

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1 Hasil Penelitian

##### 4.1.1 Profil Perusahaan PT. Bank Central Asia Tbk.

BCA secara resmi berdiri pada tanggal 21 Februari 1957 dengan nama Bank Central Asia NV. Banyak hal telah dilalui sejak saat berdirinya itu, dan yang paling signifikan adalah krisis moneter yang terjadi di tahun 1997. Krisis ekonomi membawa dampak yang luar biasa pada keseluruhan sistem perbankan di Indonesia. Namun, secara khusus, kondisi ini mempengaruhi aliran dana tunai di BCA dan bahkan sempat mengancam kelanjutannya. Banyak nasabah menjadi panik lalu beramai-ramai menarik dana mereka. Akibatnya, bank meminta bantuan dari pemerintah Indonesia. Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN) lalu mengambil alih BCA di tahun 1998. Berkat kebijaksanaan bisnis dan pengambilan keputusan yang tepat, BCA berhasil pulih kembali dalam tahun yang sama. Aset BCA mencapai Rp 67.93 triliun. Kepercayaan masyarakat pada BCA telah sepenuhnya pulih, dan BCA diserahkan oleh BPPN ke Bank Indonesia di tahun 2000.

Berikut di bawah ini dijelaskan beberapa tonggak peristiwa yang menjadi gambaran perkembangan BCA sejak berdiri:

- 1955: BCA didirikan dengan nama “N.V. Perseroan Dagang dan Industrie Semarang *Knitting Factory*.”

- 1957: Bank Central Asia, N.V. mulai beroperasi dan diresmikan pada tanggal 21 Februari 1957.
- 1977: BCA berkembang menjadi Bank Devisa.
- 1984: BCA membuka Kantor Perwakilan di Hong Kong dan Singapura.
- 1988: Sejalan dengan deregulasi sektor perbankan Indonesia, BCA mengembangkan jaringan kantor cabang secara luas.
- 1990: BCA mengembangkan alternatif jaringan layanan, melalui jaringan ATM BCA yang berkembang dengan pesat.
- 1998: BCA menjadi *Bank Take Over* (BTO) dan disertakan dalam program rekapitalisasi dan restrukturisasi yang dilaksanakan Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN).
- 1999: Proses rekapitalisasi BCA selesai, dan sebagian besar kredit yang diberikan BCA dipertukarkan dengan obligasi pemerintah. Melalui BPPN, pemerintah Indonesia menguasai 92,8% saham BCA.
- 2000: BPPN melakukan divestasi 22,5% dari seluruh saham BCA melalui penawaran publik perdana, sehingga kepemilikan BPPN atas BCA berkurang menjadi 70,3%.
- 2001: Penawaran publik kedua sebesar 588.800.000 lembar saham BCA (10% dari total saham BCA). Kepemilikan BPPN atas BCA berkurang menjadi 60,3%.
- 2002: FarIndo *Investments* (Mauritius) mengambil alih 51 % total saham BCA melalui proses tender *strategic private placement*.

- 2004: BPPN melakukan divestasi atas 1,4% saham BCA kepada investor domestik melalui penawaran terbatas.
- 2005: PT Perusahaan Pengelola Aset (PPA) melakukan divestasi 5,02% dari saham BCA.

Sepanjang tahun 2005, BCA melaksanakan berbagai aktivitas pengembangan bisnis dan infrastruktur dalam spektrum yang luas serta komunikasi intensif dengan seluruh pemangku kepentingan (*stakeholders*). Semua diarahkan pada upaya membangun BCA menjadi bank pilihan utama di Indonesia.

#### 4.1.2 Visi Misi Perusahaan

Dengan menerapkan manajemen profesional, BCA turut menunjang pembangunan ekonomi Indonesia, memberikan jasa perbankan yang beragam dan berkualitas tinggi, khususnya kepada nasabah ritel dan komersial melalui jaringan kantor cabang yang tersebar luas serta mencapai *return on assets* di atas rata-rata industri perbankan nasional.

Dalam rangka mewujudkan cita-cita tersebut, BCA menerapkan visi dan misi yang menjadi pilar dalam membangun sebuah bank yang sehat, terpercaya, dan sukses secara komersial. Adapun visi dan misinya adalah sebagai berikut :

**VISI :** Bank pilihan utama andalan masyarakat, yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia.

**MISI :**

- a) Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan

- b) Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah
- c) Meningkatkan nilai *francais* dan nilai *stakeholder* BCA.

#### 4.1.3 Produk dan Layanan Perusahaan.

Kepuasan nasabah adalah telah menjadi prioritas BCA. BCA berusaha mengerti kebutuhan dan gaya hidup nasabah. Sebagai bank swasta terbesar di Indonesia, BCA ada di mana pun. Dengan jaringan yang tersebar di seluruh Indonesia, BCA berupaya menjadikan aktifitas perbankan menjadi begitu mudah. BCA membuktikan komitmennya pada kepuasan pelanggan melalui berbagai produk perbankan. Produk dan layanan yang diberikan BCA kepada nasabah dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**TABEL 4.1**  
**PRODUK DAN LAYANAN BANK CENTRAL ASIA**

Produk	Layanan
Produk Simpanan	• Tahapan
	• Giro
	• Tapres
	• Deposito Berjangka dan Sertifikat Deposito
Kartu Kredit	• BCA Card
	• BCA MasterCard
	• BCA VISA
	• BCA JCB
Perbankan Elektronik	• ATM BCA
	• Debit BCA
	• Tunai BCA
	• Internet Banking klik BCA
	• Mobile Banking m-BCA
	• BCA Link
	• Call Center

Layanan Transaksi Perbankan	• Safe Deposit Box
	• Pengiriman Uang
	• Inkaso dan Kliring
	• Mata Uang Asing
	• Travellers' Cheque
Fasilitas Kredit	• Kredit Kepemilikan Rumah
	• Kredit Kendaraan Bermotor
	• Kredit Modal Kerja
	• Kredit Sindikasi
	• Kredit Ekspor
	• Trust Receipt
	• Kredit Investasi
Bank Garansi	• Bid Bond
	• Payment Bond
	• Advance Payment Bond
	• Performance Bond
	• Pusat Pengelolaan Pembebasan dan Pengembalian Bea Masuk (P4BM)
Fasilitas Ekpor Impor	• Letter of Credit (L/C)
	• Negotiation
	• Bankers Acceptance
	• Bills Discounting
	• Documentary Collections
Fasilitas Valuta Asing	• Spot
	• Forward
	• Swap
	• Produk derivatif lainnya

Sumber: Bank Central Asia

#### 4.1.4 Struktur Organisasi PT. BCA Tbk.

Komposisi pemegang saham pada tanggal 31 Desember 2005 adalah sebagai berikut:

1. FarIndo *Investments* (Mauritius) Ltd *qualitate* qua (qq) *Farallon Capital Management* LLC (Bambang Hartono dan Robert Budi Hartono), sebesar 51,18%
2. Anthoni Salim, sebesar 1,77%

3. Dewan direksi, sebesar 0,41%
4. Pemegang saham lainnya/Publik, sebesar 46,64%

Daftar Dewan Komisaris dan Direksi untuk masa jabatan mulai 26 Mei 2006 hingga 2008:

**a) Dewan Komisaris**

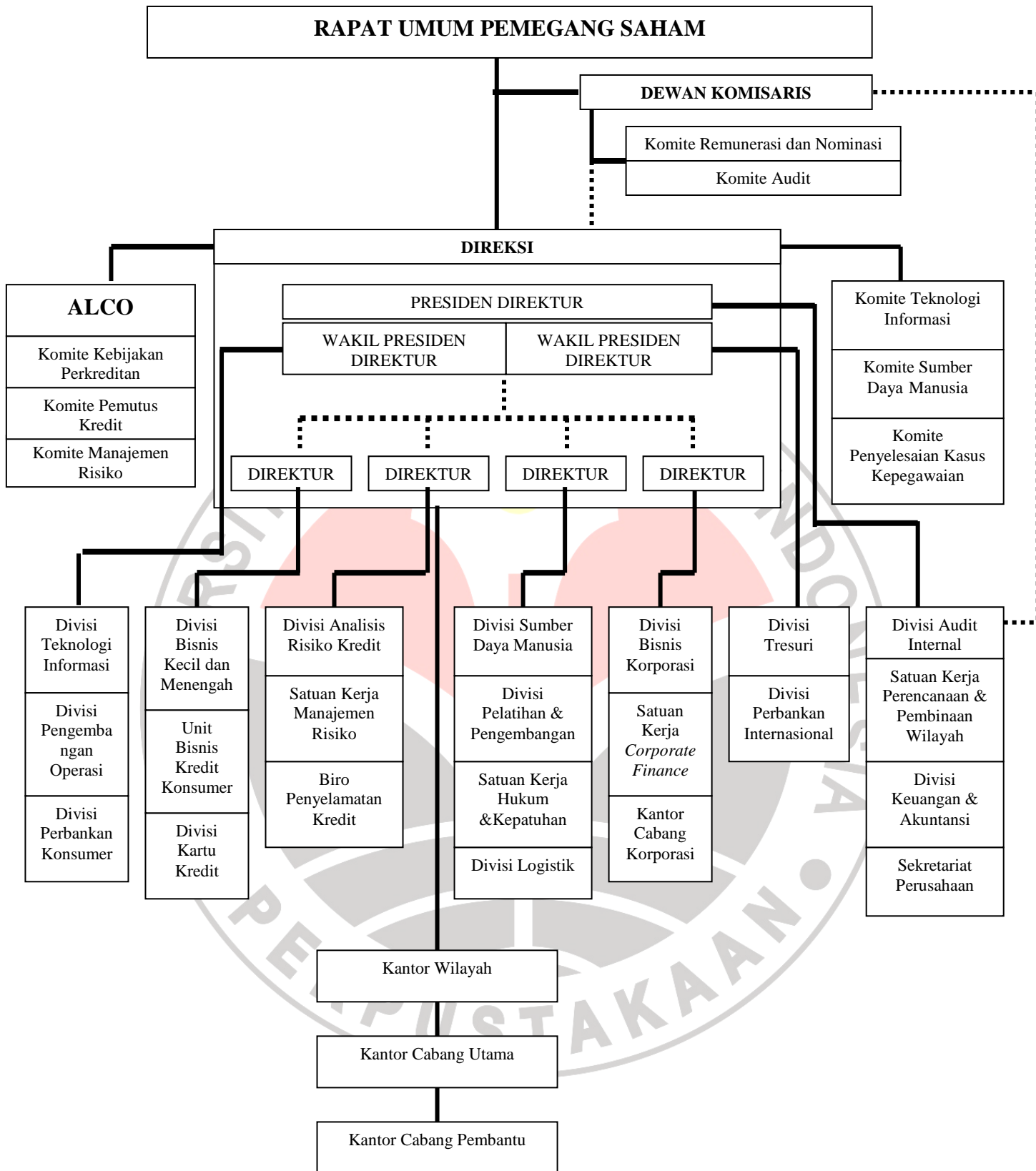
Presiden Komisaris : Bpk. Eugene Keith Galbraith  
 Komisaris : Bpk. Tonny Kusnadi  
 Komisaris : Bpk. Cyrillus Harinowo\*  
 Komisaris : Bpk. Renaldo Hector Barros\*  
 Komisaris : Bpk. Doktor Raden Pardede\*

\* juga adalah *Komisaris Independent*

**b) Dewan Direksi**

Presiden Direktur : Bpk. Ir. Djohan Emir Setijoso  
 Wakil Presiden Direktur : Bpk. Ir. Aswin Wirjadi  
 Wakil Presiden Direktur : Bpk. Jahja Setia Atmadja  
 Direktur : Ibu Dhalia Mansor Ariotedjo  
 Direktur : Bpk. Anthony Brent Elam  
 Direktur : Bpk. Suwignyo Budiman  
 Direktur : Bpk. Subur Tan\*

\*juga adalah merangkap *Direktur Kepatuhan*.



Sumber: Bank Central Asia

**GAMBAR 4.1**  
**STRUKTUR ORGANISASI PT. BCA Tbk**

## 4.2 Karakteristik Responden

Responden dalam penelitian ini adalah nasabah BCA kantor cabang Cianjur, dimana sampel yang diambil dalam penelitian ini berjumlah 100 orang.

### 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Penghimpunan data melalui kuesioner berdasarkan karakteristik responden dari segi jenis kelamin dan status diperoleh hasil seperti pada Tabel 4.2 berikut.

**TABEL 4.2**  
**KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN JENIS KELAMIN**

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	77	77,0
2	Perempuan	23	23,0
	Total	100	100,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2007

Hasil pengolahan data dari 100 responden nasabah BCA cabang Cianjur, hampir seluruhnya yaitu 77 orang responden yang berjenis kelamin laki-laki, dan sebagian kecil responden perempuan berjumlah 23 orang. Banyaknya laki-laki yang menjadi responden sebagai nasabah BCA menunjukkan bahwa biasanya laki-laki lebih mendominasi dalam hal investasi di bank, karena rata-rata perempuan yang mempunyai penghasilan, lebih sedikit dari laki-laki.

### Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Hasil pengumpulan data dari 100 responden dari segi usia diperoleh rincian seperti pada Tabel 4.3 sebagai berikut.



**TABEL 4.3**  
**KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN USIA**

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	17-30 tahun	11	11,0
2	31-40 tahun	45	45,0
3	41-50 tahun	37	37,0
4	51-60 tahun	7	7,0
	Total	100	100,0

Sumber Hasil Pengolahan Data 2007

Hasil pengolahan data karakteristik responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa hampir setengahnya responden ada pada kelompok usia 31 sampai dengan 40 tahun dengan jumlah 45 orang, hal ini dikarenakan kelompok usia 31 sampai dengan 40 tahun merupakan usia kematangan seseorang atau bisa disebut usia mapan dengan memiliki penghasilan yang memadai. Hampir setengahnya juga kelompok usia 41 sampai dengan 50 tahun berjumlah 37 orang, hal ini dikarenakan kelompok usia 41 sampai dengan 50 tahun merupakan usia dimana seseorang lebih berpikir untuk berinvestasi untuk kehidupannya pada masa tua.

Sebagian kecil yaitu 11 orang termasuk pada kategori usia 17 sampai dengan 30 tahun, hal ini disebabkan masih banyaknya kebutuhan-kebutuhan pokok yang harus dipenuhi untuk diri sendiri atau dalam keluarga, seperti remaja putri yang masih suka berbelanja untuk kebutuhan pribadinya dalam pergaulan, pengantin baru yang harus membenahi urusan rumah tangganya atau keluarga yang lebih fokus pada pendidikan anaknya. Dan sebagian kecil pula yaitu 7 orang termasuk pada kategori usia 51 sampai dengan 60 tahun, hal ini disebabkan karena pada rentang usia tersebut rata-rata sudah tidak bekerja atau pensiun dan

penghasilan pun menurun, sehingga uang hanya cukup untuk kebutuhan sehari-hari saja, tidak terpikirkan untuk berinvestasi di bank.

#### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status.

Penghimpunan data karakteristik responden berdasarkan status menghasilkan gambaran seperti yang terlihat pada Tabel 4.4.

**TABEL 4.4**  
**KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN STATUS**

No	Status	Frekuensi	Persentase (%)
1	Belum menikah	27	27,0
2	Menikah	73	73,0
	Total	100	100,0

Sumber Hasil Pengolahan Data 2007

Gambaran karakteristik responden pada Tabel 4.4 memperlihatkan dari 100 responden, hampir setengahnya yaitu 27 orang memiliki status belum menikah dan sebagian besar yaitu 73 orang memiliki status sudah menikah. Dari tabel di atas menunjukkan bahwa responden sebagian besar memiliki status sudah menikah. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas nasabah BCA cabang Cianjur berstatus sudah menikah, karena biasanya posisi keuangan terus membaik karena pendapatan suami terus bertambah, sehingga kondisi keuangan cukup mapan, hal ini sesuai dengan pendapat Engel, dkk (1994:204), "Pasangan yang baru menikah, biasanya lebih kaya secara finansial daripada sebelumnya dan pada masa datang yang tidak terlalu lama lagi karena istri biasanya kerja."

#### 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.

Penghimpunan data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan menghasilkan gambaran seperti yang terlihat pada Tabel 4.5.

**TABEL 4.5**  
**KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PEKERJAAN**

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/ mahasiswa	6	6,0
2	Wirausaha	51	51,0
3	Pegawai negeri	18	18,0
4	Pegawai swasta	25	25,0
	Total	100	100,0

Sumber Hasil Pengolahan Data 2007

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti yang terlihat pada Tabel 4.5 diketahui bahwa sebagian besar responden memiliki pekerjaan wirausaha yaitu 51 orang atau 51%, karena profesi sebagai wirausaha biasanya dituntut untuk memiliki mobilitas yang tinggi dalam pekerjaannya, sehingga berkeputusan untuk menjadi nasabah BCA, karena untuk memudahkan bagi dirinya untuk menyimpan dan mengambil uang atau untuk alasan keamanan hartanya dari segala resiko pada saat melakukan kegiatan bisnis. Sedangkan yang sebagian kecil yaitu responden dengan pekerjaan sebagai pelajar/ mahasiswa yaitu 6 orang atau 6%.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa BCA cabang Cianjur memperhatikan kelas sosial konsumen yang menjadi nasabah berdasarkan pekerjaannya. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Engel, dkk (1994:126), bahwa : “Analisis konsumen mempertimbangkan pekerjaan sebagai indikator tunggal terbaik mengenai kelas sosial“.

#### 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan.

Penghimpunan data karakteristik reponden berdasarkan penghasilan menghasilkan gambaran seperti yang terlihat pada Tabel 4.6 berikut:

**TABEL 4.6**  
**KARAKTERISTIK RESPONDEN BERDASARKAN PENGHASILAAN**

No	Penghasilan	Frekuensi	Persentase (%)
1	< 1 000 000	7	7,0
2	1 000 000 - 2 500 000	32	32,0
3	antara 2 500 000 - 5 000 000	46	46,0
4	> 5 000 000	15	15,0
	Total	100	100,0

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2007

Gambaran karakteristik responden pada tabel 4.6 memperlihatkan dari 100 responden, apabila dilihat berdasarkan penghasilan, diperoleh bahwa hampir setengahnya yaitu 46 orang atau 46% berpenghasilan antara 2 500 000 – 5 000 000 per bulan. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas nasabah BCA cabang Cianjur termasuk kalangan masyarakat menengah ke atas. Sedangkan sebagian kecil yaitu 7 orang memiliki penghasilan < 1 000 000 per bulan atau sebanyak 7%.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa BCA cabang Cianjur memperhatikan kelas sosial konsumen yang menjadi nasabah berdasarkan penghasilannya. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Engel, dkk (1994:121) bahwa : “Namun, determinan dari apa yang dapat dibeli oleh konsumen ditentukan oleh kelas sosial yaitu pendapatan atau kekayaan konsumen yang bersangkutan...“.

### 4.3 Gambaran Variabel Penelitian

Variabel-variabel yang diteliti pada penelitian ini adalah *Event marketing* sebagai variabel X yaitu mengenai tanggapan terhadap *Entertainment*, tanggapan terhadap *Excitement* dan tanggapan terhadap *Enterprise*. Selain itu diteliti juga Citra Perusahaan sebagai variabel Y yaitu mengenai tanggapan terhadap *Reputation*, tanggapan terhadap *Credibility*, tanggapan terhadap *Service Quality*, tanggapan terhadap *Extension Quality* dan tanggapan terhadap *Fit*. Penelitian ini dilakukan untuk meneliti mengenai tanggapan responden yang terdiri dari 100 responden, berikut ini disajikan variasi skor tanggapan untuk masing-masing variabel.

#### 4.3.1 Tanggapan Responden Terhadap *Event marketing*.

*Event marketing* adalah suatu bentuk promosi yang mengikat suatu merek dengan jenis kegiatan kebudayaan, sosial, olah raga, atau tipe kegiatan dengan tingkat ketertarikan publik yang tinggi sehingga dapat dijadikan media yang dapat digunakan perusahaan selain media promosi lainnya dalam meningkatkan citra produk atau perusahaan.

Dalam penelitian ini ada beberapa dimensi dari *event marketing* yang diteliti yaitu *entertainment*, *excitement* dan *enterprise*. Adapun penilaian responden terhadap dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

##### 4.3.1.1 Tanggapan Responden Mengenai *Entertainment*.

###### 1. Jenis hiburan yang ditampilkan dalam Gebyar BCA.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat

diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang jenis hiburan yang ditampilkan dalam Gebyar BCA sebagai berikut :

**TABEL 4.7**  
**JENIS HIBURAN YANG DITAMPILKAN DALAM GEBYAR BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat menarik	1	1	5
2	Menarik	41	41	164
3	Cukup	58	58	174
4	Tidak menarik	-	-	-
5	Sangat tidak menarik	-	-	-
		100	100	343

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.7 menunjukkan bahwa sebagian kecil responden yang menyatakan sangat menarik mengenai jenis hiburan yang ditampilkan dalam Gebyar BCA yaitu 1 orang atau sebesar 1%, hampir setengahnya responden yang menyatakan menarik mengenai jenis hiburan yang ditampilkan dalam Gebyar BCA yaitu sebanyak 41 responden (41%), dan sebagian besar yaitu 58 responden (58%) menyatakan cukup mengenai jenis hiburan yang ditampilkan dalam Gebyar BCA.

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 71% ( $1\% + 41\% + (58\%:2)$ ) menyatakan jenis hiburan yang ditampilkan dalam Gebyar BCA menarik.

## **2. Kemampuan pembawa acara Gebyar BCA.**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang kemampuan pembawa acara Gebyar BCA sebagai berikut :

**TABEL 4.8**  
**KEMAMPUAN PEMBAWA ACARA GEBYAR BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat tinggi	-	-	-
2	Tinggi	52	52	208
3	Cukup	45	45	135
4	Rendah	3	3	6
5	Sangat rendah	-	-	-
		100	100	349

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.8 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan tinggi mengenai kemampuan pembawa acara Gebyar BCA yaitu 52 responden atau sebesar 52%, hampir setengahnya responden yang menyatakan cukup mengenai kemampuan pembawa acara Gebyar BCA yaitu 45 responden (45%), dan sebagian kecil yaitu 3 responden (3%) menyatakan rendah mengenai kemampuan pembawa acara Gebyar BCA.

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 74,5% ( $52\% + (45\%:2)$ ) menyatakan kemampuan pembawa acara Gebyar BCA tinggi.

### **3. Kemampuan pendukung acara Gebyar BCA.**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang kemampuan pendukung acara Gebyar BCA sebagai berikut :

**TABEL 4.9**  
**KEMAMPUAN PENDUKUNG ACARA GEBYAR BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat tinggi	1	1	5
2	Tinggi	49	49	196
3	Cukup	50	50	150
4	Rendah	-	-	-
5	Sangat rendah	-	-	-
		100	100	351

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.9 menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil responden yang menyatakan sangat tinggi mengenai kemampuan pendukung acara Gebyar BCA yaitu 1 responden atau sebesar 1%, hampir setengahnya responden yang menyatakan tinggi mengenai kemampuan pendukung acara Gebyar BCA yaitu 49 responden (49%), dan setengahnya yaitu 50 responden (50%) menyatakan cukup mengenai kemampuan pendukung acara Gebyar BCA.

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 75% ( $1\% + 49\% + (50\%:2)$ ) menyatakan kemampuan pendukung acara Gebyar BCA tinggi.

#### **4. Penataan panggung/ lokasi pentas Gebyar BCA.**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang penataan panggung/ lokasi pentas Gebyar BCA sebagai berikut :



**TABEL 4.10**  
**PENATAAN PANGGUNG/ LOKASI PENTAS GEBYAR BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat serasi	1	1	5
2	Serasi	42	42	168
3	Cukup	57	57	171
4	Tidak serasi	-	-	-
5	Sangat tidak serasi	-	-	-
		100	100	344

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil responden yang menyatakan sangat serasi mengenai penataan panggung/ lokasi pentas Gebyar BCA yaitu sebanyak 1 responden atau sebesar 1%, hampir setengahnya responden yang menyatakan serasi mengenai penataan panggung/ lokasi pentas Gebyar BCA yaitu 42 responden (42%), dan sebagian besar yaitu 57 responden (57%) menyatakan cukup mengenai penataan panggung/ lokasi pentas Gebyar BCA.

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 71,5% ( $1\% + 42\% + (57\%:2)$ ) menyatakan penataan panggung/ lokasi pentas Gebyar BCA serasi.

### **5. Games dan hadiah dalam program kuis pada Gebyar BCA**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang *games* dan hadiah dalam program kuis pada Gebyar BCA sebagai berikut :

**TABEL 4.11**  
**GAMES DAN HADIAH DALAM PROGRAM KUIS PADA GEBYAR BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat menarik	1	1	5
2	Menarik	74	74	296
3	Cukup	25	25	75
4	Tidak menarik	-	-	-
5	Sangat tidak menarik	-	-	-
		100	100	376

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.11 menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil responden yang menyatakan sangat menarik mengenai *games* dan hadiah dalam program kuis pada Gebyar BCA yaitu 1 orang atau sebesar 1%, sebagian besar responden yang menyatakan menarik mengenai *games* dan hadiah dalam program kuis pada Gebyar BCA yaitu 74 responden (74%), dan sebagian kecil yaitu 25 responden (25%) menyatakan cukup mengenai *games* dan hadiah dalam program kuis pada Gebyar BCA.

Dengan demikian bahwa hampir seluruhnya yaitu 87,5% (1% + 74% + (25%:2)) menyatakan *games* dan hadiah dalam program kuis pada Gebyar BCA menarik.

Adapun perolehan skor di atas dibandingkan dengan skor ideal masing-masing indikator *entertainment* disajikan pada Tabel 4.12 berikut.

**TABEL 4.12**  
**SKOR IDEAL ENTERTAINMENT**

<i>Entertainment</i>	Skor Penilaian				Kesenjangan dari skor ideal (%)
	Perolehan skor		Skor ideal		
	Total skor	%	Total skor	%	
Jenis hiburan yang ditampilkan dalam Gebyar BCA.	343	68,6	500	100	31,4
Kemampuan pembawa acara Gebyar BCA	349	69,8	500	100	30,2
Kemampuan pendukung acara Gebyar BCA	351	70,2	500	100	29,8
Penataan panggung/ lokasi pentas Gebyar BCA.	344	68,8	500	100	31,2
<i>Games</i> dan hadiah dalam program kuis pada Gebyar BCA	376	75,2	500	100	24,8
<b>Total Skor</b>	1763	70,5	2500	100	29,5

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2007

Berdasarkan Tabel 4.12 diperoleh skor total *games* dan hadiah dalam program kuis pada Gebyar BCA memperoleh skor tertinggi sebesar 376 atau sekitar 75,2% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat.

Sedangkan skor jumlah terendah adalah pada dimensi jenis hiburan yang ditampilkan dalam Gebyar BCA, yaitu sebesar 343 atau sekitar 68,6% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat pula.

Dengan demikian mengenai indikator *entertainment* dari acara gebyar BCA secara keseluruhan termasuk dalam kategori kuat. Hal ini dapat disebabkan karena acara gebyar BCA benar-benar bisa menghibur audiens yang teridentifikasi melalui jenis hiburan yang menarik, pembawa acara yang berkemampuan tinggi untuk menghibur, pendukung acara yang berkemampuan tinggi untuk menghibur, penataan panggung yang serasi serta *games* dan hadiah yang menarik.

Hal-hal tersebut di atas harus sangat diperhatikan dalam suatu pagelaran pemasaran *event*, karena *entertainment* (hiburan) merupakan salah satu penentu berhasil atau tidaknya suatu *event*. Kenyataan tersebut sesuai dengan pendapat Leonard H. Hoyle (2006:2) yang menyatakan bahwa: “Kunci keberhasilan pemasaran *event* adalah mampu menyediakan hiburan (*entertainment*) yang menarik bagi audiens dan mencoba sesuatu yang tidak bisa mereka peroleh di rumah”.

#### 4.3.1.2 Tanggapan Responden Mengenai *Excitement*

##### 1. Tema acara Gebyar BCA

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang tema acara Gebyar BCA sebagai berikut :

**TABEL 4.13**  
**TEMA ACARA GEBYAR BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat menarik	-	-	-
2	Menarik	66	66	264
3	Cukup	34	34	102
4	Tidak menarik	-	-	-
5	Sangat tidak menarik	-	-	-
		100	100	366

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.13 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan menarik mengenai tema acara Gebyar BCA yaitu 66 responden atau

sebesar 66%, hampir setengahnya responden yang menyatakan cukup mengenai tema acara Gebyar BCA yaitu 34 responden (34%).

Dengan demikian bahwa hampir seluruhnya yaitu 83% ( $66\% + (34\%:2)$ ) menyatakan bahwa tema acara Gebyar BCA menarik.

## 2. Stasiun televisi untuk menayangkan Gebyar BCA.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang stasiun televisi untuk menayangkan Gebyar BCA sebagai berikut :

**TABEL 4.14**  
**STASIUN TELEVISI UNTUK MENAYANGKAN GEBYAR BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat tepat	1	1	5
2	Tepat	44	44	176
3	Cukup	52	52	156
4	Tidak tepat	3	3	6
5	Sangat tidak tepat	-	-	-
		100	100	343

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.14 menunjukkan bahwa sebagian kecil responden yang menyatakan sangat tepat mengenai stasiun televisi untuk menayangkan Gebyar BCA yaitu 1 responden atau sebesar 1%, hampir setengahnya responden yang menyatakan tepat mengenai stasiun televisi untuk menayangkan Gebyar BCA yaitu 44 responden (44%), sebagian besar yaitu 52 responden (52%) menyatakan cukup mengenai stasiun televisi untuk menayangkan Gebyar BCA dan sebagian

kecil yaitu 3 responden (3%) menyatakan tidak tepat mengenai stasiun televisi untuk menayangkan Gebyar BCA.

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 71% ( $1\% + 44\% + (52\%:2)$ ) menyatakan bahwa stasiun televisi untuk menayangkan Gebyar BCA tepat.

### 3. Sarana dan prasarana pelaksanaan Gebyar BCA.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang sarana dan prasarana pelaksanaan Gebyar BCA sebagai berikut :

**TABEL 4.15**  
**SARANA DAN PRASARANA PELAKSANAAN GEBYAR BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat lengkap	-	-	-
2	Lengkap	73	73	292
3	Cukup	27	27	81
4	Kurang lengkap	-	-	-
5	Tidak lengkap	-	-	-
		100	100	373

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan lengkap mengenai sarana dan prasarana pelaksanaan Gebyar BCA yaitu 73 responden atau sebesar 73%, hampir setengahnya responden yang menyatakan cukup mengenai sarana dan prasarana pelaksanaan Gebyar BCA yaitu 27 responden (27%).

Dengan demikian bahwa hampir seluruhnya yaitu 86,5% ( $73\% + (27\%:2)$ ) menyatakan bahwa sarana dan prasarana pelaksanaan Gebyar BCA lengkap.

#### 4. Waktu pelaksanaan Gebyar BCA.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang waktu pelaksanaan Gebyar BCA sebagai berikut :

**TABEL 4.16**  
**WAKTU PELAKSANAAN GEBYAR BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat tepat	-	-	-
2	Tepat	69	69	276
3	Cukup	31	31	93
4	Tidak tepat	-	-	-
5	Sangat tidak tepat	-	-	-
		100	100	369

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan tepat mengenai waktu pelaksanaan Gebyar BCA yaitu 69 responden atau sebesar 69%, dan hampir setengahnya responden yang menyatakan cukup mengenai waktu pelaksanaan Gebyar BCA yaitu 31 responden (31%).

Dengan demikian bahwa hampir seluruhnya yaitu 84,5% ( $69\% + (31\%:2)$ ) menyatakan bahwa waktu pelaksanaan Gebyar BCA tepat.

#### 5. Nilai pesan yang disampaikan dari acara Gebyar BCA.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang nilai pesan yang disampaikan dari acara Gebyar BCA sebagai berikut :

**TABEL 4.17**  
**NILAI PESAN YANG DISAMPAIKAN DARI ACARA GEBYAR BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat bermanfaat	-	-	-
2	Bermanfaat	49	49	196
3	Cukup	51	51	153
4	Tidak bermanfaat	-	-	-
5	Sangat tidak bermanfaat	-	-	-
		100	100	349

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.17 menunjukkan bahwa hampir setengahnya responden yang menyatakan bermanfaat mengenai nilai pesan yang disampaikan dari acara Gebyar BCA yaitu 49 responden atau sebesar 49%, dan sebagian besar responden yang menyatakan cukup mengenai nilai pesan yang disampaikan dari acara Gebyar BCA yaitu 51 responden (51%).

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 74,5% ( $49\% + (51\%:2)$ ) menyatakan bahwa nilai pesan yang disampaikan dari acara Gebyar BCA bermanfaat.

Adapun perolehan skor di atas dibandingkan dengan skor ideal masing-masing indikator *Excitement* disajikan pada Tabel 4.18 berikut.

**TABEL 4.18**  
**SKOR IDEAL *EXCITEMENT***

<i>Excitement</i>	Skor Penilaian				Kesenjangan dari skor ideal (%)
	Perolehan skor		Skor ideal		
	Total skor	%	Total skor	%	
Tema acara Gebyar BCA	366	73,2	500	100	26,8
Stasiun televisi untuk menayangkan Gebyar BCA	343	68,6	500	100	31,4
Sarana dan prasarana pelaksanaan Gebyar BCA.	373	74,6	500	100	25,4



Waktu pelaksanaan Gebyar BCA.	369	73,8	500	100	26,2
Nilai pesan yang disampaikan dari acara Gebyar BCA.	349	69,8	500	100	30,2
<b>Total Skor</b>	1800	72	2500	100	28

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2007

Berdasarkan Tabel 4.18 dibandingkan dengan skor ideal sarana dan prasarana pelaksanaan Gebyar BCA memperoleh skor tertinggi sebesar 373 atau sekitar 74,6% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat.

Sedangkan skor jumlah terendah adalah pada dimensi stasiun televisi untuk menayangkan Gebyar BCA, yaitu sebesar 343 atau sekitar 68,6% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat pula.

Dengan demikian mengenai indikator *excitement* (kesan) dari acara gebyar BCA secara keseluruhan termasuk dalam kategori kuat. Hal ini dapat disebabkan karena acara gebyar BCA bisa memberi kesan yang baik bagi audiens. Setiap *event* harus dirancang untuk memberi kesan yang mendalam bagi audiens agar pelaksanaan *event* dapat selalu dikenang dengan demikian dapat dikatakan pelaksanaan suatu *event* berhasil. Kenyataan tersebut sesuai dengan pendapat Leonard H. Hoyle (2006:2) yang menyatakan bahwa: “*Excitement* (kesan) merupakan kunci agar *event* yang diselenggarakan selalu dikenang.”

#### 4.3.1.3 Tanggapan Responden Mengenai *Enterprise*.

##### 1. Format acara dalam pelaksanaan Gebyar BCA.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat

diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang format acara dalam pelaksanaan Gebyar BCA sebagai berikut :

**TABEL 4.19**  
**FORMAT ACARA DALAM PELAKSANAAN GEBYAR BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat menarik	-	-	-
2	Menarik	46	46	184
3	Cukup	54	54	162
4	Tidak menarik	-	-	-
5	Sangat tidak menarik	-	-	-
		100	100	346

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.19 menunjukkan bahwa hampir setengahnya responden yang menyatakan menarik mengenai format acara dalam pelaksanaan Gebyar BCA yaitu 46 responden atau sebesar 46%, dan sebagian besar responden yang menyatakan cukup mengenai format acara dalam pelaksanaan Gebyar BCA yaitu 54 responden (54%).

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 73% ( $46\% + (54\%:2)$ ) menyatakan bahwa format acara dalam pelaksanaan Gebyar BCA menarik.

## **2. Dekorasi acara Gebyar BCA.**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang dekorasi acara Gebyar BCA sebagai berikut :

**TABEL 4.20**  
**DEKORASI ACARA GEBYAR BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat menarik	1	1	5
2	Menarik	69	69	276
3	Cukup	30	30	90
4	Tidak menarik	-	-	-
5	Sangat tidak menarik	-	-	-
		100	100	371

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.20 menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil responden yang menyatakan sangat menarik mengenai dekorasi acara Gebyar BCA yaitu 1 responden atau sebesar 1%, sebagian besar responden yang menyatakan menarik mengenai dekorasi acara Gebyar BCA yaitu 69 responden (69%), dan hampir setengahnya responden yang menyatakan cukup mengenai dekorasi acara Gebyar BCA yaitu 30 responden (30%).

Dengan demikian bahwa hampir seluruhnya yaitu 85% ( $1\% + 69\% + (30\%:2)$ ) menyatakan bahwa dekorasi acara Gebyar BCA menarik.

### **3. Penampilan pembawa acara Gebyar BCA.**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang penampilan pembawa acara Gebyar BCA sebagai berikut :

**TABEL 4.21**  
**PENAMPILAN PEMBAWA ACARA GEBYAR BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat menarik	-	-	-
2	Menarik	73	73	292
3	Cukup	27	27	81
4	Tidak menarik	-	-	-
5	Sangat tidak menarik	-	-	-
		100	100	373

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.21 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan menarik mengenai penampilan pembawa acara Gebyar BCA yaitu 73 responden atau sebesar 73%, dan hampir setengahnya responden yang menyatakan cukup mengenai penampilan pembawa acara Gebyar BCA yaitu 27 responden (27%).

Dengan demikian bahwa hampir seluruhnya yaitu 86,5% ( $73\% + (27\%:2)$ ) menyatakan bahwa penampilan pembawa acara Gebyar BCA menarik.

#### **4. Penyajian kuis/ games berhadiah pada Gebyar BCA.**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang penyajian kuis/ games berhadiah pada Gebyar BCA sebagai berikut :

**TABEL 4.22**  
**PENYAJIAN KUIS/ GAMES BERHADIAH PADA GEBYAR BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat menarik	-	-	-
2	Menarik	70	70	280
3	Cukup	30	30	90
4	Tidak menarik	-	-	-
5	Sangat tidak menarik	-	-	-
		100	100	370

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.22 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan menarik mengenai penyajian kuis/ *games* berhadiah pada Gebyar BCA yaitu 70 responden atau sebesar 70%, dan hampir setengahnya responden yang menyatakan cukup mengenai penyajian kuis/ *games* berhadiah pada Gebyar BCA yaitu 30 responden (30%).

Dengan demikian bahwa hampir seluruhnya yaitu 85% ( $70\% + (30\%:2)$ ) menyatakan bahwa penyajian kuis/ *games* berhadiah pada Gebyar BCA menarik.

**5. Pengembangan format acara sehingga menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda dengan acara lain yang sejenis.**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang pengembangan format acara sehingga menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda dengan acara lain yang sejenis sebagai berikut :

**TABEL 4.23**  
**PENGEMBANGAN FORMAT ACARA SEHINGGA MENGHASILKAN**  
**SESUATU YANG BARU DAN BERBEDA DENGAN ACARA LAIN YANG**  
**SEJENIS**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat inovatif	-	-	-
2	Inovatif	61	61	244
3	Cukup	39	39	117
4	Tidak inovatif	-	-	-
5	Sangat tidak inovatif	-	-	-
		100	100	361

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.23 menunjukkan bahwa sebagian besar responden menyatakan inovatif mengenai pengembangan format acara sehingga menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda dengan acara lain yang sejenis yaitu 61 responden atau sebesar 61%, dan hampir setengahnya responden yang menyatakan cukup mengenai pengembangan format acara sehingga menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda dengan acara lain yang sejenis sebanyak 39 responden (39%).

Dengan demikian bahwa hampir seluruhnya yaitu 80,5% ( $61\% + (39\% : 2)$ ) menyatakan bahwa pengembangan format acara sehingga menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda dengan acara lain yang sejenis inovatif.

Adapun perolehan skor di atas dibandingkan dengan skor ideal masing-masing indikator *Enterprise* disajikan pada Tabel 4.24 berikut.

**TABEL 4.24**  
**SKOR IDEAL ENTERPRISE**

<i>Enterprise</i>	Skor Penilaian				Kesenjangan dari skor ideal (%)
	Perolehan skor		Skor ideal		
	Total skor	%	Total skor	%	
Format acara dalam pelaksanaan Gebyar BCA	346	69,2	500	100	30,8
Dekorasi acara Gebyar BCA.	371	74,2	500	100	25,8
Penampilan pembawa acara Gebyar BCA.	373	74,6	500	100	25,4
Penyajian kuis/ <i>games</i> berhadiah pada Gebyar BCA.	370	74	500	100	26
Pengembangan format acara sehingga menghasilkan sesuatu yang baru dan berbeda dengan acara lain yang sejenis.	361	72,2	500	100	27,8
<b>Total Skor</b>	1821	72,8	2500	100	27,2

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2007

Berdasarkan Tabel 4.24 dibandingkan dengan skor ideal penampilan pembawa acara Gebyar BCA memperoleh skor tertinggi sebesar 373 atau sekitar 74,6% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat.

Sedangkan skor jumlah terendah adalah pada dimensi format acara dalam pelaksanaan Gebyar BCA, yaitu sebesar 346 atau sekitar 69,2% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat pula.

Dengan demikian mengenai indikator *enterprise* (keberanian) dari acara gebyar BCA secara keseluruhan termasuk dalam kategori kuat. Hal ini dapat disebabkan karena acara gebyar BCA menampilkan hal-hal baru yang inovatif dan kreatif yang belum pernah dicoba sehingga menimbulkan ketertarikan dari

audiens. Kenyataan tersebut sesuai dengan pendapat Leonard H. Hoyle (2006:3) yang menyatakan bahwa: “*Event* menuntut pengembangan akal, mengubah cara-cara yang biasa menjadi cara yang lebih imajinatif”.

#### 4.3.2 Tanggapan Responden Terhadap Citra Perusahaan.

Citra perusahaan merupakan persepsi, keyakinan, dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap perusahaan tertentu. Dalam penelitian ini ada beberapa dimensi dari citra perusahaan yang diteliti yaitu, *reputation*, *credibility*, *service quality*, *extension quality*, dan *fit*. Adapun penilaian responden terhadap dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

##### 4.3.2.1 Tanggapan Responden Mengenai *Reputation*.

###### 1. Prestasi BCA dalam dunia perbankan.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang prestasi BCA dalam dunia perbankan sebagai berikut :

**TABEL 4.25**  
**PRESTASI BCA DALAM DUNIA PERBANKAN**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat tinggi	-	-	-
2	Tinggi	53	53	212
3	Cukup	47	47	141
4	Rendah	-	-	-
5	Sangat rendah	-	-	-
		100	100	353

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007



Tabel 4.25 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan tinggi mengenai prestasi BCA dalam dunia perbankan yaitu 53 responden atau sebesar 53%, dan hampir setengahnya yaitu 47 responden (47%) menyatakan cukup mengenai prestasi BCA dalam dunia perbankan.

Dengan demikian bahwa hampir seluruhnya yaitu 76,5% ( $53\% + (47\%:2)$ ) menyatakan prestasi BCA dalam dunia perbankan tinggi.

## 2. Jumlah fasilitas ATM BCA di tempat umum.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang jumlah fasilitas ATM BCA di tempat umum sebagai berikut :

**TABEL 4.26**  
**JUMLAH FASILITAS ATM BCA DI TEMPAT UMUM**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat lengkap	-	-	-
2	Lengkap	42	42	168
3	Cukup	58	58	174
4	Kurang lengkap	-	-	-
5	Tidak lengkap	-	-	-
		100	100	342

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.26 menunjukkan bahwa hampir setengahnya responden yang menyatakan lengkap mengenai jumlah fasilitas ATM BCA di tempat umum yaitu sebanyak 42 responden atau sebesar 42%, dan sebagian besar responden yang menyatakan cukup mengenai jumlah fasilitas ATM BCA di tempat umum yaitu 58 responden (58%).

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 71% ( $42\% + (58\%:2)$ ) menyatakan bahwa jumlah fasilitas ATM BCA di tempat umum lengkap.

### 3. Jumlah kantor cabang BCA yang dapat ditemui.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang jumlah kantor cabang BCA yang dapat ditemui sebagai berikut :

**TABEL 4.27**  
**JUMLAH KANTOR CABANG BCA YANG DAPAT DITEMUI**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat banyak	1	1	5
2	Banyak	42	42	168
3	Cukup	57	57	171
4	Sedikit	-	-	-
5	Sangat sedikit	-	-	-
		100	100	344

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.27 menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil responden yang menyatakan sangat banyak mengenai jumlah kantor cabang BCA yang dapat ditemui yaitu 1 responden atau sebesar 1%, hampir setengahnya responden yang menyatakan banyak mengenai jumlah kantor cabang BCA yang dapat ditemui yaitu 42 responden (42%) dan sebagian besar responden yang menyatakan cukup mengenai jumlah kantor cabang BCA yang dapat ditemui yaitu 57 responden (57%).

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 71,5% (1% + 42% + (57%:2)) menyatakan bahwa jumlah kantor cabang BCA yang dapat ditemui banyak.

Adapun perolehan skor di atas dibandingkan dengan skor ideal masing-masing indikator *Reputation* disajikan pada Tabel 4.28 berikut:

**TABEL 4.28**  
**SKOR IDEAL REPUTATION**

<i>Reputation</i>	Skor Penilaian				Kesenjangan dari skor ideal (%)
	Perolehan skor		Skor ideal		
	Total skor	%	Total skor	%	
Prestasi BCA dalam dunia perbankan.	353	70,6	500	100	29,4
Jumlah fasilitas ATM BCA di tempat umum.	342	68,4	500	100	31,6
Jumlah kantor cabang BCA yang dapat ditemui.	344	68,8	500	100	31,2
<b>Total Skor</b>	1039	69,3	1500	100	30,7

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2007

Berdasarkan Tabel 4.28 dibandingkan dengan skor ideal prestasi BCA dalam dunia perbankan memperoleh skor tertinggi sebesar 353 atau sekitar 70,6% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat.

Sedangkan skor jumlah terendah adalah pada dimensi jumlah fasilitas ATM BCA di tempat umum, yaitu sebesar 342 atau sekitar 68,4% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat pula.

Dengan demikian mengenai indikator *reputation* (reputasi) BCA secara keseluruhan termasuk dalam kategori kuat. Hal ini dapat disebabkan karena BCA memiliki reputasi yang baik di mata audiens, yang dapat dilihat dari prestasi BCA yang tinggi dan fasilitas yang lengkap.

#### 4.3.2.2 Tanggapan Responden Mengenai *Credibility*.

##### 1. Kepercayaan terhadap BCA dalam mengelola dana.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang kepercayaan terhadap BCA dalam mengelola dana sebagai berikut :

**TABEL 4.29**  
**KEPERCAYAAN TERHADAP BCA DALAM MENGELOLA DANA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat tinggi	-	-	-
2	Tinggi	56	56	224
3	Cukup	44	44	132
4	Rendah	-	-	-
5	Sangat rendah	-	-	-
		100	100	356

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.29 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan tinggi mengenai kepercayaan terhadap BCA dalam mengelola dana yaitu 56 responden atau sebesar 56%, dan hampir setengahnya yaitu 44 responden (44%) menyatakan cukup mengenai kepercayaan terhadap BCA dalam mengelola dana.

Dengan demikian bahwa hampir seluruhnya yaitu 78% ( $56\% + (44\%:2)$ ) menyatakan kepercayaan terhadap BCA dalam mengelola dana tinggi.

##### 2. Penanganan terhadap keluhan nasabah.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat

diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang penanganan terhadap keluhan nasabah sebagai berikut :

**TABEL 4.30**  
**PENANGANAN TERHADAP KELUHAN NASABAH**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat cepat	1	1	5
2	Cepat	17	17	68
3	Cukup	51	51	153
4	Lambat	31	31	62
5	Sangat lambat	-	-	-
		100	100	288

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.30 menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil responden yang menyatakan sangat cepat mengenai penanganan terhadap keluhan nasabah yaitu 1 responden atau sebesar 1%, hanya sebagian kecil pula responden yang menyatakan cepat mengenai penanganan terhadap keluhan nasabah yaitu 17 responden (17%), sebagian besar responden yang menyatakan cukup mengenai penanganan terhadap keluhan nasabah yaitu 51 responden (51%) dan hampir setengahnya responden yang menyatakan lambat mengenai penanganan terhadap keluhan nasabah yaitu 31 responden (31%).

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 56,5%  $((51\%:2) + 31\%)$  menyatakan bahwa penanganan terhadap keluhan nasabah lambat, dan hampir setengahnya yaitu 43,5%  $(1\% + 17\% + (51\%:2))$  menyatakan bahwa penanganan terhadap keluhan nasabah cepat.

### 3. Informasi keadaan keuangan BCA.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang informasi keadaan keuangan BCA sebagai berikut :

**TABEL 4.31**  
**INFORMASI KEADAAN KEUANGAN BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat cepat	-	-	-
2	Cepat	27	27	108
3	Cukup	45	45	135
4	Lambat	28	28	56
5	Sangat lambat	-	-	-
		100	100	299

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.31 menunjukkan bahwa hampir setengahnya responden yang menyatakan cepat mengenai pengumuman informasi keadaan keuangan BCA kepada nasabah yaitu 27 responden atau sebesar 27%, hampir setengahnya responden yang menyatakan cukup mengenai pengumuman informasi keadaan keuangan BCA kepada nasabah yaitu 45 responden (45%), dan hampir setengahnya pula responden yang menyatakan lambat mengenai pengumuman informasi keadaan keuangan BCA kepada nasabah yaitu 28 responden (28%).

Dengan demikian bahwa 50,5%  $((45\%:2) + 28\%)$  menyatakan bahwa pengumuman informasi keadaan keuangan BCA kepada nasabah lambat, dan 49,5%  $(27\% + (45\%:2))$  menyatakan bahwa pengumuman informasi keadaan keuangan BCA kepada nasabah cepat.

Adapun perolehan skor di atas dibandingkan dengan skor ideal masing-masing indikator *Credibility* disajikan pada Tabel 4.32 berikut.

**TABEL 4.32**  
**SKOR IDEAL CREDIBILITY**

<i>Credibility</i>	Skor Penilaian				Kesenjangan dari skor ideal (%)
	Perolehan skor		Skor ideal		
	Total skor	%	Total skor	%	
Kepercayaan terhadap BCA dalam mengelola dana.	356	71,2	500	100	28,8
Penanganan terhadap keluhan nasabah.	288	57,6	500	100	42,4
Informasi keadaan keuangan BCA.	299	59,8	500	100	40,2
<b>Total Skor</b>	943	62,9	1500	100	37,1

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2007

Berdasarkan Tabel 4.32 dibandingkan dengan skor ideal kepercayaan terhadap BCA dalam mengelola dana memperoleh skor tertinggi sebesar 356 atau sekitar 71,2% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat.

Sedangkan skor jumlah terendah adalah pada dimensi penanganan terhadap keluhan nasabah, yaitu sebesar 288 atau sekitar 57,6% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat pula.

Dengan demikian mengenai indikator *credibility* (kepercayaan) BCA secara keseluruhan termasuk dalam kategori kuat. Hal ini dapat disebabkan karena BCA memiliki tingkat kredibilitas yang tinggi di mata audiens yang diwujudkan melalui pengelolaan dana yang baik, menerima setiap keluhan nasabah, dan selalu menginformasikan keadaan perusahaan kepada nasabah sehingga konsumen/ nasabah percaya terhadap perusahaan.

### 4.3.2.3 Tanggapan Responden Mengenai *Service Quality*.

#### 1. Keadaan ruang tunggu BCA.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang keadaan ruang tunggu BCA sebagai berikut :

**TABEL 4.33**  
**RUANG TUNGGU BCA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat nyaman	-	-	-
2	Nyaman	46	46	184
3	Cukup	54	54	162
4	Tidak nyaman	-	-	-
5	Sangat tidak nyaman	-	-	-
		100	100	346

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.33 menunjukkan bahwa hampir setengahnya responden yang menyatakan nyaman mengenai ruang tunggu BCA yaitu 46 responden atau sebesar 46%, dan sebagian besar yaitu 54 responden (54%) menyatakan cukup mengenai keadaan ruang tunggu BCA.

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 73% ( $46\% + (54\%:2)$ ) menyatakan ruang tunggu BCA nyaman.

#### 2. Menghubungi pihak BCA melalui telepon.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat



diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang menghubungi pihak BCA melalui telepon sebagai berikut :

**TABEL 4.34**  
**MENGHUBUNGI PIHAK BCA MELALUI TELEPON**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat mudah	-	-	-
2	Mudah	54	54	216
3	Cukup	45	45	135
4	Sulit	1	1	2
5	Sangat sulit	-	-	-
		100	100	353

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.34 menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menyatakan mudah mengenai menghubungi pihak BCA melalui telepon yaitu 54 responden atau sebesar 54%, hampir setengahnya responden yang menyatakan cukup mengenai menghubungi pihak BCA melalui telepon yaitu 45 responden (45%).

Dengan demikian bahwa hampir seluruhnya yaitu 76,5% ( $54\% + (45\% : 2)$ ) menyatakan bahwa menghubungi pihak BCA melalui telepon mudah.

### **3. Pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabah saat melaksanakan berbagai transaksi.**

Berdasarkan data penilaian pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabah saat melaksanakan berbagai transaksi yang dihimpun dari 100 responden, diperoleh hasil seperti yang terlihat pada Tabel 4.35 sebagai berikut.

**TABEL 4.35**  
**PELAYANAN YANG DIBERIKAN KARYAWAN KEPADA NASABAH**  
**SAAT MELAKSANAKAN BERBAGAI TRANSAKSI**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat memuaskan	1	1	5
2	Memuaskan	43	43	172
3	Cukup	53	53	159
4	Tidak memuaskan	3	3	6
5	Sangat tidak memuaskan	-	-	-
		100	100	342

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.35 menunjukkan bahwa hanya sebagian kecil responden yang menyatakan sangat memuaskan mengenai pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabah saat melaksanakan berbagai transaksi yaitu 1 responden atau sebesar 1%, hampir setengahnya responden yang menyatakan memuaskan mengenai pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabah saat melaksanakan berbagai transaksi yaitu sebanyak 43 responden (43%), dan sebagian besar responden yang menyatakan cukup mengenai pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabah saat melaksanakan berbagai transaksi yaitu 53 responden (53%).

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 70,5% ( $1\% + 43\% + (53\% : 2)$ ) menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabah saat melaksanakan berbagai transaksi memuaskan.

#### **4. Sikap karyawan dalam menanggapi keluhan nasabah.**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang sikap karyawan dalam menanggapi keluhan nasabah sebagai berikut :

**TABEL 4.36**  
**SIKAP KARYAWAN DALAM MENANGGAPI KELUHAN NASABAH**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat cepat	1	1	5
2	Cepat	43	43	172
3	Cukup	53	53	159
4	Lambat	3	3	6
5	Sangat lambat	-	-	-
		100	100	342

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.36 menunjukkan bahwa sebagian kecil responden yang menyatakan sangat cepat mengenai sikap karyawan dalam menanggapi keluhan nasabah yaitu sebanyak 1 responden atau sebesar 1%, hampir setengahnya responden yang menyatakan cepat mengenai sikap karyawan dalam menanggapi keluhan nasabah yaitu 43 responden (43%), dan sebagian besar responden yang menyatakan cukup mengenai sikap karyawan dalam menanggapi keluhan nasabah yaitu 53 responden (53%).

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 70,5% ( $1\% + 43\% + (53\% : 2)$ ) menyatakan bahwa sikap karyawan dalam menanggapi keluhan nasabah cepat.

#### **5. Keamanan dana nasabah dari segala resiko.**

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang keamanan dana nasabah dari segala resiko sebagai berikut :

**TABEL 4.37**  
**KEAMANAN DANA NASABAH DARI SEGALA RESIKO**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat terjamin	-	-	-
2	Terjamin	50	50	200
3	Cukup	47	47	141
4	Tidak terjamin	3	3	6
5	Sangat tidak terjamin	-	-	-
		100	100	347

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.37 menunjukkan bahwa setengahnya responden yang menyatakan terjamin mengenai keamanan dana nasabah dari segala resiko yaitu sebanyak 50 responden atau sebesar 50%, hampir setengahnya responden yang menyatakan cukup mengenai keamanan dana nasabah dari segala resiko yaitu 47 responden (47%).

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 73,5% ( $50\% + (47\% : 2)$ ) responden menyatakan bahwa keamanan dana nasabah dari segala resiko terjamin.

Adapun perolehan skor di atas dibandingkan dengan skor ideal masing-masing indikator *Service Quality* disajikan pada Tabel 4.38 berikut.

**TABEL 4.38**  
**SKOR IDEAL SERVICE QUALITY**

<i>Service Quality</i>	Skor Penilaian				Kesenjangan dari skor ideal (%)
	Perolehan skor		Skor ideal		
	Total skor	%	Total skor	%	
Ruang tunggu BCA.	346	69,2	500	100	30,8
Menghubungi pihak BCA melalui telepon.	353	70,6	500	100	29,4
Pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabah saat melaksanakan berbagai transaksi.	342	68,4	500	100	31,6
Sikap karyawan dalam menanggapi keluhan nasabah.	342	68,4	500	100	31,6

Keamanan dana nasabah dari segala resiko.	347	69,4	500	100	30,6
<b>Total Skor</b>	1730	69,2	2500	100	30,8

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2007

Berdasarkan Tabel 4.38 dibandingkan dengan skor ideal tingkat kemudahan menghubungi pihak BCA melalui telepon memperoleh skor tertinggi sebesar 353 atau sekitar 70,6% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat.

Sedangkan skor jumlah terendah adalah pada dimensi pelayanan yang diberikan karyawan kepada nasabah saat melaksanakan berbagai transaksi dan dimensi sikap karyawan dalam menanggapi keluhan nasabah yaitu sebesar 342 atau sekitar 68,4% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat pula.

Dengan demikian mengenai indikator *service quality* (kualitas pelayanan) BCA secara keseluruhan termasuk dalam kategori kuat. Hal ini disebabkan karena BCA selalu berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang maksimal dan berkualitas.

#### 4.3.2.4 Tanggapan Responden Mengenai *Extension Quality*.

##### 1. Pelayanan BCA terhadap nasabahnya setelah melakukan perubahan (seragam karyawan BCA).

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang pelayanan BCA terhadap

nasabahnya setelah melakukan perubahan (seragam karyawan BCA) sebagai berikut :

**TABEL 4.39**  
**PELAYANAN BCA TERHADAP NASABAH SETELAH MELAKUKAN**  
**PERUBAHAN (seragam karyawan BCA)**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat memuaskan	-	-	-
2	Memuaskan	42	42	168
3	Cukup	58	58	174
4	Tidak memuaskan	-	-	-
5	Sangat tidak memuaskan	-	-	-
		100	100	342

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.39 menunjukkan bahwa hampir setengahnya responden yang menyatakan memuaskan mengenai pelayanan BCA terhadap nasabahnya setelah melakukan perubahan (seragam karyawan BCA) sebanyak 42 yaitu (42%), dan sebagian besar responden yang menyatakan cukup mengenai pelayanan BCA terhadap nasabahnya setelah melakukan perubahan (seragam karyawan BCA) yaitu 58 responden (58%).

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 71% ( $42\% + (58\% : 2)$ ) menyatakan bahwa pelayanan BCA terhadap nasabahnya setelah melakukan perubahan (seragam karyawan BCA) memuaskan.

## **2. Sikap karyawan BCA terhadap nasabah setelah melakukan perubahan (Sigap, Menarik, Antusias, Ramah dan Teliti).**

Berdasarkan data penilaian sikap karyawan BCA terhadap nasabah setelah melakukan perubahan (Sigap, Menarik, Antusias, Ramah dan Teliti) yang

dihimpun dari 100 responden, diperoleh hasil seperti yang terlihat pada Tabel 4.40 sebagai berikut.

**TABEL 4.40**  
**SIKAP KARYAWAN BCA TERHADAP NASABAH SETELAH**  
**MELAKUKAN PERUBAHAN (Sigap, Menarik, Antusias, Ramah dan Teliti)**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat memuaskan	-	-	-
2	Memuaskan	40	40	160
3	Cukup	58	58	174
4	Tidak memuaskan	2	2	4
5	Sangat tidak memuaskan	-	-	-
		100	100	338

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.40 menunjukkan bahwa hampir setengahnya responden yang menyatakan memuaskan mengenai sikap karyawan BCA terhadap nasabah setelah melakukan perubahan (Sigap, Menarik, Antusias, Ramah dan Teliti) yaitu 40 responden (40%), dan sebagian besar responden yang menyatakan cukup mengenai sikap karyawan BCA terhadap nasabah setelah melakukan perubahan (Sigap, Menarik, Antusias, Ramah dan Teliti) yaitu 58 responden (58%).

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 69% ( $40\% + (58\% : 2)$ ) menyatakan bahwa sikap karyawan BCA terhadap nasabah setelah melakukan perubahan (Sigap, Menarik, Antusias, Ramah dan Teliti) memuaskan.

Adapun perolehan skor di atas dibandingkan dengan skor ideal masing-masing indikator *Extension Quality* pada Tabel 4.41 berikut.

**TABEL 4.41**  
**SKOR IDEAL *EXTENSION QUALITY***

<i>Extension Quality</i>	Skor Penilaian				Kesenjangan dari skor ideal (%)
	Perolehan skor		Skor ideal		
	Total skor	%	Total skor	%	
Pelayanan BCA terhadap nasabahnya setelah melakukan perubahan (seragam karyawan BCA).	342	68,4	500	100	31,6
Sikap karyawan BCA terhadap nasabah setelah melakukan perubahan (sikap Sigap, Menarik, Antusias, Ramah dan Teliti)	338	67,6	500	100	32,4
<b>Total Skor</b>	680	68	1000	100	32

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2007

Berdasarkan Tabel 4.41 dibandingkan dengan skor ideal pelayanan BCA terhadap nasabahnya setelah melakukan perubahan (seragam karyawan BCA) memperoleh skor tertinggi sebesar 342 atau sekitar 68,4% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat.

Sedangkan skor jumlah terendah adalah pada dimensi sikap karyawan BCA terhadap nasabah setelah melakukan perubahan (Sigap, Menarik, Antusias, Ramah dan Teliti), yaitu sebesar 338 atau sekitar 67,6% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat pula.

Dengan demikian mengenai indikator *extension quality* (kualitas perluasan/ perubahan) BCA secara keseluruhan termasuk dalam kategori kuat. Hal ini dapat disebabkan karena BCA melakukan suatu perubahan yang dipandang sangat maju dan inovatif, yang dapat dilihat dari perubahan seragam karyawan dan pembaharuan dalam hal motto (SMART).



#### 4.3.2.5 Tanggapan Responden Mengenai *Fit*.

##### 1. Pelayanan BCA terhadap nasabahnya.

Berdasarkan hasil pengolahan data yang diambil dari hasil jawaban responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam angket yang diberikan, maka dapat diperoleh hasil mengenai tanggapan responden tentang pelayanan BCA terhadap nasabahnya sebagai berikut :

**TABEL 4.42**  
**PELAYANAN BCA TERHADAP NASABAHNYA**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat tinggi	1	1	5
2	Tinggi	42	42	168
3	Cukup	57	57	171
4	Rendah	-	-	-
5	Sangat rendah	-	-	-
		100	100	344

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.42 menunjukkan bahwa sebagian kecil responden yang menyatakan sangat tinggi mengenai pelayanan BCA terhadap nasabahnya yaitu sebanyak 1 orang atau sebesar 1%, hampir setengahnya responden yang menyatakan tinggi mengenai pelayanan BCA terhadap nasabahnya yaitu 42 responden (42%), dan sebagian besar yaitu 57 responden (57%) menyatakan cukup mengenai pelayanan BCA terhadap nasabahnya.

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 71,5% (1% + 42% + (57%:2)) menyatakan pelayanan BCA terhadap nasabahnya tinggi.

## 2. Keramahan karyawan BCA saat melayani nasabah.

Penilaian mengenai keramahan karyawan BCA saat melayani nasabah yang dihimpun dari 100 responden, diperoleh hasil seperti yang terlihat pada Tabel 4.41 sebagai berikut.

**TABEL 4.43**  
**KERAMAHAN KARYAWAN BCA SAAT MELAYANI NASABAH**

NO	KETERANGAN	FREKUENSI (f)	PROSENTASE (%)	SKOR
1	Sangat tinggi	-	-	-
2	Tinggi	46	46	184
3	Cukup	54	54	162
4	Rendah	-	-	-
5	Sangat rendah	-	-	-
		100	100	346

Sumber : Hasil Pengolahan Data 2007

Tabel 4.43 menunjukkan bahwa hampir setengahnya responden yang menyatakan tinggi mengenai keramahan karyawan BCA saat melayani nasabah yaitu 46 responden (46%), dan sebagian besar yaitu 54 responden (54%) menyatakan cukup mengenai keramahan karyawan BCA saat melayani nasabah.

Dengan demikian bahwa sebagian besar yaitu 73% ( $46\% + (54\%:2)$ ) menyatakan keramahan karyawan BCA saat melayani nasabah tinggi.

Adapun perolehan skor di atas dibandingkan dengan skor ideal masing-masing indikator *Fit* pada Tabel 4.44 berikut.

**TABEL 4.44**  
**SKOR IDEAL FIT**

<i>Fit</i>	Skor Penilaian				Kesenjangan dari skor ideal (%)
	Perolehan skor		Skor ideal		
	Total skor	%	Total skor	%	
Pelayanan BCA terhadap nasabahnya.	343	68,6	500	100	31,4
Keramahan karyawan BCA saat melayani nasabah.	346	69,2	500	100	30,8
<b>Total Skor</b>	689	68,9	1000	100	31,1

Sumber : Hasil Pengolahan Data Tahun 2007

Berdasarkan Tabel 4.44 dibandingkan dengan skor ideal keramahan karyawan BCA saat melayani nasabah memperoleh skor tertinggi sebesar 346 atau sekitar 69,2% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat.

Sedangkan skor jumlah terendah adalah pada dimensi pelayanan BCA terhadap nasabahnya, yaitu sebesar 343 atau sekitar 68,6% dari skor ideal, termasuk dalam kategori kuat pula.

Dengan demikian mengenai indikator *fit* (kecocokan/ kesesuaian) BCA secara keseluruhan termasuk dalam kategori kuat. Hal ini dapat disebabkan karena adanya kesesuaian harapan konsumen dari perubahan yang dilakukan oleh perusahaan, yang dapat dilihat dari kualitas pelayanan yang semakin meningkat dan peningkatan sikap karyawan pada saat melayani nasabah.

#### **4.4 Pengaruh *Event Marketing* Terhadap Citra Perusahaan.**

Pengaruh antar variabel ini menggunakan aplikasi *software* SPSS 11.5 for *windows* untuk mengetahui tingkat korelasi dan koefisien determinasi antar

variabel berdasarkan hasil penghitungan dengan menggunakan teknik regresi linier dengan cara melihat koefisien korelasinya.

Dari hasil uji statistik yang dilakukan dengan analisis regresi linier untuk mengetahui pengaruh antara variabel *event marketing* terhadap citra perusahaan ini disajikan hasilnya dalam beberapa tabel.

#### 4.4.1 Pengujian Hipotesis.

##### 1. Analisis Korelasi.

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar hubungan antara *event marketing* terhadap citra perusahaan BCA pada nasabah BCA kantor cabang Cianjur. Untuk menguji hubungan antara *event marketing* terhadap citra perusahaan BCA, maka dilakukan perhitungan dengan aplikasi software SPSS dengan hasil sebagai berikut:

**TABEL 4.45**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.703(a)	.494	.489

a. Predictors: (Constant), *event marketing*  
b. Dependent Variable: citra perusahaan

Dari hasil perhitungan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa korelasi atau hubungan antara *event marketing* dengan citra perusahaan BCA memperoleh hasil sebesar 0,703 yang berarti korelasi antar variabel termasuk katagori kuat. Hasil ini sesuai dengan klasifikasi tabel koefisien korelasi di bawah ini :

**TABEL 4.46**  
**KLASIFIKASI KOEFISIEN KORELASI**

Interval Koefisien	Tingkat hubungan
0,000-0,199	Sangat rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,599	Sedang
0,600-0,799	Kuat
0,800-1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2003:183)

**TABEL 4.47**  
**CORRELATIONS**

		Citra Perusahaan	<i>Event Marketing</i>
Pearson Correlation	citra perusahaan	1.000	.703
	<i>event marketing</i>	.703	1.000
Sig. (1-tailed)	citra perusahaan	.	.000
	<i>event marketing</i>	.000	.
N	citra perusahaan	100	100
	<i>event marketing</i>	100	100

Interpretasi data korelasi diatas berguna untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel citra perusahaan dan *event marketing*. Jika ada, berapa besarnya hubungan tersebut. Besarnya hubungan antara citra perusahaan dan *event marketing* ialah sebesar 0,703. Korelasi positif menunjukkan bahwa hubungan citra perusahaan dan *event marketing* searah. Jika semakin baik *event marketing* yang ditawarkan maka citra perusahaan akan meningkat.

Hubungan antara variabel citra perusahaan dan *event marketing* signifikan jika dilihat dari angka probabilitas (sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Jika angka probabilitas  $< 0,05$  berarti ada hubungan yang signifikan dari kedua variabel tersebut.

## 2. Analisis Regresi Linier Sederhana.

**TABEL 4.48**  
**COEFFICIENTS (a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15.015	2.121		7.080	.000
	<i>event marketing</i>	.621	.063	.703	9.787	.000

a Dependent Variable: citra perusahaan

Berdasarkan tabel koefisien, dengan menggunakan aplikasi *software* SPSS 11.5 *for window* maka dapat diperoleh persamaan regresi linier antara *event marketing* dan citra perusahaan, yaitu:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 15,015 + 0,621X$$

$$\text{Citra perusahaan} = 15,015 + 0,621 \text{ event marketing}$$

Konstanta 15,015 menyatakan bahwa jika tidak ada pelaksanaan *event marketing*, maka citra perusahaan bernilai 15,015 dan bila setiap *event marketing* bertambah 1, maka nilai rata-rata citra perusahaan akan bertambah sebesar 0,621. hasil ini menjelaskan bahwa *event marketing* mempunyai kontribusi terhadap terbentuknya citra perusahaan, dengan melihat koefisien determinasi ( $r^2$ ) yaitu sebesar 0,494 yang termasuk kategori sedang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *event marketing* berpengaruh sedang terhadap citra perusahaan. Sedangkan angka korelasi sebesar 0,703 menyatakan hubungan variabel *event marketing* dan citra perusahaan kuat.

### 3. Koefisien Determinasi.

Untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y, maka digunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$\begin{aligned} Kd &= r^2 \times 100\% \\ &= (0,703)^2 \times 100\% \\ &= 49,4\% \end{aligned}$$

Hasil perhitungan di atas menunjukkan bahwa besarnya Kd (koefisien determinasi) adalah 49,4%. Dengan kata lain citra perusahaan 49,4% dipengaruhi oleh *event marketing*, sedangkan sisanya sebesar 50,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor penyebab lainnya, seperti *publications* (pengumuman), *sponsorship* (penyokongan), *news* (berita), *speech* (pembicaraan), *public service* (pelayanan umum) dan *identity media* (media pengenalan).

### 4. Uji Hipotesis.

Hipotesis yang diuji yaitu pengaruh *event marketing* (X) terhadap citra perusahaan (Y). Untuk menguji signifikansi konstanta dari variabel X diperoleh dari uji t dengan hipotesis sebagai berikut:

**$H_0 : \rho < 0$ ,** Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *event marketing* terhadap citra perusahaan BCA.

**$H_a : \rho \geq 0$ ,** Artinya terdapat pengaruh yang signifikan dan positif antara *event marketing* terhadap citra perusahaan BCA.

Keputusan :

Jika  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima,  $H_a$  ditolak.

Jika  $t \text{ hitung} \geq t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima.

$T \text{ hitung} = 9,787$

Untuk menghitung  $t$  tabel menggunakan ketentuan sebagai berikut :

$\alpha = 0,05$

$DF = (\text{jumlah data} - 2)$  atau  $100 - 2 = 98$

$T$  tabel (lihat tabel) jika tidak ada dalam tabel maka dilakukan interpolasi untuk tabel distribusi  $t$  maka dihasilkan angka 1,984.

Karena  $t \text{ hitung} (9,787) > t \text{ tabel} (1,984)$ , maka  $H_0$  ditolak, dan  $H_a$  diterima. Dengan kata lain hipotesis yang diajukan penulis diterima yaitu : citra perusahaan dipengaruhi secara signifikan dan positif oleh *event marketing*.



## 4.5 Pembahasan.

### 4.5.1 Gambaran *Event Marketing*

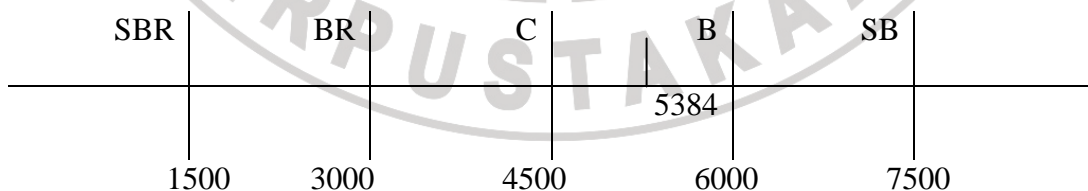
Berdasarkan hasil penelitian yang diambil dari 100 responden, maka didapat rekapitulasi dimensi *event marketing*, dengan cara membagi jumlah perolehan skor dengan skor ideal. Adapun tanggapan dari responden mengenai *event marketing* dapat dilihat dalam tabel 4.49 berikut:

**TABEL 4.49**  
**REKAPITULASI DIMENSI *EVENT MARKETING***

No.	Indikator	Jumlah Perolehan Skor	Skor Ideal	Persentase (%)
1	<i>Entertainment</i>	1763	2500	70,52
2	<i>Excitement</i>	1800	2500	72
3	<i>Enterprise</i>	1821	2500	72,84
	TOTAL	5384	7500	71,79

Sumber: Hasil pengolahan data 2007

Berdasarkan tabel di atas, variabel X (*event marketing*) jumlah skor yang diperoleh adalah sebesar 5384, apabila diprosentasikan dengan skor ideal, maka diperoleh prosentase sebesar 71,79% yang termasuk kedalam kriteria kuat, artinya menurut Moh Ali termasuk kedalam kategori “sebagian besar” dan bila secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut.



Jika berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden, maka data 5384 terletak pada daerah **baik**.

Secara berurutan dapat diketahui indikator dari yang jumlah skornya tinggi ke jumlah yang skornya rendah. Indikator yang paling tinggi skornya adalah pada dimensi *enterprise* sebesar 72,84%, indikator kedua adalah pada dimensi *excitement* sebesar 72%, urutan yang paling rendah adalah pada dimensi *entertainment* dengan memperoleh skor persentase sebesar 70,52%.

Dimensi *enterprise* merupakan dimensi yang memperoleh skor tertinggi. Hal ini dapat disebabkan karena acara gebyar BCA menampilkan hal-hal baru yang inovatif dan kreatif yang belum pernah dicoba sehingga menimbulkan ketertarikan dari audiens. Kenyataan tersebut sesuai dengan pendapat Leonard H. Hoyle (2006:3) yang menyatakan bahwa: “*Event* menuntut pengembangan akal, mengubah cara-cara yang biasa menjadi cara yang lebih imajinatif”.

#### 4.5.2 Gambaran Citra Perusahaan.

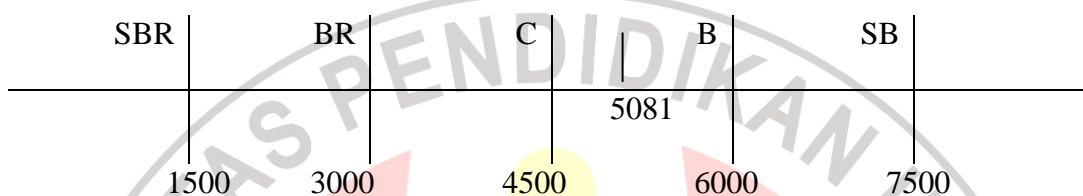
Berdasarkan hasil penelitian yang diambil dari 100 responden, maka didapat rekapitulasi dimensi citra perusahaan, dengan cara membagi jumlah perolehan skor dengan skor ideal. Adapun tanggapan dari responden mengenai citra perusahaan dapat dilihat dalam tabel 4.50 berikut:

**TABEL 4.50**  
**REKAPITULASI DIMENSI CITRA PERUSAHAAN**

No.	Indikator	Jumlah Perolehan Skor	Skor Ideal	Persentase (%)
1	<i>Reputation</i>	1039	1500	69,26
2	<i>Credibility</i>	943	1500	62,86
3	<i>Service quality</i>	1730	2500	69,20
4	<i>Extension quality</i>	680	1000	68
5	<i>Fit</i>	689	1000	68,9
	<b>TOTAL</b>	<b>5081</b>	<b>7500</b>	<b>67,75</b>

Sumber: Hasil pengolahan data 2007

Berdasarkan tabel di atas, variabel Y (citra perusahaan) jumlah skor yang diperoleh adalah sebesar 5081, apabila diprosentasikan dengan skor ideal, maka diperoleh prosentase sebesar 67,75% yang termasuk kedalam kriteria kuat, artinya menurut Moh Ali termasuk kedalam kategori “sebagian besar” dan bila secara kontinum dapat digambarkan sebagai berikut.



Jika berdasarkan data yang diperoleh dari 100 responden, maka data 5081 terletak pada daerah **baik**

Secara berurutan dapat diketahui indikator dari yang jumlah skornya tinggi ke jumlah yang skornya rendah. Indikator yang paling tinggi skornya adalah pada dimensi *reputation* sebesar 69,26%, indikator kedua adalah pada dimensi *service quality* sebesar 69,20%, urutan ketiga adalah pada dimensi *fit* sebesar 68,9%, urutan keempat adalah pada dimensi *extension quality* sebesar 68%, urutan yang paling rendah adalah pada dimensi *credibility* dengan memperoleh skor persentase sebesar 62,86%.

Dimensi *reputation* merupakan dimensi yang memperoleh skor tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa reputasi dari BCA adalah baik di mata audiens, karena reputasi merupakan pandangan atau pendapat audiens dan reputasi itu sendiri diukur oleh konsumen. Kenyataan ini sesuai dengan penjabaran reputasi yang terdapat dalam [en.wikipedia.org/wiki/reputation](http://en.wikipedia.org/wiki/reputation), bahwa: “*Reputation is the general opinion of the public towards a person, a group of people, or an*

*organization*”, artinya reputasi merupakan pendapat umum dari masyarakat terhadap seseorang, suatu kelompok, atau suatu organisasi.

#### 4.5.3 Pengaruh *Event Marketing* Terhadap Citra Perusahaan.

Pada uraian ini akan disajikan pembahasan hasil pengujian hipotesis utama. *Event marketing* berpengaruh positif terhadap citra perusahaan. Dari hasil perhitungan dan pengujian dengan menggunakan *softwer* SPSS maka terdapat hubungan yang positif dari *event marketing* terhadap citra perusahaan, yaitu sebesar 0,703. Sedangkan untuk melihat seberapa besar pengaruh *event marketing* terhadap citra perusahaan, dapat dilihat dari hasil koefisien determinasi, yaitu sebesar 49,4%. Maka dapat disimpulkan bahwa 49,4% citra perusahaan dipengaruhi secara positif oleh *event marketing*. Sedangkan sisanya sebesar 50,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor penyebab lainnya, seperti *publications* (pengumuman), *sponsorship*, *news* (berita), *speech* (pembicaraan), *public service* (pelayanan umum) dan *identity media* (media pengenal).

Dengan *event marketing* yang tepat, maka PT. Bank Central Asia Tbk. akan memiliki citra perusahaan yang baik. Dengan demikian *event marketing* memiliki pengaruh yang kuat terhadap terbentuknya citra perusahaan. Dari hasil uji t, diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak,  $H_a$  diterima, hal ini menyatakan bahwa hipotesis yang diajukan, yaitu: **”Citra perusahaan dipengaruhi secara positif oleh *event marketing*”**, dapat diterima.

Hal ini sesuai dengan pendapat Rambat Lupiyoadi (2001 : 110) mengenai pembentukan *corporate image* (citra perusahaan) melalui program *public relation*, yaitu meliputi *publication*, *sponsorship*, *event* dan hubungan dengan investor.

Oleh sebab itu, pelaksanaan *event* harus memiliki daya tarik bagi audiens guna menciptakan citra yang positif dari audiens, sebagaimana yang dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2006 : 550) bahwa ” *Event* yang ideal memiliki daya tarik pada audiens sasaran, memiliki sponsor yang tepat, memiliki kemungkinan mengadakan aktifitas tambahan pemasaran serta kemungkinan meningkatkan citra produk dan citra perusahaan”.

Dari pendapat kedua ahli tersebut dapat disimpulkan sangatlah jelas bahwa *event marketing* memiliki hubungan yang kuat dan memiliki pengaruh positif terhadap pembentukan citra perusahaan.