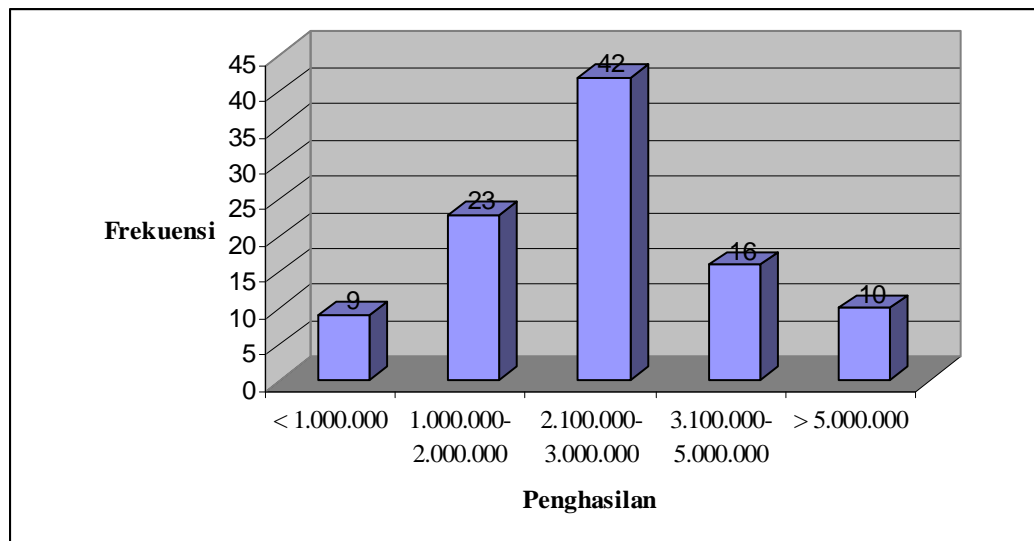
TABEL 4.6
KARAKTERISTIK RESPONDEN
BERDASARKAN PENGHASILAN

Penghasilan	Frekuensi	Persentase
< 1.000.000	9	9
1.000.000-2.000.000	23	23
2.100.000-3.000.000	42	42
3.100.000-5.000.000	16	16
> 5.000.000	10	10
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas, dapat dijelaskan bahwa jumlah responden berdasarkan penghasilan sebanyak 9 responden (9%) berpenghasilan 1.000.000-2.000.000, sebanyak 23 responden (23%) berpenghasilan 2.100.000-3.000.000, sebanyak 42 responden (42%) berpenghasilan 3.100.000-5.000.000, sebanyak 10 responden (10%) berpenghasilan >5.000.000. Berdasarkan hasil tersebut, responden yang mempunyai latar belakang penghasilan yang paling banyak berkisar antara 2.100.000-3.000.000.

Segmen tabungan Britama adalah masyarakat perkotaan maka kisaran penghasilan 2.100.000-3.000.000 adalah standar penghasilan masyarakat perkotaan kota Bandung. Data mengenai karakteristik responden berdasarkan penghasilan pada Tabel 4.5 dapat digambarkan pada Gambar 4.5 berikut ini.



Sumber : Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.5
KARAKTERISTIK RESPONDEN
BERDASARKAN PENGHASILAN

4.1.2.2 Pengalaman Responden

Setiap nasabah BRI Cabang Bandung Ahmad Yani memiliki pengalaman yang berbeda-beda, hal ini dikarenakan banyak faktor yang mempengaruhinya. Dalam penelitian ini nasabah BRI Cabang Bandung Ahmad Yani digambarkan berdasarkan alasan menabung pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani, rata-rata frekuensi menabung, dan jangka waktu menjadi nasabah.

1) Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Menabung Pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani

Pengumpulan data melalui kuesioner mengenai pengalaman responden berdasarkan alasan menabung pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani terhadap 100 responden, diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.7 berikut ini:

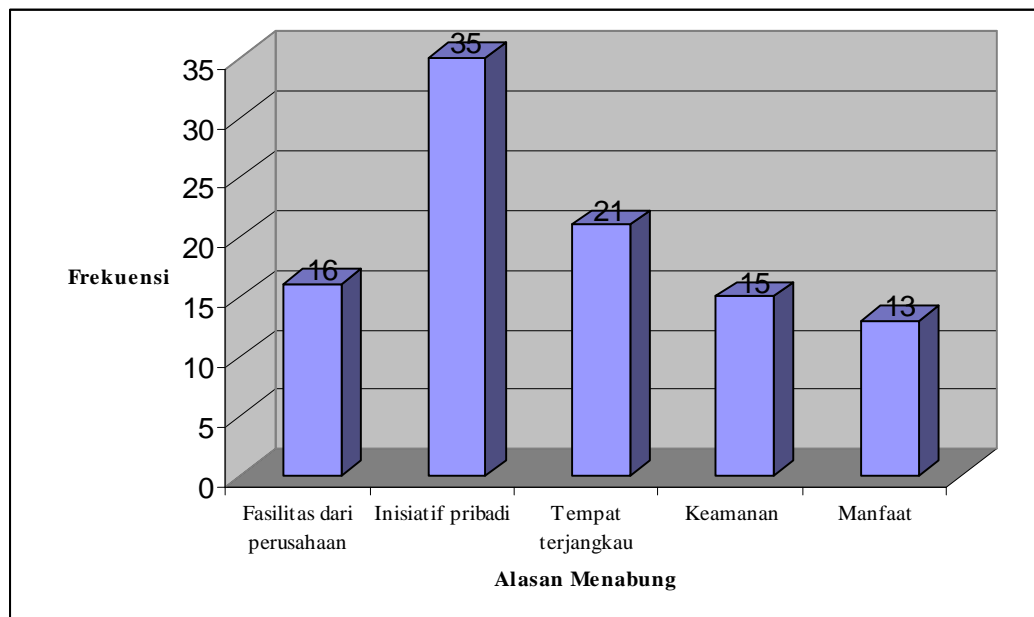
TABEL 4.7
PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN ALASAN MENABUNG
PADA BRI CABANG BANDUNG AHMAD YANI

Alasan	Frekuensi	Persentase
Fasilitas dari perusahaan	16	16
Inisiatif pribadi	35	35
Tempat terjangkau	21	21
Keamanan	15	15
Manfaat	13	13
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa alasan menabung karena fasilitas dari perusahaan sebanyak 16 responden (16%), alasan menabung karena inisiatif pribadi sebanyak 35 responden (35%), alasan menabung karena tempat terjangkau sebanyak 21 responden (21%), alasan menabung karena keamanan sebanyak 15 responden (15%), alasan menabung karena manfaat yang dirasakan sebanyak 13 responden (13%).

Banyaknya nasabah menabung karena alasan inisiatif pribadi mengindikasikan dampak dari bauran pemasaran jasa yang diaplikasikan oleh BRI Cabang Bandung Ahmad Yani. Data tersebut dapat digambarkan sebagai berikut pada Gambar 4.6



Sumber : Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.6
PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN ALASAN MENABUNG
PADA BRI CABANG BANDUNG AHMAD YANI

2) Pengalaman Responden Berdasarkan Rata-Rata Frekuensi Menabung

Pengumpulan data melalui kuesioner mengenai pengalaman responden berdasarkan rata-rata frekuensi menabung terhadap 100 responden, diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.8 berikut ini:

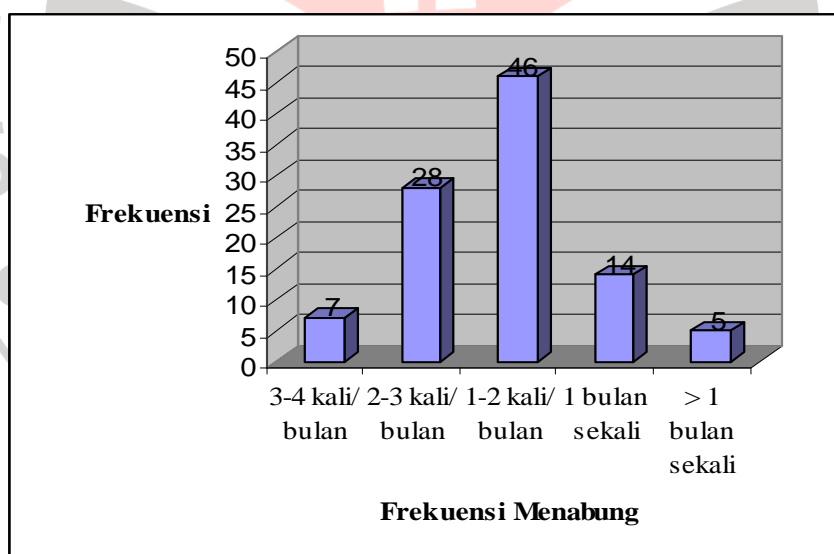
TABEL 4.8
PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN
RATA-RATA FREKUENSI MENABUNG

Frekuensi	Frekuensi	Persentase
3-4 kali/ bulan	7	7
2-3 kali/ bulan	28	28
1-2 kali/ bulan	46	46
1 bulan sekali	14	14
> 1 bulan sekali	5	5
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa rata-rata frekuensi menabung 3-4 kali/ bulan sebanyak 7 responden (7%), rata-rata frekuensi menabung 2-3 kali/ bulan sebanyak 28 responden (28%), rata-rata frekuensi menabung 1-2 kali/ bulan sebanyak 46 responden (46%), rata-rata frekuensi menabung 1 bulan sekali sebanyak 14 responden (14%), rata-rata frekuensi menabung > 1 bulan sekali sebanyak 14 responden (5%).

Berdasarkan hasil tersebut rata-rata frekuensi menabung paling banyak adalah 1-2 kali/ bulan dapat terlihat bahwa ada keteraturan para nasabah dalam menginvestasikan penghasilannya. Data tersebut dapat digambarkan sebagai berikut pada Gambar 4.7



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.7
PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN
RATA-RATA FREKUENSI MENABUNG

3) Pengalaman Responden Berdasarkan Jangka Waktu Menjadi Nasabah

Pengumpulan data melalui kuesioner mengenai pengalaman responden berdasarkan jangka waktu menjadi nasabah terhadap 100 responden, diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.9 berikut ini:

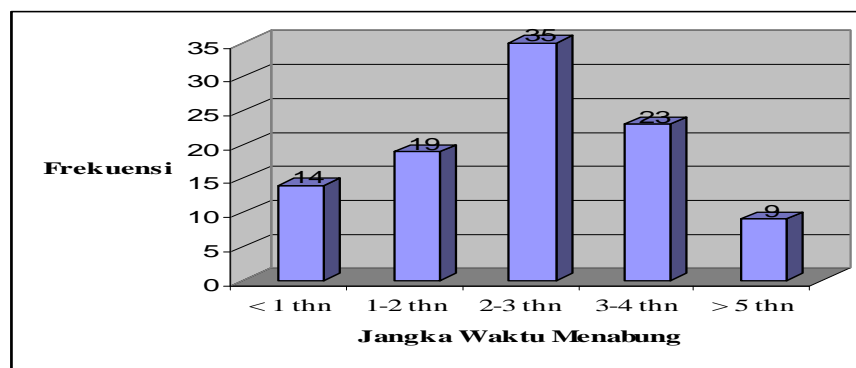
TABEL 4.9
PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN
JANGKA WAKTU MENJADI NASABAH

Jangka Waktu	Frekuensi	Persentase
< 1 tahun	14	14
1-2 tahun	19	19
2-3 tahun	35	35
3-4 tahun	23	23
> 5 tahun	9	9
Total	100	100%

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas dapat diketahui bahwa jangka waktu menjadi nasabah kurang dari 1 tahun sebanyak 14 responden (14%), jangka waktu menjadi nasabah 1-2 tahun sebanyak 19 responden (19%), jangka waktu menjadi nasabah 2-3 tahun sebanyak 35 responden (35%), jangka waktu menjadi nasabah 3-4 tahun sebanyak 23 responden (23%), dan jangka waktu menjadi nasabah lebih dari 5 tahun sebanyak 9 responden (9%).

Berdasarkan hasil tersebut jangka waktu menjadi nasabah paling banyak adalah 2-3 tahun, hal ini mengindikasikan bahwa nasabah BRI Cabang Bandung Ahmad Yani cenderung tidak loyal. Data tersebut dapat digambarkan sebagai berikut pada Gambar 4.8



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.8
PENGALAMAN RESPONDEN BERDASARKAN
JANGKA WAKTU MENJADI NASABAH

4.1.3 Tanggapan Responden Terhadap Aspek *People*

4.1.3.1 Tanggapan Responden Terhadap *Employee* (Karyawan)

1) Tanggapan Responden Terhadap Sikap Karyawan dalam Melayani Nasabah

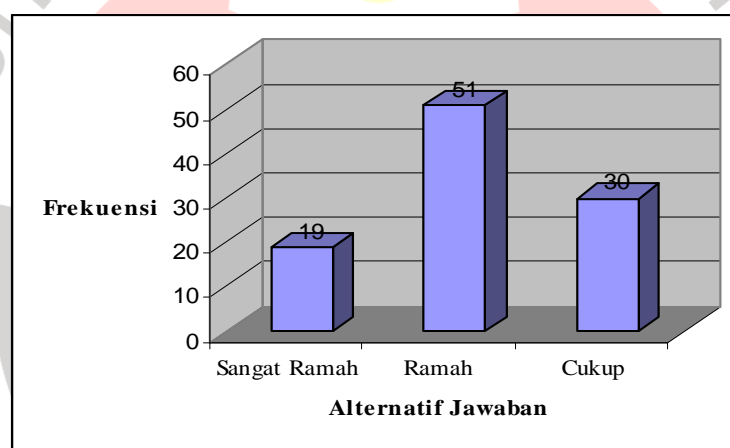
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai sikap karyawan dalam melayani nasabah dalam Tabel 4.10 sebagai berikut.

TABEL 4.10
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP SIKAP KARYAWAN DALAM MELAYANI NASABAH

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
1	Sikap karyawan BRI dalam melayani nasabah	Sangat Ramah	19	19	95
		Ramah	51	51	204
		Cukup	30	30	90
		Tidak Ramah	0	0	0
		Sangat Tidak Ramah	0	0	0
		Total	100	100	389

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap sikap karyawan dalam melayani nasabah, sebagian kecil 19 responden (19%) menyatakan sangat ramah, sebagian besar 51 responden (51%) menyatakan ramah, hampir setengahnya 30 responden (30%) menyatakan cukup ramah dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan tidak ramah dan sangat tidak ramah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruhnya yaitu 85% $[19\%+51\%+(30\%:2)]$ responden menyatakan bahwa karyawan BRI ramah dalam melayani nasabah. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.9
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP SIKAP KARYAWAN DALAM MELAYANI NASABAH

2) Tanggapan Responden Terhadap Pengetahuan Intelegensia Karyawan

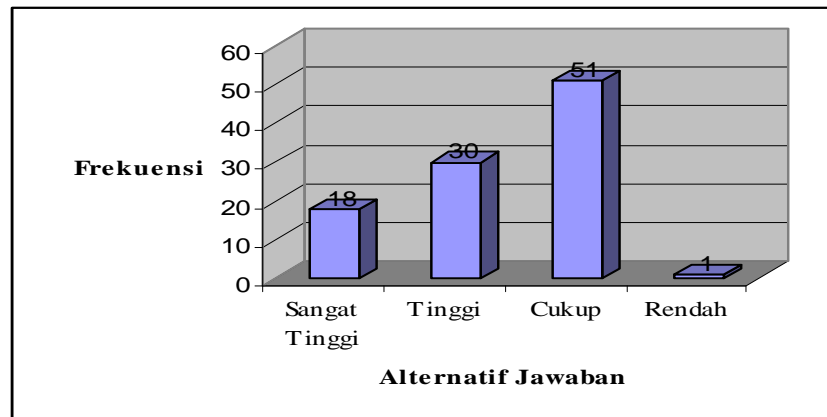
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai pengetahuan intelegensi karyawan dalam Tabel 4.11 sebagai berikut.

TABEL 4.11
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PENGETAHUAN
INTELEGENSIA KARYAWAN

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
2	Pengetahuan intelegensia karyawan BRI	Sangat Tinggi	18	18	90
		Tinggi	30	30	120
		Cukup	51	51	153
		Rendah	1	1	2
		Sangat Rendah	0	0	0
		Total	100	100	365

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap pengetahuan intelegensia karyawan BRI, sebagian kecil 18 responden (18%) menyatakan sangat tinggi, hampir setengahnya 30 responden (30%) menyatakan tinggi, sebagian besar 51 responden (51%) menyatakan cukup, sebagian kecil 1 responden (1%) menyatakan rendah dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat rendah. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar yaitu 73,5% $[18\%+30\%+(51\%:2)]$ responden menyatakan bahwa pengetahuan intelegensia karyawan BRI adalah tinggi. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.10
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PENGETAHUAN
INTELEGENSIA KARYAWAN

3) Tanggapan Responden Terhadap Keterampilan Karyawan Dalam Melayani Nasabah

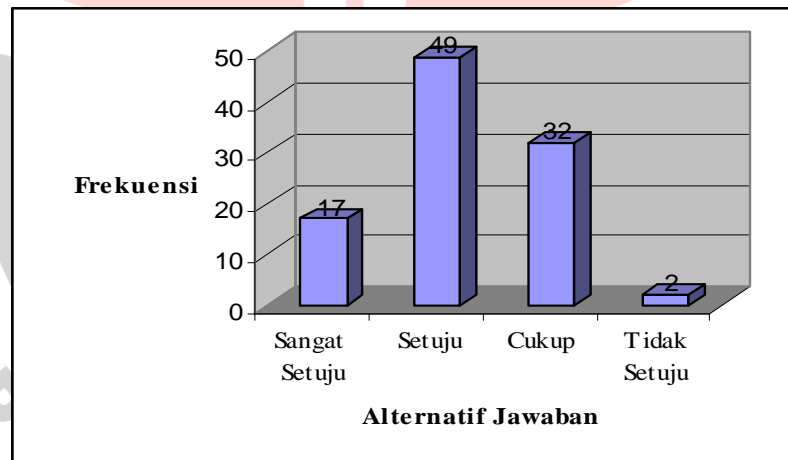
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai keterampilan karyawan dalam melayani nasabah dalam Tabel 4.12 sebagai berikut.

TABEL 4.12
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KETERAMPILAN
KARYAWAN DALAM MELAYANI NASABAH

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
3	Karyawan BRI terampil dalam melayani nasabah	Sangat Setuju	17	17	85
		Setuju	49	49	196
		Cukup	32	32	96
		Tidak Setuju	2	2	4
		Sangat Tidak Setuju	0	0	0
		Total	100	100	381

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap keterampilan karyawan dalam melayani nasabah, sebagian kecil 17 responden (17%) menyatakan sangat setuju, hampir setengahnya 49 responden (49%) menyatakan setuju, hampir setengahnya 32 responden (32%) menyatakan cukup setuju, sebagian kecil 2 responden menyatakan tidak setuju dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruhnya yaitu 82% $[17\%+49\%+(32\%:2)]$ responden menyatakan setuju bahwa karyawan BRI terampil dalam melayani nasabah. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.11
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KETERAMPILAN
KARYAWAN DALAM MELAYANI NASABAH

4.1.3.2 Tanggapan Responden Terhadap *Communication* (Komunikasi)

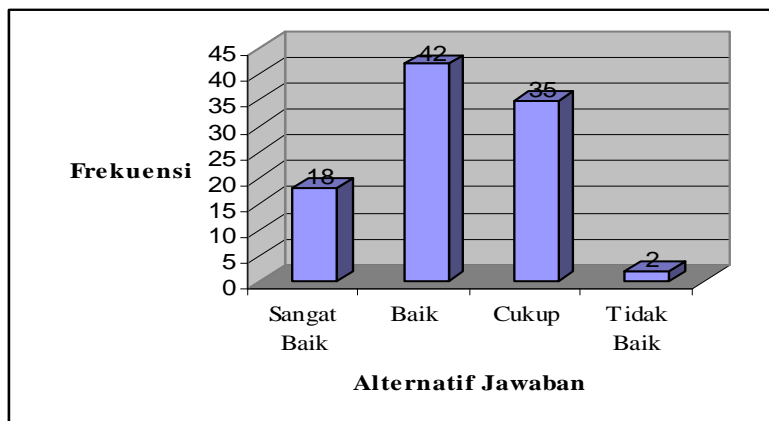
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai kemampuan berkomunikasi karyawan BRI dalam Tabel 4.13 sebagai berikut.

TABEL 4.13
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KEMAMPUAN
BERKOMUNIKASI KARYAWAN BRI

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
4	Kemampuan berkomunikasi karyawan BRI	Sangat Baik	18	18	90
		Baik	42	42	168
		Cukup	35	35	105
		Tidak Baik	2	2	4
		Sangat Tidak Baik	0	0	0
		Total	100	100	373

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap kemampuan berkomunikasi karyawan BRI, sebagian kecil 18 responden (18%) menyatakan sangat baik, hampir setengahnya 42 responden (42%) menyatakan baik, hampir setengahnya 35 responden (35%) menyatakan cukup baik, sebagian kecil 2 responden (2%) menyatakan tidak baik, dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat tidak baik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruhnya yaitu 77,5% $[18\%+42\%+(35\%:2)]$ responden menyatakan bahwa kemampuan berkomunikasi karyawan BRI sudah baik. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.12
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KEMAMPUAN
BERKOMUNIKASI KARYAWAN BRI

4.1.4 Tanggapan Responden Terhadap Aspek *Physical Evidence*

4.1.4.1 Tanggapan Responden Terhadap Pakaian karyawan

1) Tanggapan Responden Terhadap Penampilan Karyawan

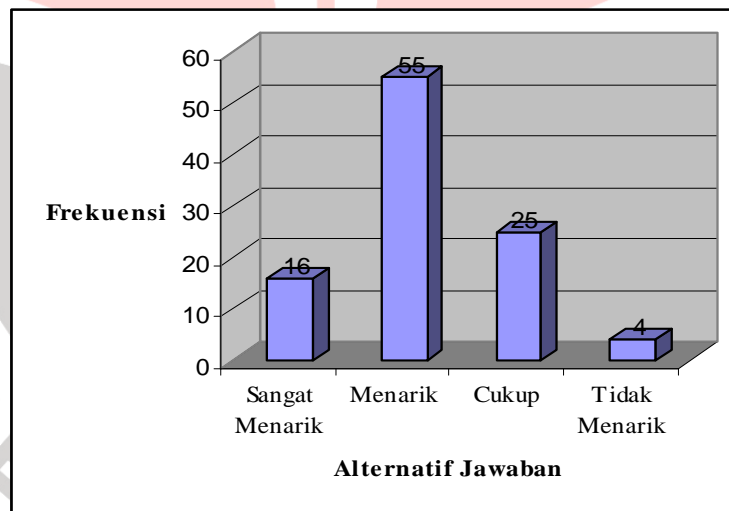
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai penampilan karyawan BRI dalam Tabel 4.14 sebagai berikut.

TABEL 4.14
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PENAMPILAN KARYAWAN

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
5	Penampilan karyawan BRI	Sangat Menarik	16	16	80
		Menarik	55	55	220
		Cukup	25	25	75
		Tidak Menarik	4	4	8
		Sangat Tidak Menarik	0	0	0
		Total	100	100	383

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap penampilan karyawan BRI, sebagian kecil 16 responden (16%) menyatakan sangat menarik, sebagian besar 55 responden (55%) menyatakan menarik, sebagian kecil 25 responden (25%) menyatakan cukup menarik, sebagian kecil 4 responden (4%) menyatakan tidak menarik dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat tidak menarik. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruhnya yaitu 83,5% $[16\%+55\%+(25\%:2)]$ responden menyatakan bahwa penampilan karyawan BRI menarik. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.13
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PENAMPILAN KARYAWAN

2) Tanggapan Responden Terhadap Pakaian Karyawan

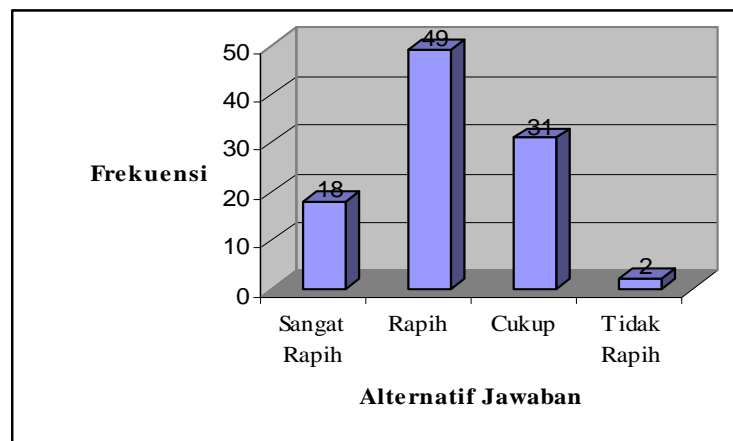
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai pakaian karyawan BRI dalam Tabel 4.15 sebagai berikut.

TABEL 4.15
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PAKAIAN KARYAWAN

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
6	Pakaian karyawan BRI	Sangat Rapih	18	18	90
		Rapih	49	49	196
		Cukup	31	31	93
		Tidak Rapih	2	2	4
		Sangat Tidak Rapih	0	0	0
		Total	100	100	383

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap pakaian karyawan BRI, sebagian kecil 18 responden (18%) menyatakan sangat rapih, hampir setengahnya 49 responden (49%) menyatakan rapih, hampir setengahnya 31 responden (37%) menyatakan cukup rapih, sebagian kecil 2 responden (7%) menyatakan tidak rapih dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat tidak rapih. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruhnya yaitu 82% $[18\%+49\%+(31\%:2)]$ responden menyatakan pakaian karyawan BRI rapih. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.14
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PAKAIAN KARYAWAN

4.1.4.2 Tanggapan Responden Terhadap Peralatan

1) Tanggapan Responden Terhadap Peralatan Bank

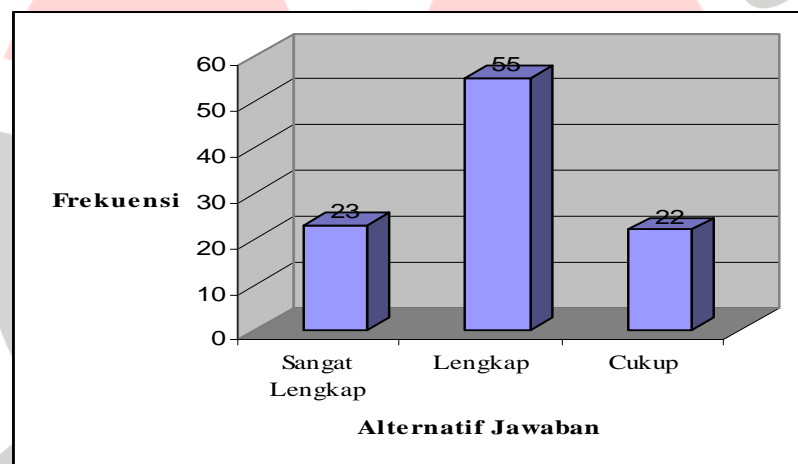
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai peralatan bank dalam Tabel 4.16 sebagai berikut.

TABEL 4.16
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERALATAN BANK

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
7	Peralatan bank	Sangat Lengkap	23	23	115
		Lengkap	55	55	220
		Cukup	22	22	66
		Tidak Lengkap	0	0	0
		Sangat Tidak Lengkap	0	0	0
		Total	100	100	401

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap peralatan bank, sebagian kecil 23 responden (23%) menyatakan sangat lengkap, sebagian besar 55 responden (55%) menyatakan lengkap, sebagian kecil 22 responden (22%) menyatakan cukup lengkap dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan tidak lengkap dan sangat tidak lengkap. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruhnya yaitu 89% $[23\%+55\%+(22\%:2)]$ responden menyatakan peralatan bank lengkap. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.15
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PERALATAN BANK

2) Tanggapan Responden Terhadap Kelayakan Peralatan, Eksterior dan Interior Bank

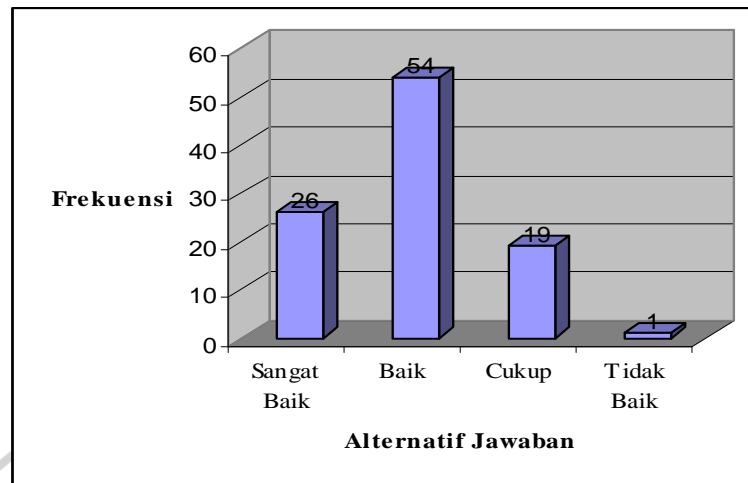
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai kelayakan peralatan, eksterior dan interior bank dalam Tabel 4.17 sebagai berikut.

TABEL 4.17
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KELAYAKAN PERALATAN, EKSTERIOR DAN INTERIOR BANK

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
8	Kelayakan peralatan, eksterior dan interior bank	Sangat Baik	26	26	130
		Baik	54	54	216
		Cukup	19	19	57
		Tidak Baik	1	1	2
		Sangat Tidak Baik	0	0	0
		Total	100	100	405

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap kelayakan peralatan, eksterior dan interior bank, hampir setengahnya 26 responden (26%) menyatakan sangat baik, sebagian besar 54 responden (54%) menyatakan baik, sebagian kecil 19 responden (19%) menyatakan cukup baik, sebagian kecil 1 responden (1%) menyatakan tidak baik dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat tidak baik. Dengan demikian dapat disimpulkan hampir seluruhnya yaitu 89,5% $[26\%+54\%+(19\%:2)]$ responden menyatakan bahwa kelayakan peralatan, eksterior dan interior bank baik. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.16
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KELAYAKAN PERALATAN,
EKSTERIOR DAN INTERIOR BANK

4.1.4.3 Tanggapan Responden Terhadap Desain Fasilitas

1) Tanggapan Responden Terhadap Ruang Tunggu Bank

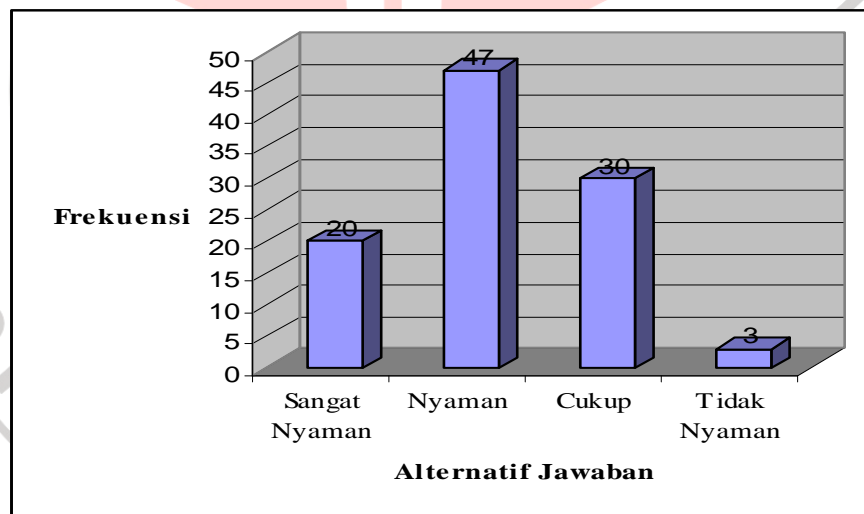
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai ruang tunggu bank dalam Tabel 4.18 sebagai berikut.

TABEL 4.18
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP RUANG TUNGGU BANK

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
9	Ruang tunggu bank	Sangat Nyaman	20	20	100
		Nyaman	47	47	188
		Cukup	30	30	90
		Tidak Nyaman	3	3	6
		Sangat Tidak Nyaman	0	0	0
		Total	100	100	384

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap ruang tunggu bank, sebagian kecil 20 responden (20%) menyatakan sangat nyaman, hampir setengahnya 47 responden (47%) menyatakan nyaman, hampir setengahnya 30 responden (30%) menyatakan cukup nyaman, sebagian kecil 3 responden (3%) menyatakan tidak nyaman dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat tidak nyaman. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruhnya 82% $[20\%+47\%+(30\%:2)]$ responden menyatakan ruang tunggu bank nyaman. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.17
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP RUANG TUNGGU BANK

2) Tanggapan Responden Terhadap Keadaan Bank dan Kamar Mandi

Bank

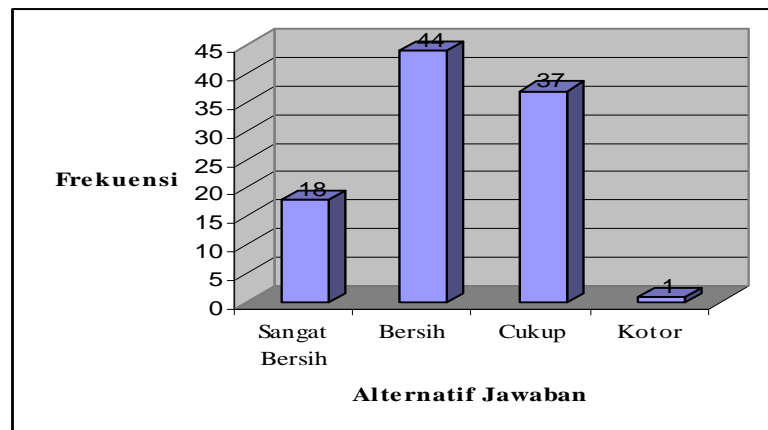
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai keadaan bank dan kamar mandi bank dalam Tabel 4.19 sebagai berikut.

TABEL 4.19
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KEADAAN BANK DAN
KAMAR MANDI BANK

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
10	Keadaan bank dan kamar mandi bank	Sangat Bersih	18	18	90
		Bersih	44	44	176
		Cukup	37	37	111
		Kotor	1	1	2
		Sangat Kotor	0	0	0
		Total	100	100	379

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap keadaan bank dan kamar mandi bank, sebagian kecil 18 responden (18%) menyatakan sangat bersih, hampir setengahnya 44 responden (44%) menyatakan bersih, hampir setengahnya 37 responden (37%) menyatakan cukup bersih, sebagian kecil 1 responden (1%) menyatakan kotor dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat kotor. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruhnya yaitu 80,5% $[18\%+44\%+(37\%:2)]$ responden menyatakan keadaan bank dan kamar mandi bank bersih. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.18
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KEADAAN BANK DAN
KAMAR MANDI BANK

4.1.5 Tanggapan Responden Terhadap Aspek *Process*

1) Tanggapan Responden Terhadap Prosedur Pendaftaran Menjadi Nasabah

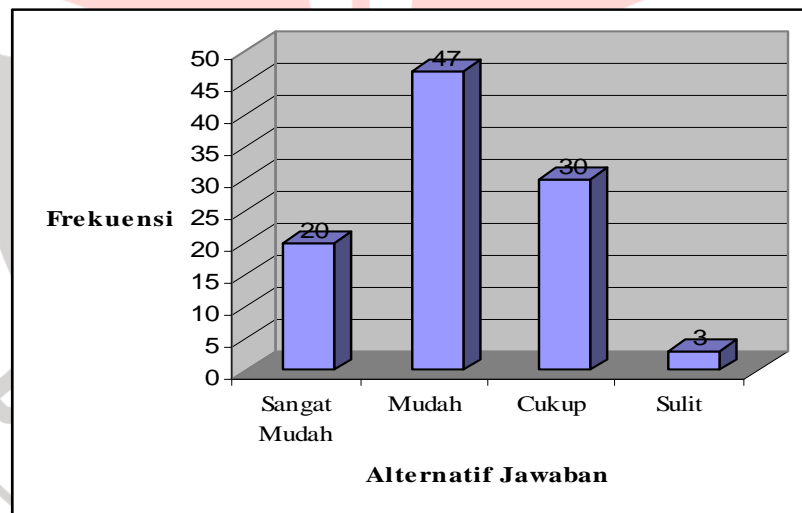
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai prosedur pendaftaran menjadi nasabah dalam Tabel 4.20 sebagai berikut.

TABEL 4.20
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PROSEDUR PENDAFTARAN
MENJADI NASABAH

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
11	Prosedur pendaftaran menjadi nasabah	Sangat Mudah	20	20	100
		Mudah	47	47	188
		Cukup	30	30	90
		Sulit	3	3	6
		Sangat Sulit	0	0	0
		Total	100	100	384

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap prosedur pendaftaran menjadi nasabah, sebagian kecil 16 responden (16%) menyatakan sangat mudah, hampir setengahnya 47 responden (47%) menyatakan mudah, hampir setengahnya 30 responden (30%) menyatakan cukup mudah, sebagian kecil 3 responden (3%) menyatakan sulit dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat sulit. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruhnya yaitu 78% $[16\%+47\%+(30\%:2)]$ responden menyatakan prosedur pendaftaran menjadi nasabah mudah. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.19
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PROSEDUR PENDAFTARAN
MENJADI NASABAH

2) Tanggapan Responden Terhadap Prosedur Menabung

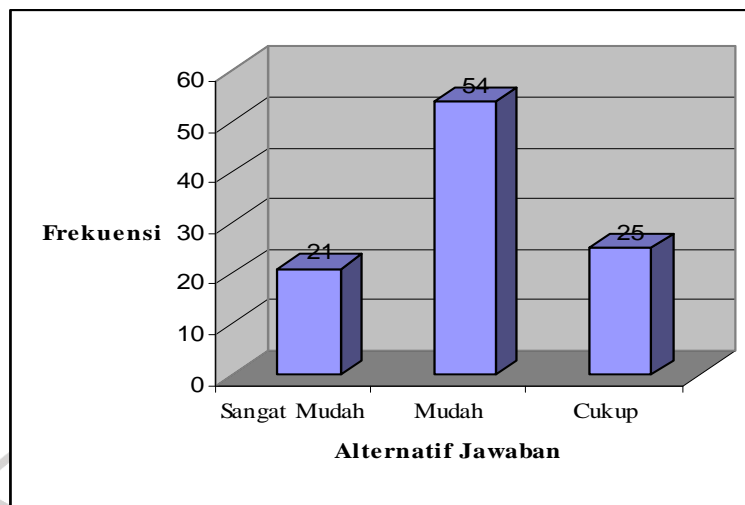
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai prosedur menabung dalam Tabel 4.21 sebagai berikut.

TABEL 4.21
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PROSEDUR MENABUNG

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
12	Prosedur menabung	Sangat Mudah	21	21	105
		Mudah	54	54	216
		Cukup	25	25	75
		Sulit	0	0	0
		Sangat Sulit	0	0	0
		Total	100	100	396

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap prosedur menabung, sebagian kecil 21 responden (21%) menyatakan sangat mudah, sebagian besar 54 responden (54%) menyatakan mudah, sebagian kecil 25 responden (25%) menyatakan cukup mudah dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sulit dan sangat sulit. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruhnya yaitu 78% $[21\%+54\%+(25\%:2)]$ responden menyatakan prosedur menabung mudah. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.20
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PROSEDUR MENABUNG

3) Tanggapan Responden Terhadap Prosedur Pengajuan *Complain*

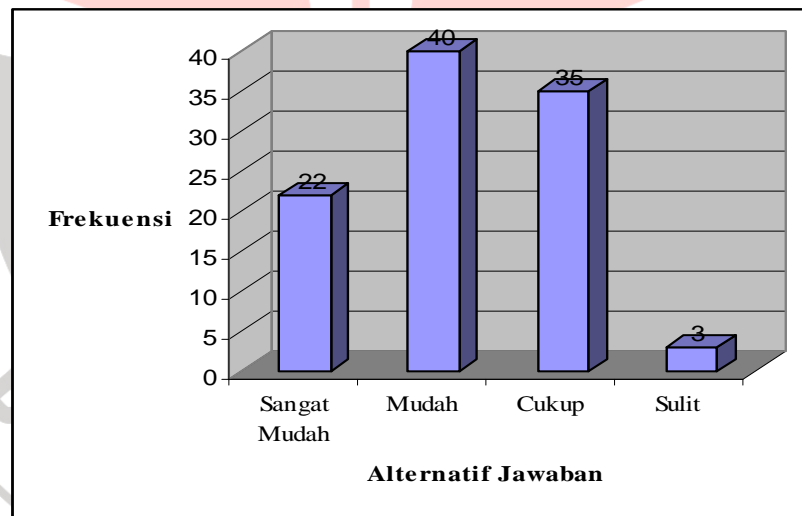
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai prosedur pengajuan *complain* dalam Tabel 4.22 sebagai berikut.

TABEL 4.22
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PROSEDUR PENGAJUAN
COMPLAIN

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
13	Prosedur pengajuan <i>complain</i>	Sangat Mudah	22	22	110
		Mudah	40	40	160
		Cukup	35	35	105
		Sulit	3	3	6
		Sangat Sulit	0	0	0
		Total	100	100	381

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap prosedur pengajuan *complain*, sebagian kecil 22 responden (22%) menyatakan sangat mudah, hampir setengahnya 40 responden (40%) menyatakan mudah, hampir setengahnya 35 responden (35%) menyatakan cukup mudah, sebagian kecil 3 responden (3%) menyatakan sulit dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat sulit. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruhnya yaitu 79,5% $[22\%+40\%+(35\%:2)]$ responden menyatakan prosedur pengajuan *complain* mudah. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.21
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PROSEDUR PENGAJUAN
COMPLAIN

4) Tanggapan Responden Terhadap Penanganan Keluhan Nasabah

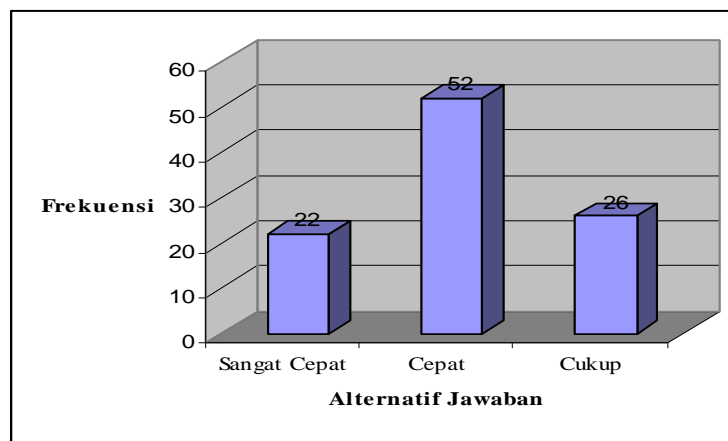
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai penanganan keluhan nasabah dalam Tabel 4.23 sebagai berikut.

TABEL 4.23
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PENANGANAN KELUHAN NASABAH

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
14	Penanganan keluhan nasabah	Sangat Cepat	22	22	110
		Cepat	52	52	208
		Cukup	26	26	78
		Lama	0	0	0
		Sangat Lama	0	0	0
		Total	100	100	396

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap penanganan keluhan nasabah, sebagian kecil 22 responden (22%) menyatakan sangat cepat, sebagian besar 52 responden (52%) menyatakan cepat, hampir setengahnya 26 responden (26%) menyatakan cukup cepat dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan lama dan sangat lama. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruhnya yaitu 87% $[22\%+52\%+(26\%:2)]$ responden menyatakan penanganan keluhan nasabah cepat. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.22
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PENANGANAN KELUHAN NASABAH

5) Tanggapan Responden Terhadap Komunikasi dengan Pihak Perusahaan

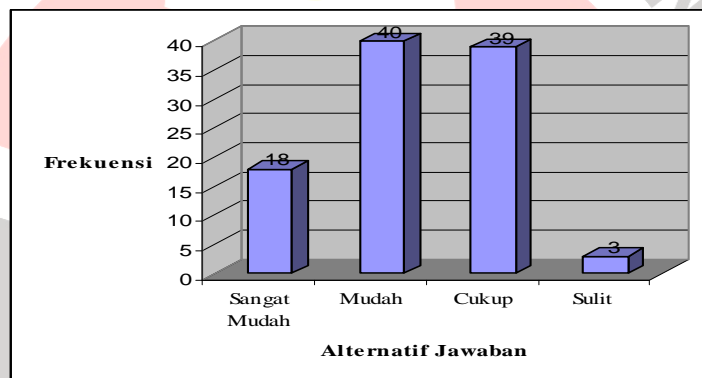
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai komunikasi dengan pihak perusahaan dalam Tabel 4.24 sebagai berikut.

TABEL 4.24
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KOMUNIKASI DENGAN PIHAK PERUSAHAAN

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
15	Berkomunikasi dengan pihak perusahaan	Sangat Mudah	18	18	90
		Mudah	40	40	160
		Cukup	39	39	117
		Sulit	3	3	6
		Sangat Sulit	0	0	0
		Total	100	100	373

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap komunikasi dengan pihak perusahaan, sebagian kecil 18 responden (18%) menyatakan sangat mudah, hampir setengahnya 40 responden (40%) menyatakan mudah, hampir setengahnya 39 responden (39%) menyatakan cukup mudah, sebagian kecil 3 responden (3%) menyatakan sulit. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruh responden 77,5% [$18\%+40\%+(39\%:2)$] menyatakan komunikasi dengan pihak perusahaan mudah. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.23
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP KOMUNIKASI DENGAN
PIHAK PERUSAHAAN

4.1.6 Tanggapan Responden Terhadap Tingkat Keputusan Nasabah Untuk Menabung

4.1.7 4.1.6.1 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Produk

1) Pilihan Produk Berdasarkan Kualitas

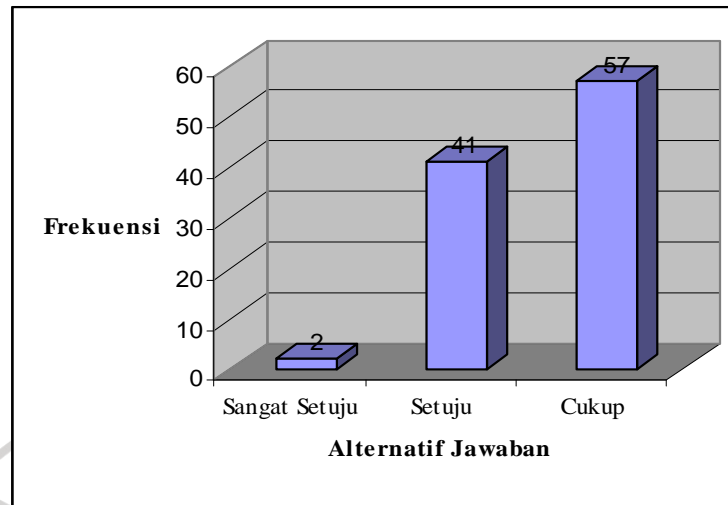
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai pilihan produk berdasarkan kualitas dalam Tabel 4.25 sebagai berikut.

TABEL 4.25
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PILIHAN PRODUK
BERDASARKAN KUALITAS

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
1	Menggunakan jasa BRI karena memiliki kualitas produk yang tinggi	Sangat Setuju	2	2	10
		Setuju	41	41	164
		Cukup	57	57	171
		Tidak Setuju	0	0	0
		Sangat Tidak Setuju	0	0	0
		Total	100	100	345

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap pilihan produk berdasarkan kualitas, sebagian kecil 2 responden (2%) menyatakan sangat setuju, hampir setengahnya 41 responden (41%) menyatakan setuju, sebagian besar 57 responden (57%) menyatakan cukup setuju dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar yaitu 71,5% [2%+41%+(57%:2)] responden menyatakan setuju bahwa pertimbangan dalam keputusan nasabah untuk menabung adalah karena kualitas produk yang tinggi. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.24
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PILIHAN PRODUK
BERDASARKAN KUALITAS

2) Pilihan Produk Berdasarkan Varian Produk

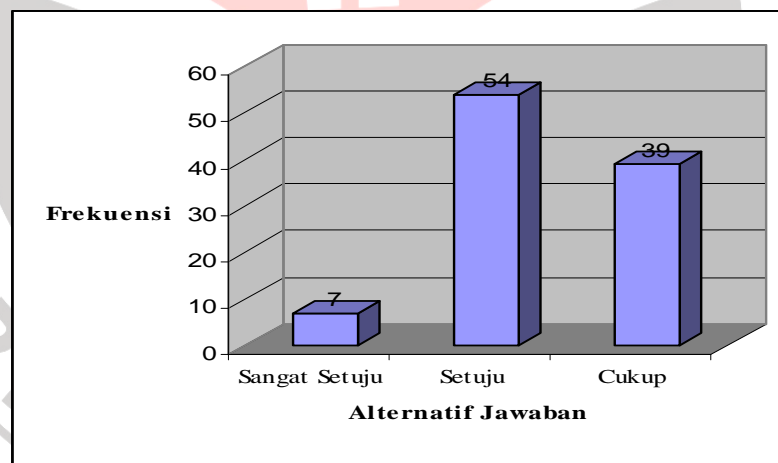
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai pilihan produk berdasarkan varian produk dalam Tabel 4.26 sebagai berikut.

TABEL 4.26
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PILIHAN PRODUK
BERDASARKAN VARIAN PRODUK

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
2	Menggunakan jasa BRI karena memiliki banyak jenis pilihan produk	Sangat Setuju	7	7	35
		Setuju	54	54	216
		Cukup	39	39	117
		Tidak Setuju	0	0	0
		Sangat Tidak Setuju	0	0	0
		Total	100	100	368

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap pilihan produk berdasarkan varian produk, sebagian kecil 7 responden (7%) menyatakan sangat setuju, sebagian besar 54 responden (54%) menyatakan setuju, hampir setengahnya 39 responden (39%) menyatakan cukup setuju, dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruhnya yaitu 80,5% $[7\%+54\%+(39\%:2)]$ responden menyatakan setuju bahwa pertimbangan dalam keputusan nasabah untuk menabung adalah karena memiliki varian produk yang beragam. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.25
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PILIHAN PRODUK
BERDASARKAN VARIAN PRODUK

4.1.6.2 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Merek

1) Pilihan Merek Berdasarkan *Image* Merek

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai pilihan merek berdasarkan *image* merek dalam Tabel 4.27 sebagai berikut.

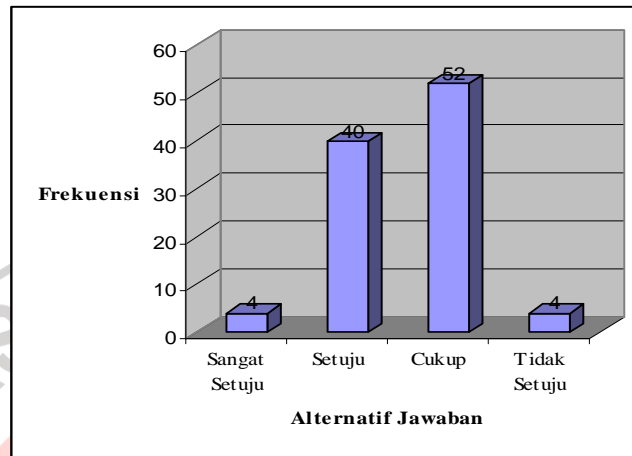
TABEL 4.27
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PILIHAN MEREK
BERDASARKAN *IMAGE* MEREK

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
3	Menggunakan jasa BRI karena <i>image</i> merek	Sangat Setuju	4	4	20
		Setuju	40	40	160
		Cukup	52	52	156
		Tidak Setuju	4	4	8
		Sangat Tidak Setuju	0	0	0
		Total	100	100	344

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap pilihan merek berdasarkan *image* merek, sebagian kecil 4 responden (4%) menyatakan sangat setuju, hampir setengahnya 40 responden (40%) menyatakan setuju, sebagian besar 52 responden (52%) menyatakan cukup setuju, sebagian kecil 4 responden (4%) menyatakan tidak setuju dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar yaitu 70% $[4\%+40\%+(52\%:2)]$ responden menyatakan setuju bahwa pertimbangan dalam keputusan nasabah untuk

menabung adalah karena *image* merek. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.26
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PILIHAN MEREK
BERDASARKAN *IMAGE* MEREK

2) Pilihan Merek Berdasarkan Kepercayaan Merek

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai pilihan merek berdasarkan kepercayaan merek dalam Tabel 4.28 sebagai berikut.

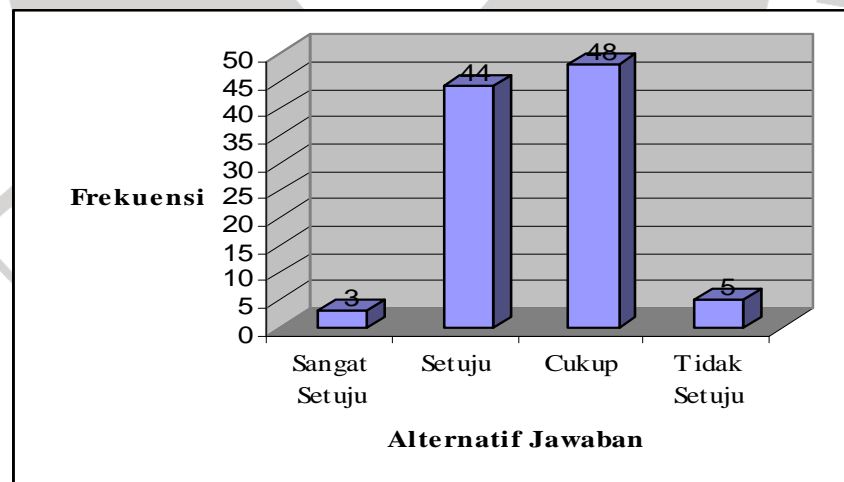
TABEL 4.28
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PILIHAN MEREK
BERDASARKAN KEPERCAYAAN MEREK

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
4	Menggunakan jasa BRI karena kepercayaan merek	Sangat Setuju	3	3	15
		Setuju	44	44	176
		Cukup	48	48	144
		Tidak Setuju	5	5	10
		Sangat Tidak	0	0	0

		Setuju			
		Total	100	100	345

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap pilihan merek berdasarkan kepercayaan merek, sebagian kecil 3 responden (3%) menyatakan sangat setuju, hampir setengahnya 44 responden (44%) menyatakan setuju, hampir setengahnya 48 responden (52%) menyatakan cukup setuju, sebagian kecil 5 responden (5%) menyatakan tidak setuju dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar yaitu 71% [$3\%+44\%+(48\%:2)$] responden menyatakan setuju bahwa pertimbangan dalam keputusan nasabah untuk menabung adalah karena kepercayaan merek. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.27
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PILIHAN MEREK
BERDASARKAN KEPERCAYAAN MEREK

3) Pilihan Merek Berdasarkan Popularitas Merek

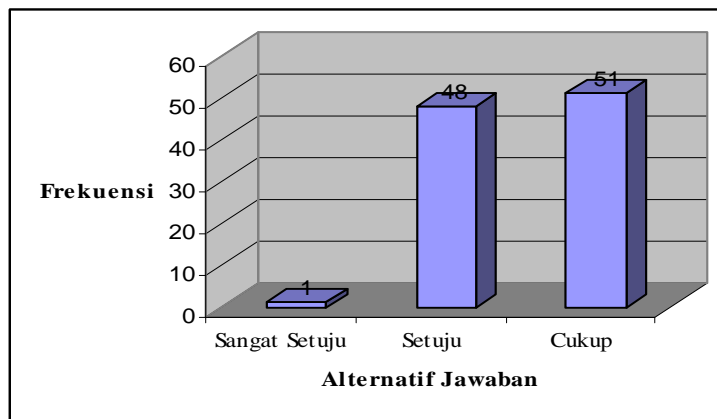
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai pilihan merek berdasarkan popularitas merek dalam Tabel 4.29 sebagai berikut.

TABEL 4.29
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PILIHAN MEREK
BERDASARKAN POPULARITAS MEREK

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
5	Menggunakan jasa BRI karena popularitas merek	Sangat Setuju	1	1	5
		Setuju	48	48	192
		Cukup	51	51	153
		Tidak Setuju	0	0	0
		Sangat Tidak Setuju	0	0	0
		Total	100	100	350

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap pilihan merek berdasarkan popularitas merek, sebagian kecil 1 responden (1%) menyatakan sangat setuju, hampir setengahnya 48 responden (48%) menyatakan setuju, sebagian besar 51 responden (51%) menyatakan cukup setuju, dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar yaitu 74,5% $[1\%+48\%+(51\%:2)]$ responden menyatakan setuju bahwa pertimbangan dalam keputusan nasabah untuk menabung adalah karena popularitas merek. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.28
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PILIHAN MEREK
BERDASARKAN POPULARITAS MEREK

4.1.6.3 Tanggapan Responden Terhadap Pilihan Saluran

1) Pilihan Saluran Berdasarkan Lokasi yang Strategis

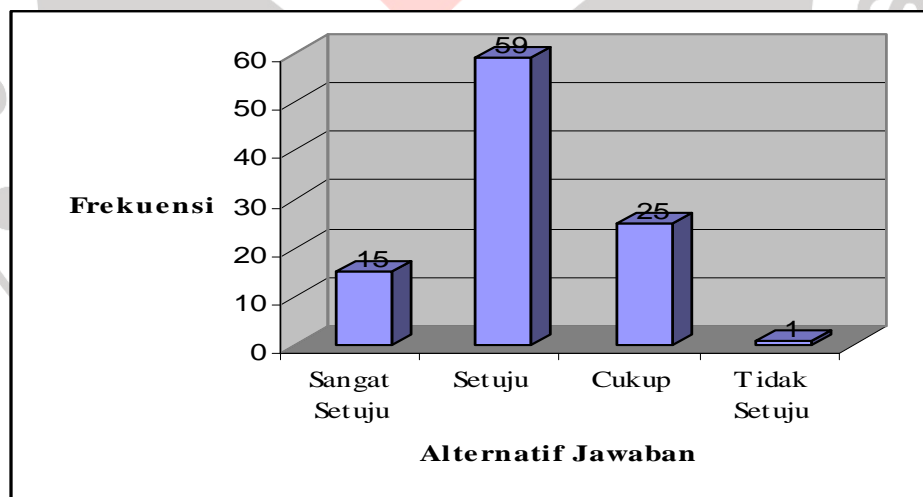
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai pilihan saluran berdasarkan lokasi yang strategis dalam Tabel 4.30 sebagai berikut.

TABEL 4.30
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PILIHAN SALURAN
BERDASARKAN LOKASI YANG STRATEGIS

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
6	Menggunakan jasa BRI karena lokasi bank strategis	Sangat Setuju	15	15	75
		Setuju	59	59	236
		Cukup	25	25	75
		Tidak Setuju	1	1	2
		Sangat Tidak Setuju	0	0	0
		Total	100	100	388

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap pilihan saluran berdasarkan lokasi yang strategis, sebagian kecil 15 responden (15%) menyatakan sangat setuju, sebagian besar 59 responden (59%) menyatakan setuju, sebagian kecil 25 responden (25%) menyatakan cukup setuju, sebagian kecil 1 responden (1%) menyatakan tidak setuju dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruhnya yaitu 86,5% $[15\%+59\%+(25\%:2)]$ responden menyatakan setuju bahwa pertimbangan dalam keputusan nasabah untuk menabung adalah karena lokasi yang strategis. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.29
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PILIHAN SALURAN
BERDASARKAN LOKASI YANG STRATEGIS

2) Pilihan Saluran Berdasarkan Kemudahan Transportasi

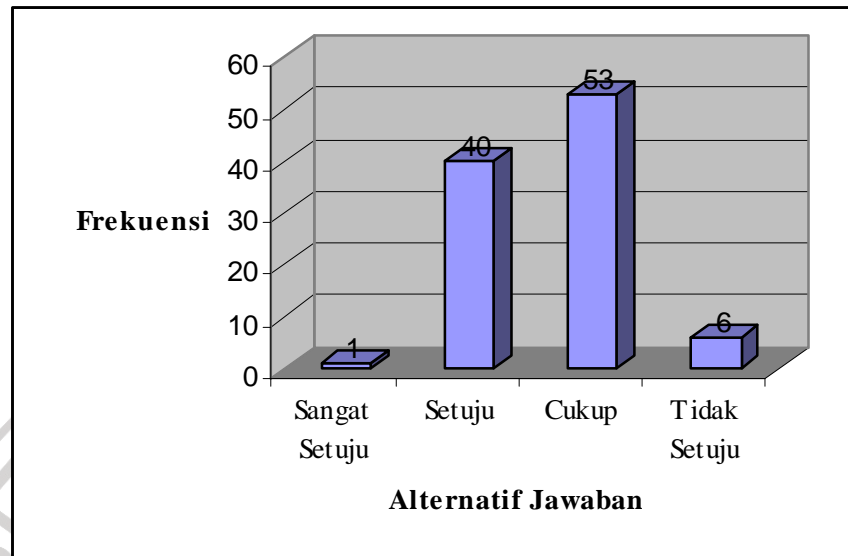
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai pilihan saluran berdasarkan kemudahan transportasi dalam Tabel 4.31 sebagai berikut.

TABEL 4.31
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PILIHAN SALURAN
BERDASARKAN KEMUDAHAN TRANSPORTASI

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
7	Menggunakan jasa BRI karena kemudahan dalam bertransportasi	Sangat Setuju	1	1	5
		Setuju	40	40	160
		Cukup	53	53	159
		Tidak Setuju	6	6	12
		Sangat Tidak Setuju	0	0	0
		Total	100	100	336

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap pilihan saluran berdasarkan kemudahan transportasi, sebagian kecil 1 responden (1%) menyatakan sangat setuju, hampir setengahnya 40 responden (40%) menyatakan setuju bahwa pilihan saluran berdasarkan kemudahan transportasi, sebagian besar 53 responden (53%) menyatakan cukup setuju, sebagian kecil 6 responden (6%) menyatakan tidak setuju, dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar yaitu 67,5% [$1\% + 40\% + (53\% : 2)$] responden menyatakan setuju bahwa pertimbangan dalam keputusan nasabah untuk menabung adalah karena kemudahan transportasi. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.30
TANGGAPAN RESPONDEN TERHADAP PILIHAN SALURAN
BERDASARKAN KEMUDAHAN TRANSPORTASI

4.1.6.4 Tanggapan Nasabah Terhadap Waktu Menabung

1) Waktu Menabung Berdasarkan Jam Kerja Bank

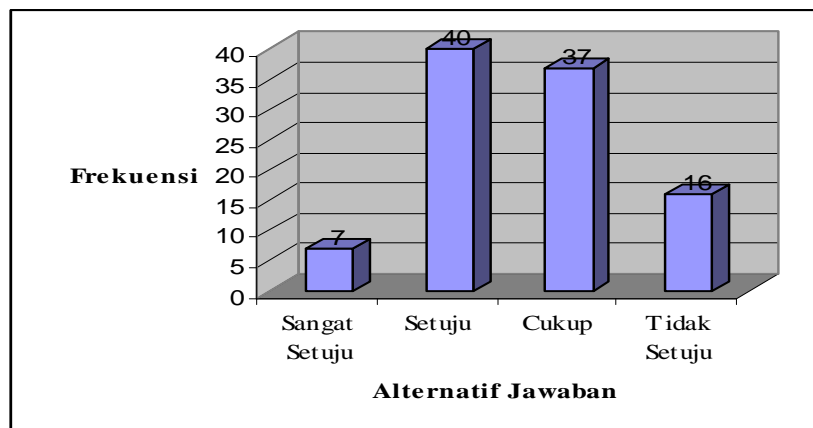
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai waktu menabung berdasarkan jam kerja bank dalam Tabel 4.32 sebagai berikut.

TABEL 4.32
TANGGAPAN NASABAH TERHADAP WAKTU MENABUNG
BERDASARKAN JAM KERJA BANK

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
8	Menggunakan jasa BRI karena jam kerja bank	Sangat Setuju	7	7	35
		Setuju	40	40	160
		Cukup	37	37	111
		Tidak Setuju	16	16	32
		Sangat Tidak Setuju	0	0	0
		Total	100	100	338

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap waktu menabung berdasarkan jam kerja bank, sebagian kecil 7 responden (7%) menyatakan sangat setuju, hampir setengahnya 40 responden (40%) menyatakan setuju, hampir setengahnya 37 responden (37%) menyatakan cukup setuju, sebagian kecil 16 responden (16%) menyatakan tidak setuju dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar yaitu 65,5% [$7\%+40\%+(37\%:2)$] responden menyatakan setuju bahwa pertimbangan dalam keputusan nasabah untuk menabung adalah karena waktu menabung berdasarkan jam kerja bank. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.31
TANGGAPAN NASABAH TERHADAP WAKTU MENABUNG
BERDASARKAN JAM KERJA BANK

2) Waktu Menabung Berdasarkan Waktu yang Dimiliki Nasabah

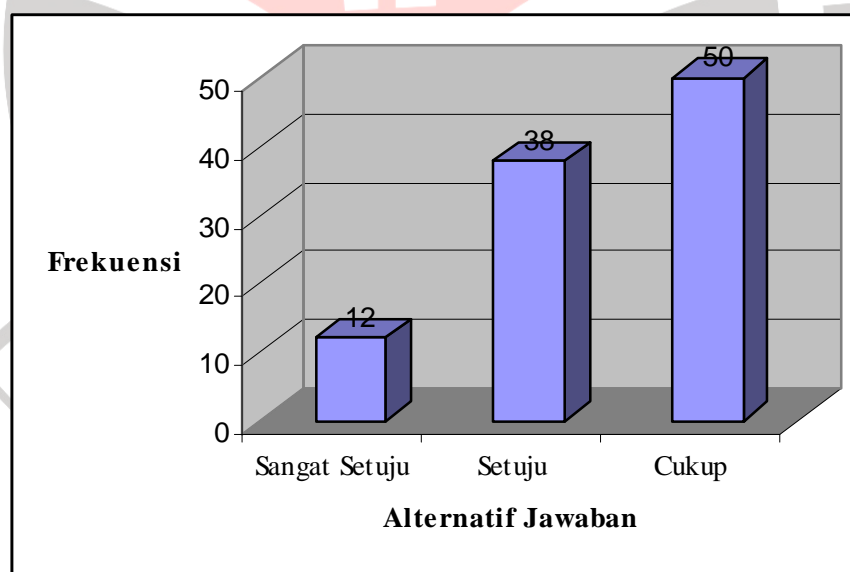
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai waktu menabung berdasarkan waktu yang dimiliki nasabah dalam Tabel 4.33 sebagai berikut.

TABEL 4.33
TANGGAPAN NASABAH TERHADAP WAKTU MENABUNG
BERDASARKAN WAKTU YANG DIMILIKI NASABAH

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
9	Menggunakan jasa BRI karena waktu yang dimiliki nasabah	Sangat Setuju	12	12	60
		Setuju	38	38	152
		Cukup	50	50	150
		Tidak Setuju	0	0	0
		Sangat Tidak Setuju	0	0	0
		Total	100	100	362

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap waktu menabung berdasarkan waktu yang dimiliki nasabah, sebagian kecil 12 responden (12%) menyatakan sangat setuju, hampir setengahnya 38 responden (38%) menyatakan setuju, setengahnya 50 responden (50%) menyatakan cukup setuju dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hampir seluruhnya yaitu 75% [$12\%+38\%+(50\%:2)$] responden menyatakan setuju bahwa pertimbangan dalam keputusan nasabah untuk menabung adalah karena waktu menabung berdasarkan waktu yang dimiliki nasabah. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.32
TANGGAPAN NASABAH TERHADAP WAKTU MENABUNG
BERDASARKAN WAKTU YANG DIMILIKI NASABAH

4.1.6.5 Tanggapan Nasabah Terhadap Frekuensi Tabungan

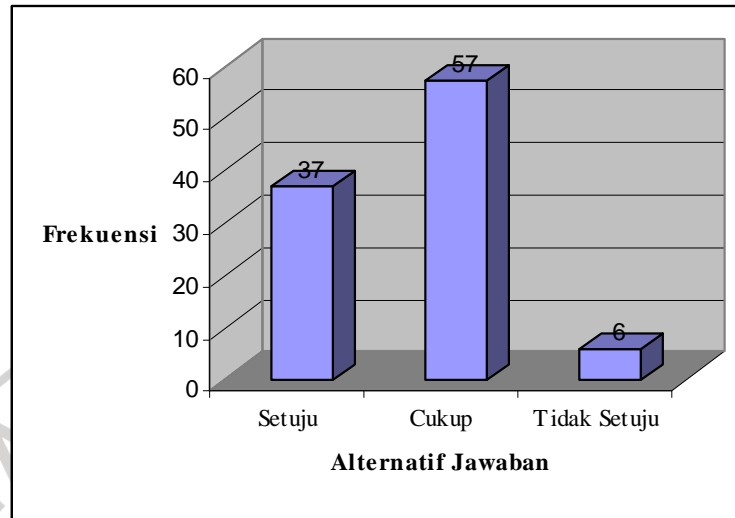
Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil tanggapan responden mengenai frekuensi tabungan secara teratur dalam Tabel 4.34 sebagai berikut.

TABEL 4.34
TANGGAPAN NASABAH TERHADAP FREKUENSI TABUNGAN
SECARA TERATUR

No Item	Pernyataan	Alternatif Jawaban	Frekuensi	Persentase	Skor
10	Menggunakan jasa BRI secara teratur	Sangat Setuju	0	0	0
		Setuju	37	37	148
		Cukup	57	57	171
		Tidak Setuju	6	6	12
		Sangat Tidak Setuju	0	0	0
		Total	100	100	331

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel di atas terlihat bahwa tanggapan responden terhadap frekuensi tabungan secara teratur, tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat setuju, hampir setengahnya 37 responden (37%) menyatakan setuju, sebagian besar 57 responden (57%) menyatakan cukup setuju, sebagian kecil 6 responden (6%) menyatakan tidak setuju dan tidak seorangpun 0 responden (0%) yang menyatakan sangat tidak setuju. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sebagian besar yaitu 65,5% $[0\%+37\%+(57\%:2)]$ responden menyatakan setuju bahwa pertimbangan dalam keputusan nasabah untuk menabung adalah karena frekuensi tabungan secara teratur yaitu sekitar 1-2 kali setiap bulannya. Data di atas dapat digambarkan sebagai berikut.



Sumber: Hasil pengolahan data 2009

GAMBAR 4.33
TANGGAPAN NASABAH TERHADAP FREKUENSI TABUNGAN
SECARA TERATUR

4.2 Pembahasan Hasil Penelitian

4.2.1 Gambaran Terhadap Aspek *People*

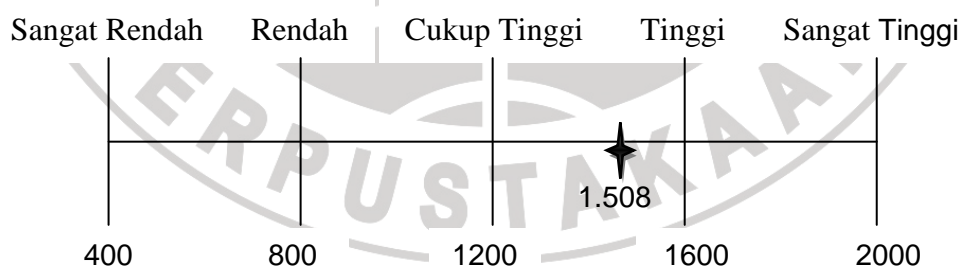
TABEL 4.35
REKAPITULASI INDIKATOR *PEOPLE*

No	Ukuran	Perolehan Skor	Skor ideal	%
1	<i>Employee (Karyawan)</i>			
	Sikap karyawan dalam melayani nasabah	389	500	77,8
	Pengetahuan intelegensia karyawan	365	500	73
	Keterampilan dalam melayani nasabah	381	500	76,2
	Sub Total	1.135	1.500	75,6
2	<i>Communication (Komunikasi)</i>			
	Kemampuan berkomunikasi karyawan BRI	373	500	74,6
	Total Skor <i>People</i>	1.508	2.000	75,4

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel 4.35 aspek *people* (sumber daya manusia) pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani memperoleh skor 1.508 apabila di prosentasekan kedalam skor ideal maka diperoleh prosentase sebesar 75,4% yang artinya menurut Moh Ali (1985:184) termasuk kedalam kategori “sebagian besar” responden menyatakan bahwa pelaksanaan *people* (sumber daya manusia) pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani cukup tinggi. Dan secara berurutan dapat diketahui indikator-indikator atribut yang dominan. Indikator yang paling dominan adalah sikap karyawan dalam melayani nasabah yaitu sebesar 77,8%, dan indikator yang paling rendah adalah pengetahuan intelegensia karyawan dengan memperoleh presentase skor sebesar 73%.

Skor ideal *people* (sumber daya manusia) adalah 2.000 untuk 4 item pernyataan. Perolehan skor berdasarkan hasil pengolahan data pada variabel *people* (sumber daya manusia) adalah 1.508. skor tersebut secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Hasil tersebut menunjukkan bahwa *people* (sumber daya manusia) yang dilaksanakan BRI Cabang Bandung Ahmad Yani dinilai oleh konsumen dapat dikatakan cukup tinggi. Ini berarti pelaksanaan *people* (sumber daya manusia)

dapat mempengaruhi tingkat keputusan nasabah untuk menabung. Yazid (2005:161) berinteraksi dengan karyawan dan konsumen lain untuk memproduksi hasil akhir suatu jasa (konsumen sebagai *partial employess* yaitu sumber daya manusia yang memberikan kontribusi kepada kapasitas produktif organisasi). Konsekuensinya adalah partisipasi dan interaksi dengan konsumen lain dapat mempengaruhi apakah jasa yang disampaikan sesuai dengan yang diinginkan konsumen atau tidak.

4.2.2 Gambaran Terhadap Aspek *Physical Evidence*

TABEL 4.36
REKAPITULASI INDIKATOR *PHYSICAL EVIDENCE*

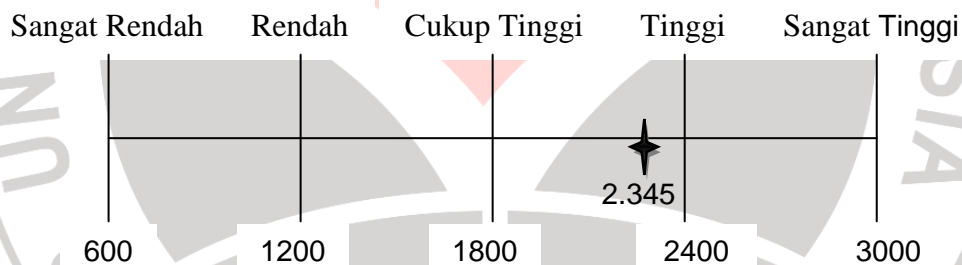
No	Ukuran	Perolehan Skor	Skor ideal	%
1	Pakaian Karyawan			
	Penampilan karyawan BRI	383	500	76,6
	Pakaian karyawan BRI	383	500	76,6
	Sub Total	788	1000	78,8
2	Peralatan			
	Kelengkapan peralatan bank	401	500	80,2
	Kelayakan peralatan, eksterior dan interior bank	405	500	81
	Sub Total	780	1000	78
3	Desain Fasilitas			
	Kenyamanan ruang tunggu bank	384	500	76,8
	Kebersihan bank dan kamar mandi bank	379	500	75,8
	Sub Total	767	1000	76,7
	Total Skor <i>Physical Evidence</i>	2.345	3000	78,1

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel 4.36 aspek *physical evidence* (bukti fisik) pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani memperoleh skor 2.345 apabila di prosentasekan kedalam skor ideal maka diperoleh prosentase sebesar 78,1% yang artinya menurut Moh Ali (1985:184) termasuk kedalam kategori “hampir seluruhnya”

responden menyatakan bahwa pelaksanaan *physical evidence* (bukti fisik) pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani adalah tinggi. Dan secara berurutan dapat diketahui indikator-indikator atribut yang dominan. Indikator yang paling dominan adalah kelayakan peralatan, eksterior dan interior bank yaitu sebesar 81%, dan indikator yang paling rendah adalah kebersihan bank dan kamar mandi bank dengan memperoleh presentase skor sebesar 75,8%.

Skor ideal *physical evidence* (bukti fisik) adalah 3.000 untuk 6 item pernyataan. Perolehan skor berdasarkan hasil pengolahan data pada variabel *physical evidence* (bukti fisik) adalah 2.345. skor tersebut secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Hasil tersebut menunjukkan bahwa *physical evidence* (bukti fisik) yang dilaksanakan BRI Cabang Bandung Ahmad Yani dinilai oleh konsumen berada pada kategori tinggi. Ini berarti pelaksanaan *physical evidence* (bukti fisik) dapat mempengaruhi tingkat keputusan nasabah untuk menabung. Yazid (2005:136) elemen-elemen mempengaruhi konsumen melalui atribut-atribut eksterior (seperti rambu-rambu, tempat parkir, halaman ataupun taman) dan atribut-atribut interior (seperti *design*, *layout*, pencahayaan, musik, peralatan, dan dekorasi).

4.2.3 Gambaran Terhadap Aspek *Process*

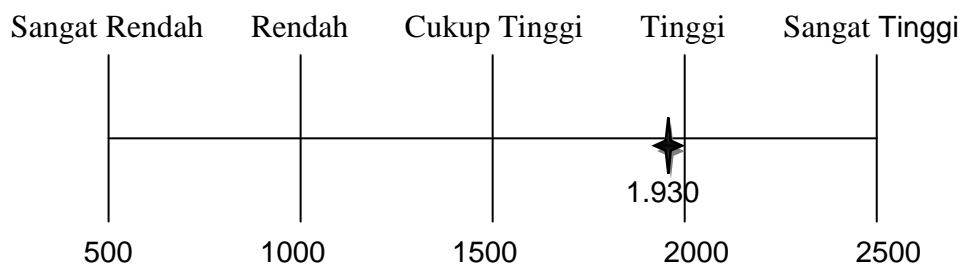
TABEL 4.37
REKAPITULASI INDIKATOR *PROCESS*

No	Ukuran	Perolehan Skor	Skor ideal	%
	Rangkaian Kegiatan			
1	Prosedur pendaftaran menjadi nasabah	384	500	76,8
	Prosedur menabung	396	500	79,2
	Prosedur pengajuan komplain	381	500	76,2
	Penanganan keluhan nasabah	396	500	79,2
	Kemudahan berkomunikasi dengan pihak perusahaan	373	500	74,6
	Total Skor <i>Process</i>	1.930	2500	77,2

Sumber: Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel 4.37 aspek *process* (proses pelayanan) pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani memperoleh skor 1.930 apabila di prosentasekan kedalam skor ideal maka diperoleh prosentase sebesar 77,2% yang artinya menurut Moh Ali (1985:184) termasuk kedalam kategori “hampir seluruhnya” responden menyatakan bahwa pelaksanaan *process* (proses pelayanan) pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani adalah tinggi. Dan secara berurutan dapat diketahui indikator-indikator atribut yang dominan. Indikator yang paling dominan adalah penanganan keluhan nasabah yaitu sebesar 79%, dan indikator yang paling rendah adalah kemudahan berkomunikasi dengan pihak perusahaan dengan memperoleh presentase skor sebesar 74,6%.

Skor ideal *process* (proses pelayanan) adalah 3.000 untuk 6 item pernyataan. Perolehan skor berdasarkan hasil pengolahan data pada variabel *process* (proses pelayanan) adalah 1.930. Skor tersebut secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Hasil tersebut menunjukkan bahwa *process* (proses pelayanan) yang dilaksanakan BRI Cabang Bandung Ahmad Yani dinilai oleh konsumen berada pada kategori tinggi. Ini berarti pelaksanaan *process* (proses pelayanan) dapat mempengaruhi tingkat keputusan nasabah untuk menabung. *Process* merupakan keseluruhan prosedur aktual, mekanisasi dan rangkaian kegiatan dari jasa yang diberikan bagi konsumen. Proses dimana jasa diciptakan dan disampaikan pada konsumen akan mempersepsikan sistem penyampaian jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri, Adrian Payne (2000:210). Apabila proses-proses yang dilakukan mendukung penyampaian jasa yang baik, misalnya menanggapi keluhan nasabah dengan cepat maka akan mengakibatkan kepuasan konsumen. Proses penyajian jasa aktual akan menentukan tahap pengalaman konsumen.

4.2.4 Gambaran Terhadap Keputusan Nasabah Untuk Menabung

TABEL 4.38
REKAPITULASI INDIKATOR KEPUTUSAN PEMBELIAN

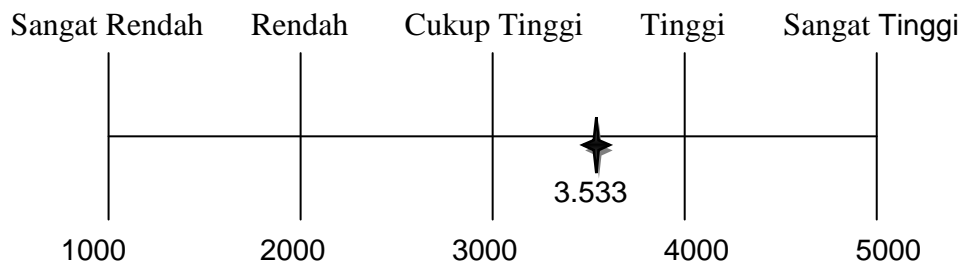
No	Ukuran	Perolehan Skor	Skor ideal	%
1	Pilihan Produk			
	Kualitas produk	345	500	69
	Varian produk	368	500	73,6
	Sub Total	756	1000	75,6
2	Pilihan Merek			
	Image merek	344	500	68,8

No	Ukuran	Perolehan Skor	Skor ideal	%
	Kepercayaan merek	345	500	69
	Popularitas merek	350	500	70
	Sub Total	1.039	1500	69,2
3	Pilihan Saluran			
	Lokasi yang strategis	388	500	77,6
	Kemudahan bertransportasi	336	500	67,2
	Sub Total	693	1000	69,3
4	Waktu Menabung			
	Kesesuaian jam kerja bank	338	500	67,6
	Kesesuaian waktu yang dimiliki nasabah	362	500	72,4
	Sub Total	700	1000	70
5	Frekuensi Menabung			
	Frekuensi menabung secara teratur	331	500	66,2
	Sub Total	3.533	5000	70,66

Sumber : Hasil pengolahan data 2009

Berdasarkan Tabel 4.38 tingkat keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani memperoleh skor 3.533 apabila di prosentasekan kedalam skor ideal maka diperoleh prosentase sebesar 70,66% yang artinya menurut Moh Ali termasuk kedalam kategori “sebagian besar” nasabah menyatakan bahwa tingkat keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani adalah cukup tinggi. Dan secara berurutan dapat diketahui indikator-indikator atribut yang dominan. Indikator yang paling dominan adalah lokasi yang strategis yaitu sebesar 79%, dan indikator yang paling rendah adalah kerutinan menabung dengan memperoleh presentase skor sebesar 66,2%.

Skor ideal keputusan menabung adalah 5.000 untuk 10 item pernyataan. Perolehan skor berdasarkan hasil pengolahan data pada variabel keputusan menabung adalah 3.533. Skor tersebut secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut:



Nilai 3.533 sesuai dengan data penelitian yaitu termasuk kategori cukup tinggi, dengan demikian dapat dikatakan bahwa tingkat keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani berada pada kategori cukup tinggi. Hal ini diungkapkan oleh Valarie A. Zeithaml, dan kawan-kawan (2006:27) sebagai berikut:

The three new marketing mix elements (people, physical evidence, and process) are included in the marketing mix as separate elements because they are within the control of the firm and because any or all of them may influence the customer's initial decision to purchase a service as well as the customer's level of satisfaction and repurchase decisions.

Unsur bauran pemasaran jasa (3P) termasuk ke dalam bagian unsur pemasaran jasa karena satu atau beberapa dapat mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian jasa seperti kepuasan konsumen dan perubahan keputusan pembelian jasa.

4.2.5 Pengaruh *People* Terhadap Tingkat Keputusan Nasabah Untuk Menabung

TABEL 4.39
PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG
PEOPLE TERHADAP TINGKAT KEPUTUSAN NASABAH UNTUK
MENABUNG

Interpretasi Analisis Jalur			
Keterangan		Pengaruh	%
X1	Pengaruh Langsung ke Y	0,0482	4,82
	Pengaruh Tidak Langsung melalui X2	0,0313	3,13
	Pengaruh Tidak Langsung melalui X3	0,0297	2,97
Total Pengaruh X1 terhadap Y		0,1092	10,92

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Berdasarkan Tabel 4.39 di atas diketahui bahwa pengaruh langsung dari *people* terhadap keputusan nasabah untuk menabung adalah 4,82%. Pengaruh tidak langsung dari *people* melalui *physical evidence* terhadap keputusan nasabah untuk menabung sebesar 3,13% sedangkan pengaruh tidak langsung *people* melalui *process* terhadap keputusan nasabah untuk menabung sebesar 2,97%. Total pengaruh *people* terhadap keputusan nasabah untuk menabung sebesar 10,29%. Hal tersebut memberikan gambaran bahwa *people* berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung.

Lovelock (2007:19) orang adalah karyawan (dan kadang-kadang pelanggan lain) yang terlibat dalam proses produksi. Ratih Hurriyati (2008:62) orang adalah semua pelaku yang memainkan peranan dalam penyajian jasa sehingga dapat mempengaruhi persepsi pembeli.

4.2.6 Pengaruh *Physical Evidence* Terhadap Tingkat Keputusan Nasabah Untuk Menabung

TABEL 4.40
PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG
***PHYSICAL EVIDENCE* TERHADAP TINGKAT KEPUTUSAN**
NASABAH UNTUK MENABUNG

Interpretasi Analisis Jalur			
Keterangan		Pengaruh	%
X2	Pengaruh Langsung ke Y	0,1482	14,82
	Pengaruh Tidak Langsung melalui X1	0,0313	3,13
	Pengaruh Tidak Langsung melalui X3	0,0348	3,48
Total Pengaruh X2 terhadap Y		0,2143	21,43

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Berdasarkan Tabel 4.40 dapat diketahui besarnya pengaruh langsung *physical evidence* terhadap keputusan nasabah untuk menabung sebesar 14,82%. Pengaruh tidak langsung *physical evidence* melalui *people* terhadap keputusan nasabah untuk menabung sebesar 3,13%, sedangkan pengaruh tidak langsung *physical evidence* melalui *process* terhadap keputusan nasabah untuk menabung sebesar 3,48%. Total pengaruh *physical evidence* terhadap keputusan nasabah untuk menabung sebesar 21,43%.

Hal tersebut memberikan gambaran bahwa *physical evidence* berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menabung. Pengertian *physical evidence* (bukti fisik) menurut Ratih Hurriyati (2008:64) adalah "Sesuatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang diinginkan".

4.2.7 Pengaruh *Process* Terhadap Tingkat Keputusan Nasabah Untuk Menabung

TABEL 4.41
PENGARUH LANGSUNG DAN TIDAK LANGSUNG
***PROCESS* TERHADAP TINGKAT KEPUTUSAN NASABAH**
UNTUK MENABUNG

Interpretasi Analisis Jalur			
Keterangan		Pengaruh	%
X3	Pengaruh Langsung ke Y	0,0754	7,54
	Pengaruh Tidak Langsung melalui X1	0,0297	2,97
	Pengaruh Tidak Langsung melalui X2	0,0348	3,48
Total Pengaruh X3 terhadap Y		0,1400	14

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Berdasarkan Tabel 4.41 pengaruh langsung *process* terhadap keputusan nasabah untuk menabung sebesar 7,54%. Pengaruh tidak langsung *process* melalui *people* terhadap keputusan nasabah untuk menabung sebesar 2,97%. Sedangkan pengaruh tidak langsung *process* melalui *physical evidence* terhadap keputusan nasabah untuk menabung sebesar 3,48%. Total pengaruh *process* terhadap keputusan nasabah untuk menabung sebesar 14%.

Lovelock (2007:19) sebuah proses menjelaskan metode dan urutan kerja dari sistem yang beroperasi. Proses yang desainnya buruk akan mengganggu pelanggan karena kelambatan, birokrasi, dan penyampaian jasa yang tidak efektif. Objek pertama dari pemasaran adalah mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan pasar. Oleh karena itu jasa harus didesain untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Desain jasa mencakup sejak dari desain proses jasa sampai dengan bagaimana jasa disampaikan. Penyajian jasa aktual akan menentukan tahapan pengalaman konsumen, bahkan aliran operasi jasa dapat dijadikan bukti yang dapat dinilai konsumen.

4.2.8 Pengaruh *People*, *Physical Evidence*, dan *Process* Terhadap Tingkat Keputusan Nasabah Untuk Menabung

Pengujian hipotesis keempat ditujukan untuk mengetahui pengaruh *people* (X1) *physical evidence* (X2) dan *process* (X3) terhadap tingkat keputusan nasabah untuk menabung (Y). Pengujian hipotesis tersebut dilakukan dengan menggunakan uji statistik *path analysis* (analisis jalur).

Hasil korelasi antara *people* (X1) *physical evidence* (X2) dan *process* (X3) terhadap tingkat keputusan nasabah untuk menabung (Y), hasilnya diperlihatkan dalam Tabel 4.42 berikut.

TABEL 4.42
MATRIKS KORELASI ANTARA *PEOPLE*, *PHYSICAL EVIDENCE* DAN *PROCESS* TERHADAP TINGKAT KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG

	Keputusan menjadi nasabah (Y)	<i>People</i> (X1)	<i>Physical evidence</i> (X2)	<i>Process</i> (X3)
Keputusan menjadi nasabah (Y)	1,000	0,497	0,557	0,510
<i>People</i> (X1)	0,497	1,000	0,370	0,493
<i>Physical evidence</i> (X2)	0,557	0,370	1,000	0,330
<i>Process</i> (X3)	0,510	0,493	0,330	1,000

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2009

Tabel 4.42 memperlihatkan nilai koefisien korelasi terbesar antara setiap variabel X dengan Y adalah korelasi *physical evidence* (X2) dengan keputusan nasabah untuk menabung sebesar 0,557. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara *physical evidence* (X2) dan keputusan nasabah untuk menabung (Y). Sedangkan nilai koefisien korelasi terbesar antara setiap

variabel X dimiliki oleh *people* (X1) dan *process* (X3) yaitu sebesar 0,493. Hal ini menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan antara *people* (X1) dan *process* (X3).

People (sumber daya manusia) dan *process* (proses pelayanan) satu sama lain saling berkaitan. Yazid (2005:19) mengemukakan partisipan atau orang (*people*) adalah semua pelaku yang memainkan sebagian penyajian jasa dan karenanya mempengaruhi persepsi pembeli. Bagian yang termasuk dalam elemen ini adalah personel perusahaan (tenaga kerja), konsumen lain dalam lingkungan jasa. Sedangkan Proses pelayanan merupakan semua prosedur aktual, mekanisme, dan aliran aktivitas dengan mana jasa disampaikan yang merupakan sistem penyajian atau operasi jasa.

Sejumlah jasa mempunyai karakteristik yang kompleks sehingga konsumen harus mengikuti serangkaian tindakan yang rumit dan banyak untuk menyelesaikan proses jasa yang diinginkan. Pada akhirnya, proses mencerminkan bagaimana semua elemen bauran pemasaran dikoordinasikan untuk sejumlah kualitas dan konsistensi jasa yang diberikan kepada konsumen. Dengan demikian pemasaran sering terlibat dalam atau bertanggung jawab terhadap pengawasan kualitas jasa. Proses pelayanan jasa yang baik dapat dilaksanakan oleh sumber daya manusia yang memiliki kualitas tinggi. Ramah dan terampil dalam melayani nasabah, memiliki pengetahuan intelegensia tinggi, dan dapat menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah.

Uji hipotesis secara keseluruhan melalui uji F menggunakan rumus sebagai berikut:

$$H_0 : \rho_{yx1} = \rho_{yx2} = \rho_{yx3} = 0$$

Hi : sekurang-kurangnya ada sebuah $\rho_{YXi} \neq 0$, $i = 1, 2$, dan 3

Kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

Ho ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, artinya terdapat pengaruh antara *people, physical evidence* dan *process* terhadap tingkat keputusan nasabah untuk menabung secara simultan parsial maupun.

Ho diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara *people, physical evidence* dan *process* terhadap tingkat keputusan nasabah untuk menabung baik secara simultan maupun parsial.

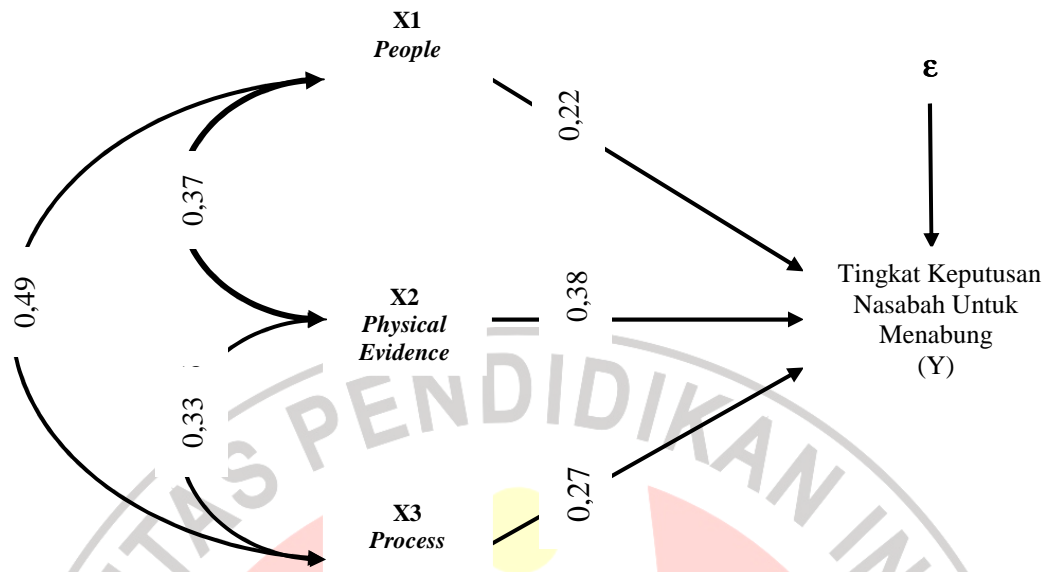
Rumus statistik uji F adalah sebagai berikut:

$$F = \frac{(n - k - 1) \sum_{i=1}^k \rho_{YXi} r_{YXi}}{k \left(1 - \sum_{i=1}^k \rho_{YXi} r_{YXi} \right)}$$

TABEL 4.43
PENGUJIAN SECARA SIMULTAN

Hipotesis Alternatif	F hitung	db	F tabel	Kesimpulan
(X ₁ , X ₂ , X ₃) secara simultan berpengaruh terhadap Y	27.642	db ₁ = 3	2.70	Ho ditolak (Signifikan)
		db ₂ = 96		

Struktur korelasi antara variabel X₁, X₂, dan X₃ disajikan pada Gambar 4.34.



GAMBAR 4.34
DIAGRAM JALUR PENGUJIAN HIPOTESIS IV

Berikut disajikan hasil pengujian koefisien jalur dan kontribusi secara langsung dan tidak langsung *people*, *physical evidence* dan *process* terhadap tingkat keputusan nasabah untuk menabung pada Tabel 4.44

TABEL 4.44
HASIL PENGUJIAN PENGARUH *PEOPLE*, *PHYSICAL EVIDENCE* DAN *PROCESS* TERHADAP TINGKAT KEPUTUSAN NASABAH UNTUK MENABUNG

X	Pengaruh Langsung	Pengaruh tidak langsung			Total Pengaruh	t tabel 1,989	Sign	Keputusan
	Tingkat Keputusan Untuk Menabung (Y)	<i>People</i> (X1)	<i>Physical Evidence</i> (X2)	<i>Process</i> (X3)		thitung	Alpha 0,05	
<i>People</i> (X1)	0,0482	1,000	0,0313	0,0297	0,1092	2,473	0,000	Ho Ditolak
<i>Physical Evidence</i> (X2)	0,1482	0,0313	1,000	0,0348	0,2143	4,705	0,000	Ho Ditolak
<i>Process</i> (X3)	0,0745	0,0297	0,0348	1,000	0,1400	3,143	0,000	Ho Ditolak
					R ² 0,4635			

Sumber : Hasil Pengolahan data 2009

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis keempat mengenai pengaruh *people*, *physical evidence* dan *process* terhadap tingkat keputusan nasabah untuk menabung diperoleh nilai signifikansi lebih kecil jika dibandingkan dengan 0,05 hal ini berarti H_0 ditolak. Pengujian hipotesis juga dapat dilakukan dengan membandingkan t_{tabel} dengan t_{hitung} untuk $\alpha = 0,05$. Perhitungan data menghasilkan t_{hitung} bagi masing-masing variabel lebih besar jika dibandingkan dengan t_{tabel} 1,989 hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak.

Berdasarkan hasil penelitian bahwa *physical evidence* (bukti fisik) BRI Cabang Bandung Ahmad Yani berpengaruh cukup besar terhadap tingkat keputusan nasabah untuk menabung yaitu sebesar 21,43%. Pengaruh *process* (proses pelayanan) terhadap tingkat keputusan nasabah untuk menabung yaitu sebesar 14%, sedangkan pengaruh *people* (sumber daya manusia) lebih kecil dibandingkan pengaruh *physical evidence* dan *process* (proses pelayanan) yaitu sebesar 10,92%. Berdasarkan angka tersebut maka *people*, *physical evidence* dan *process* berpengaruh terhadap tingkat keputusan nasabah untuk menabung.

Koefisien jalur variabel lain di luar variabel *people*, *physical evidence* dan *process* ditentukan melalui rumus:

$$\begin{aligned} P_{Z\epsilon} &= \sqrt{1 - R^2_{Y(X_1, X_2, X_3)}} \\ &= \sqrt{1 - 0,4635} \\ &= 0,732 \end{aligned}$$

Hal tersebut berarti bahwa *people*, *physical evidence* dan *process* secara bersama-sama mempengaruhi tingkat keputusan nasabah untuk menabung sebesar 46,35% dan sisanya sebesar $(0,732)^2 = 0,535 \times 100\% = 53,65\%$ dipengaruhi oleh

variabel lain yang tidak termasuk ke dalam penelitian. Berdasarkan hasil analisis, dapat dinilai bahwa variabel lain dalam tingkat keputusan nasabah untuk menabung diantaranya adalah kualitas produk, citra perusahaan, lokasi, dan promosi yang diaplikasikan oleh BRI Cabang Bandung Ahmad Yani.

4.3 Implikasi Hasil Penelitian

4.3.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik

1. Berdasarkan hasil temuan penelitian penulis melakukan modifikasi konsep *people* (sumber daya manusia) yang dikemukakan oleh Yazid (2005), Fandy (2006), Zeithaml (2006), dan Ratih (2008) bahwa *people* (sumber daya manusia) terdiri dari 1) karyawan dan 2) komunikasi.
2. Berdasarkan hasil temuan penelitian penulis melakukan modifikasi konsep *physical evidence* (bukti fisik) yang dikemukakan oleh Yazid (2005), Fandy (2006), Zeithaml (2006), dan Ratih (2008) bahwa *physical evidence* (bukti fisik) terdiri dari 1) pakaian karyawan, 2) peralatan, dan 3) desain fasilitas.
3. Berdasarkan hasil temuan penelitian penulis melakukan modifikasi konsep *process* (proses pelayanan) yang dikemukakan oleh Yazid (2005), Fandy (2006), Zeithaml (2006), dan Ratih (2008) bahwa *process* (proses pelayanan) terdiri dari rangkaian kegiatan.
4. Berdasarkan hasil temuan penelitian penulis melakukan modifikasi konsep keputusan pembelian yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2008) bahwa ada lima keputusan yang dilakukan oleh pembeli yaitu pilihan produk, pilihan merek, saluran pembelian, waktu pembelian dan jumlah pembelian.

4.3.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik

- a. Dilihat dari dimensi karyawan dan komunikasi maka faktor *people* (sumber daya manusia) secara berurutan adalah sikap karyawan dalam melayani nasabah, pengetahuan intelegensia karyawan, keterampilan dalam melayani nasabah dan kemampuan berkomunikasi karyawan BRI. Dilihat dari faktor-faktor pembentuk tersebut, sikap karyawan dalam melayani nasabah merupakan prioritas utama dalam mengambil keputusan untuk menabung pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani.
- b. Dilihat dari dimensi pakaian karyawan, peralatan, dan desain fasilitas maka faktor *physical evidence* (bukti fisik) secara berurutan adalah penampilan karyawan BRI, pakaian karyawan BRI, kelengkapan peralatan bank, kelayakan peralatan, desain interior dan interior bank, kenyamanan ruang tunggu bank, dan kebersihan bank dan kamar mandi bank. Dilihat dari faktor-faktor pembentuk tersebut, kelayakan peralatan, desain interior dan interior bank merupakan prioritas utama dalam mengambil keputusan untuk menabung pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani.
- c. Dilihat dari dimensi rangkaian kegiatan maka faktor *process* (proses pelayanan) secara berurutan adalah prosedur pendaftaran menjadi nasabah, prosedur menabung, prosedur pengajuan komplain, penanganan keluhan nasabah, dan kemudahan berkomunikasi dengan pihak perusahaan. Dilihat dari faktor-faktor pembentuk tersebut, penanganan keluhan nasabah merupakan prioritas utama dalam mengambil keputusan untuk menabung pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani.

- d. Dilihat dari dimensi pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran, waktu pembelian, jumlah pembelian maka tingkat keputusan nasabah untuk menabung pada BRI Cabang Bandung Ahmad Yani, nasabah lebih memprioritaskan pada pilihan saluran.

4.4 Implikasi Penelitian Terhadap Pendidikan

Proses belajar mengajar merupakan aktivitas yang paling penting dalam upaya pendidikan, karena melalui proses itulah tujuan pendidikan dapat dicapai dalam bentuk perubahan perilaku siswa. Tujuan pendidikan terdapat dalam UU No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional pada Bab II Pasal 3, yaitu:

Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, bertujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga Negara yang demokratis serta bertanggung jawab.

Berhasil tidaknya penyelenggaraan pendidikan merupakan tanggung jawab berbagai pihak, antara lain pemerintah, masyarakat, keluarga dan sekolah. Penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran di tingkat persekolahan merupakan tanggung jawab pihak sekolah dan terutama para guru yang langsung berinteraksi dengan siswa dalam kegiatan belajar mengajar.

Selain itu salah satu penunjang dalam penyelenggaraan pendidikan dan pengajaran disekolah yaitu dengan membuat suatu iklim sekolah yang kondusif. Dimana iklim sekolah merujuk pada suasana kehidupan sekolah sebagai salah satu

kelompok sosial yang didalamnya terdiri atas komponen-komponen yang berhubungan dan berpengaruh satu sama lain, berupa guru, siswa, personel sekolah, sarana dan prasana, serta adanya norma-norma yang mengatur anggotanya untuk berperilaku.

Sekolah sebagai penyedia jasa pendidikan diharapkan dapat menerapkan konsep bauran pemasaran jasa dengan memperhatikan aspek-aspek sebagai berikut :

1. *People*

People dalam konteks ini adalah tenaga kependidikan di sekolah yaitu guru. Menurut Oemar Hamalik (2003:34) guru adalah orang dewasa yang bertanggung jawab memberikan bimbingan kepada peserta didik dalam hal perkembangan jasmani dan rohaninya untuk mencapai tingkat kedewasaan, memenuhi tugasnya sebagai makhluk Tuhan, makhluk individu yang mandiri dan makhluk sosial.

Kualitas seorang guru dapat mempengaruhi output atau siswa yang dididiknya. Oleh karena itu guru harus senantiasa memperdalam ilmu yang dimilikinya tidak sebatas ilmu yang didapat di perguruan tinggi. Perkembangan pendidikan saat ini mengharuskan guru memiliki kompetensi pada bidangnya masing-masing. Peningkatan kualitas guru dapat dilakukan dengan cara mengikuti workshop, pelatihan, studi banding dengan sekolah lain ataupun mengikuti seminar.

2. *Physical Evidence*

Physical Evidence dalam konteks ini adalah sarana dan prasarana di sekolah. Sarana dan prasarana pendidikan merupakan hal yang sangat menunjang atas tercapainya suatu tujuan dari pendidikan, sebagai seorang personal pendidikan dituntut untuk menguasai dan memahami administrasi sarana dan prasarana, untuk meningkatkan daya kerja yang efektif dan efisien serta mampu menghargai etika kerja sesama personal pendidikan sehingga akan tercipta keserasian, kenyamanan yang dapat menimbulkan kebanggaan dan rasa memiliki baik dari warga sekolah maupun warga masyarakat sekitarnya.

Menurut Juhairiyah (2007:2) sarana dan prasarana adalah semua komponen yang secara langsung maupun tidak langsung menunjang jalannya proses pendidikan untuk mencapai tujuan dalam pendidikan itu sendiri. Sarana dan prasarana di sekolah meliputi gedung sekolah, peralatan kependidikan, dan ruangan kelas.

Gedung sekolah adalah hal pertama yang dilihat oleh calon siswa dan akan menimbulkan minat untuk memilih sekolah tersebut, maka sebaiknya pihak sekolah memperhatikan kelayakan dan tampilan gedung sekolah. Peralatan kependidikan contoh : peralatan laboratorium sebagai penunjang proses belajar mengajar khususnya untuk pelajaran IPA, maka sebaiknya pihak sekolah memperhatikan kelengkapan peralatan laboratorium tersebut. Ruang kelas yang bersih dan nyaman dapat terwujud atas kerja sama pihak sekolah dan para siswa untuk menciptakan suasana yang kondusif bagi proses belajar mengajar.

3. *Process*

Process dalam konteks ini adalah proses pelayanan yang diberikan pihak sekolah pada siswa yang dimulai dengan input, proses dan output. Input yaitu pada saat siswa mendaftarkan pada suatu sekolah. Proses yaitu pada saat terjadi proses belajar mengajar baik dalam lingkungan sekolah maupun di luar lingkungan sekolah seperti mengikuti ekstrakurikuler. Sedangkan output yaitu hasil dari proses belajar mengajar yaitu saat siswa lulus sekolah.

