

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH DARI DIMENSI
KUALITAS PELAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN
METODE *FUZZY-CARTER*
(Studi Kasus Pada BPRS Khasanah Ummat Purwokerto)**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

SELITRI MELINA

1817202083

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARI'AH
JURUSAN EKONOMI DAN KEUANGAN ISLAM
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. KH. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Selitri Melina

NIM : 1817202083

Jenjang : S.1

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Perbankan Syariah

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Nasabah dari Dimensi Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode *Fuzzy-CARTER* (Strudi Kasus Pada BPRS Khasanah Ummat Purwokerto)

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 2 Agustus 2022

Saya yang menyatakan,



Selitri Melina

1817202083



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH DARI DIMENSI KUALITAS PELAYANAN
DENGAN MENGGUNAKAN METODE FUZZY-CARTER
(Studi Kasus Pada BPRS Khasanah Ummat Purwokerto)**

Yang disusun oleh Saudara **Selitri Melina NIM 1817202083** Program Studi **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jumat** tanggal **02 September 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Hastin Tri Utami, S.E., M.Si., Ak.
NIP. 19920613 201801 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Muhammad Wildan, S.E.Sy., M.Sy.
NIDN. 2021088901

Pembimbing/Penguji

Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.
NIP. 19781231 200801 2 027

Purwokerto, 13 September 2022

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.
NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada

Yth: Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto

di-

Purwokerto.

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudara Selitri Melina NIM 1817202083 yang berjudul:


**Analisis Kepuasan Nasabah Dari Dimensi Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode Fuzzy-CARTER
(Studi Kasus Pada BPRS Khasanah Ummat Purwokerto)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam ilmu Ekonomi Syari'ah (S,E.).

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, 2 Agustus 2022

Pembimbing,



Yoiz Shofwa Shafrani, S.P., M.Si.

NIP. 19781231 200801 2 027

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH DARI DIMENSI KUALITAS
PELAYANAN DENGAN MENGGUNAKAN METODE *FUZZY-CARTER*
(Studi Kasus Pada BPRS Khasanah Ummat Purwokerto)**

Oleh: Selitri Melina

NIM: 1817202083

Email: selytrimenina13@gmail.com

Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

UIN Prof.KH Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Tujuan utama dari sebuah bisnis adalah untuk membuat konsumen merasa puas, maka kualitas pelayanan ini sangat berpengaruh terhadap keberhasilan suatu perusahaan jasa, dimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa ini akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Jika kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak manajereial baik, maka akan terciptanya rasa puas atas pelayanan yang diberikan, hal ini akan menumbuhkan sikap loyal para nasabahnya dan mendorong *word of mouth* yang positif dan sebagai asumsi dari kepuasan nasabah.

Peneliti ini mengkaji mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh BPRS Khasanah Ummat dengan mengukur nilai *gap* yaitu kesenjangan antara pelayanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan oleh nasabah. Jenis penelitian ini termasuk penelitian asosiatif kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas pelayanan yang diberikan dengan kepuasan nasabah di BPRS Khasanah Ummat dengan menggunakan metode *Fuzzy-CARTER*. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 286 nasabah aktif.

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) tingkat kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan pihak BPRS Khasanah Ummat dari 6 dimensi *CARTER*, 5 diantaranya nasabah merasa puas atas pelayanan ada dimensi *compliance, assurance, reliability, tangibles, responsiveness*, namun nasabah belum merasa puas atas pelayanan pada dimensi *emphaty*, sehingga perlu adanya perbaikan dengan lebih memperhatikan dan memahami kebutuhan nasabah. 2) Tingkat kepuasan nasabah atas kualitas pelayanan secara keseluruhan menggunakan pengukuran model *CARTER* dapat dikatakan memuaskan dan tidak terdapat kesenjangan antara persepsi yang dirasakan dengan harapan nasabah.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Metode Fuzzy-CARTER, BPRS Khasanah Ummat.

**ANALYSIS OF CUSTOMER SATISFACTION FROM SERVICE
QUALITY DIMENSIONS USING FUZZY-CARTER METHOD
(A Case Study at BPRS Khasanah Ummat Purwokerto)**

Selitri Melina

1817202083

Email: selytrimenina13@gmail.com

Study Program of Islamic Banking Faculty of Economics and Islamic Business
UIN Prof. KH Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

The primary goal of any business is to satisfy customers, thus the success of a service firm is largely influenced by the quality of the services offered by these service providers, which in turn has a significant impact on customer satisfaction. When managerial parties give high-quality services, customers will feel satisfied with the goods and services they receive, which will increase customer loyalty, good word of mouth, and an assumption of customer contentment.

By measuring the gap value, or the difference between the services received and the level of service expected by clients, this researcher investigates the quality of services offered by BPRS Khasanah Ummat. Quantitative associative research falls under this category and uses the Fuzzy-CARTER method to examine the relationship between customer satisfaction and service quality at BPRS Khasanah Ummat. 286 active customers were given questionnaires to complete as part of the research.

The study's findings indicate that: 1) The level of customer satisfaction with the quality of service provided by BPRS Khasanah Ummat from 6 CARTER dimensions, of which 5 customers are satisfied with the service. However, customers are not satisfied with the service in terms of compliance, assurance, reliability, tangibles, or responsiveness. There is room for improvement by paying closer attention to and comprehending customer needs. service on the empathy dimension. 2) The CARTER model measurement of customer satisfaction on overall service quality may be regarded to be satisfactory, and there is no discrepancy between customer expectations and perceived perceptions.

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction, Fuzzy-CARTER Method, and BPRS Khasanah Ummat.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, puji syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT atas segala limpahan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas skripsi dengan judul “**Analisis Kepuasan Nasabah Dari Dimensi Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Fuzzy-CARTER, Study kasus pada BPRS Khasanah Ummat Purwokerto**”. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program stufdy (S1) Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa bimbingan, dukungan serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena ini, dalam kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sulkhan Chakim, S.Ag. M.M. Wakil Rektor III UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I, selaku wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dr. Atabik, M.Ag, selaku wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Dr. Iin Solikhin, M.Ag, selaku wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
9. Ibu Hastin Tri Utami, S.E., M.Si.,Ak. Selaku Koordinator Prodi Perbankan Syariah
10. Ibu Yoiz Shofwa Safrani. SP., M.Si, selaku dosen pembimbing skripsi yang senantiasa sudah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis selama penyusunan skripsi serta memberikan saran, ide dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
11. Segenap Dosen yang telah memberikan ilmu yang tak ternilai hingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Segenap staf dan karyawan serta seluruh nasabah BPRS Khasanah Ummat yang telah banyak membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini.
13. Keluarga tercinta, bapak Sudarso dan ibu Wasiyah yang tidak lelah mendoakan, memberi dukungan dan ridhonya sehingga dapat sampai dititik ini. Terimakasih kepada saudara penulis, Nining Novita Asih dan Achmad Rifki, serta keponakan tercinta Ikrimatu Zulfa dan Almira Hanum Wahyuningsih yang telah memberikan support dan menjadi partner terbaik dalam segala hal.
14. Nur Rokhim yang dengan kesabarannya telah menemani penulis, terimakasih telah memberi semangat, motivasi, saran dan membantu penulis.

Terlepas dari semua itu penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih ada kekurangan baik dari segi susunan maupun tata bahasa dalam skripsi ini. Oleh karena itu, penulis menerima saran dan kritik dari para pembaca demi kesempurnaan skripsi ini di masa yang akan datang.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto. 1 Agustus 2022



Selitri Melina
1817202083

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iiiiv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	13
A. Latar Belakang Masalah	13
B. Rumusan Masalah	18
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	19
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Kajian Pustaka	21
B. Kerangka Teori	26
1. Perbankan Syariah	26
2. Jasa	28
3. Kualitas Pelayanan	29
4. Persepsi dan Harapan	31
5. Kepuasan Nasabah	33
6. Model CARTER	36

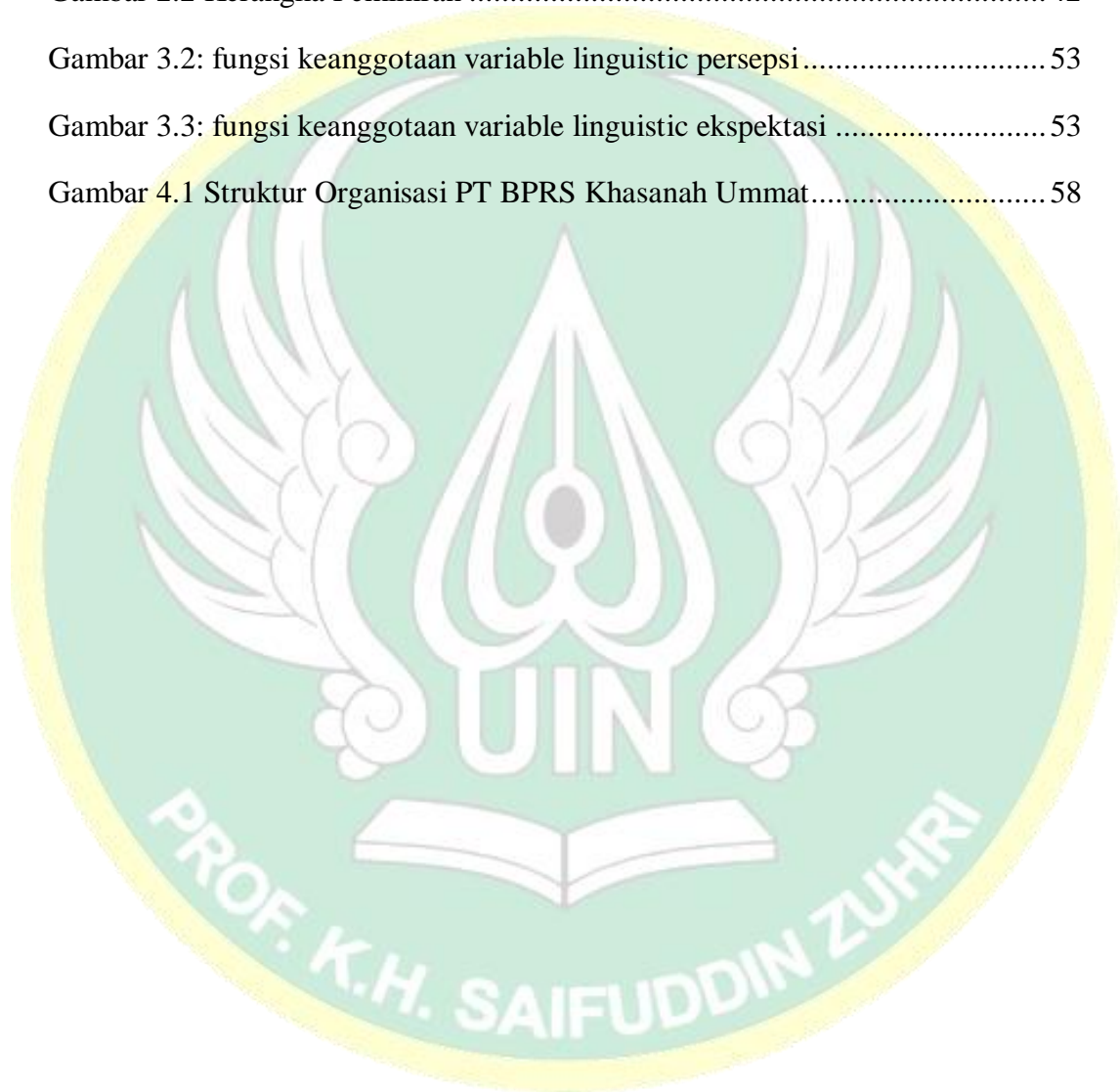
7. Teori Fuzzy	39
C. Kerangka Pemikiran.....	40
D. Hipotesis.....	41
BAB III METODE PENELITIAN	45
A. Jenis dan Sifat Penelitian	45
B. Tempat dan Waktu Penelitian	45
C. Populasi dan Sampel.....	46
D. Variabel dan Indikator Penelitian	47
E. Pengumpulan Data.....	50
F. Uji Analisis Data	51
1. Uji Instrumen Data.....	51
2. Uji Fuzzy-CARTER.....	52
3. Penentuan Skor <i>Gap</i>	55
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	56
A. Gambaran Umum	56
B. Deskripsi Responden	59
C. Uji Analisis Data	62
D. Hasil Uji <i>Fuzzy-CARTER</i>	66
E. Pembahasan Hasil Penelitian	77
BAB V PENUTUP	94
A. Simpulan	94
B. Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN	99
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	147

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Nasabah Bank BPRS Khasanah Ummat 2017-2021.....	16
Tabel 2.1 Kerangka Pemikiran	23
Tabel 2.2 Indikator Penelitian	48
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	59
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia	59
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	60
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	60
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	61
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Terakhir Melakukan Transaksi.....	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Data Tingkat Kepuasan dan Ekspektasi.....	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi dan Ekspektasi	63
Tabel 4.9 Rekapitulasi Skor Persepsi Nasabah	67
Tabel 4.10 Rekapitulasi Skor Ekspektasi Nasabah.....	68
Tabel 4.11 Perhitungan Nilai Fuzzifikasi dan Defuzzifikasi Persepsi.....	70
Tabel 4.12 Perhitungan Nilai Fuzzifikasi dan Defuzzifikasi Ekspektasi.....	71
Tabel 4.13 Analisis Gap Per Kriteria	73
Tabel 4.14 Analisis <i>Gap</i> Dimensi <i>Compliance</i>	77
Tabel 4.15 Analisis <i>Gap</i> Dimensi <i>Assurance</i>	79
Tabel 4.16 Analisis <i>Gap</i> Dimensi <i>Reliability</i>	82
Tabel 4.17 Analisis <i>Gap</i> Dimensi <i>Tangibles</i>	84
Tabel 4.18 Analisis <i>Gap</i> Dimensi <i>Emphaty</i>	87
Tabel 4.19 Analisis <i>Gap</i> Dimensi <i>Responsiveness</i>	89
Tabel 4.20 Analisis <i>Gap</i> Keseluruhan	91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Jumlah Transaksi Nasabah BPRS Khasanah Ummat	17
Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan	34
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran	42
Gambar 3.2: fungsi keanggotaan variable linguistic persepsi.....	53
Gambar 3.3: fungsi keanggotaan variable linguistic ekspektasi	53
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT BPRS Khasanah Ummat.....	58



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bank syariah di Indonesia lahir sejak 1992, hingga saat ini Lembaga Keuangan Syariah terus tumbuh pesat bahkan eksistensi bank syariah saat ini mulai diperhitungkan oleh industri perbankan. Hal ini dibuktikan dengan semakin berkembangnya lembaga, layanan serta produk jasa keuangan syariah. Otoritas Jasa Keuangan (OJK) melaporkan, perbankan syariah Indonesia terus menunjukkan pertumbuhan yang positif di tengah pandemi Covid-19. Informasi dari OJK, perbankan syariah terus bertumbuh serta berkontribusi besar dalam mendukung keuangan syariah dengan total aset Rp. 531,78 triliun, PYD Rp. 366,96 triliun dan DPK Rp. 421,32 triliun (Informasi OJK, dirilis 23/9/2020).

Dengan semakin berkembangnya lembaga keuangan, persaingan dalam bidang jasa perbankan menjadi semakin ketat, baik dari bank konvensional maupun syariah, sehingga lembaga keuangan memerlukan upaya agar dapat menanggapi tantangan tersebut. Salah satu upaya yang harus dilakukan perusahaan jasa dalam menghadapi persaingan pasar, khususnya pada bidang perbankan, maka bank harus menerapkan sistem kualitas pelayanan yang baik. Dimana kualitas pelayanan merupakan suatu pendekatan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan dari nasabah serta pelayanan yang tepat waktu sehingga harapan nasabah dapat terpenuhi (Perdana & Fahrullah, 2020). Dimana tujuan utama dari bisnis itu sendiri adalah untuk membuat konsumen merasa puas, maka kualitas pelayanan ini sangat berpengaruh terhadap keberhasilan suatu perusahaan jasa, karena dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kepuasan nasabah bergantung kepada persepsi nasabah, dimana kepuasan nasabah didefinisikan sebagai kesenjangan (*gap*) yaitu tingkat dan arah

perbedaan antara persepsi yang dirasakan dengan harapan nasabah, dimana jika pelayanan yang diterima atau dirasakan nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan memuaskan, jika layanan yang diterima oleh nasabah melampaui diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan sempurna. Namun, jika layanan yang diterima oleh nasabah lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk. Kesenjangan ini diukur dengan menggunakan metode yang telah ditetapkan sebelumnya untuk mengukur suatu kualitas pelayanan,

Untuk mewujudkan layanan yang bermutu, maka bank perlu memperhatikan standar pelayanan nasabah, artinya penyedia jasa harus fokus kepada nasabah untuk mengetahui layanan apa yang diinginkan, dibutuhkan dan diharapkan oleh nasabah. Ada beberapa metode untuk mengukur dan meningkatkan kualitas pelayanan, salah satunya adalah metode *ServQual* (Parasuraman, 1988) dimana terdapat lima dimensi pengukuran kualitas pelayanan yaitu: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *emphaty* dan *assurance*. Dimana metode ini dinilai kurang memadai bagi perusahaan jasa yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah Islam.

Othman dan Owen (2002) mengembangkan suatu model penelitian kualitas pelayanan untuk mengukur kualitas pelayanan jasa bagi perusahaan yang beropersai dengan prinsip syariah. Pada dimensi ini Othman menambahkan dimensi *compliance* (kepatuhan terhadap hukum Islam) sebagai bagian penting bagi perusahaan jasa yang menjalankan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip syariah, karena hal tersebut menjadi karakteristik yang membedakan antara bank konvensional dengan bank syariah. Yang kemudian model ini dikenal sebagai model CARTER, dengan enam dimensi pengukuran kualitas pelayanan, yang meliputi: *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Emphaty*, dan *Responsiveness*.

Selanjutnya penggunaan metode CARTER diakomodasikan bersama teori *Fuzzy*, hal ini karena metode CARTER memiliki ketidakpastian jawaban dari kuisioner yang bersifat subjektif, teori *Fuzzy set* digunakan untuk mempresentasikan ketidakpastian. Penggabungan ini digunakan dalam

penyelesaian penelitian untuk memastikan bahwa makna linguistic dari sebuah pernyataan mengenai kepuasan nasabah dapat disampaikan secara akurat kepada pembaca. Metode *Fuzzy* digunakan dalam penelitian ini dikarenakan metode *fuzzy* lebih tepat digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah dan dapat digunakan untuk mengetahui mengenai atribut-atribut dari kualitas pelayanan yang memiliki nilai kesenjangan (*gap*).

BPRS Khasanah Ummat Purwokerto merupakan suatu lembaga keuangan yang dalam operasionalnya berdasarkan hukum dan prinsip syariah. Sebagai lembaga keuangan syariah, BPRS Khasanah Ummat menawarkan produk-produk berdasarkan prinsip syariah yang terdiri dari produk *Funding* dan *Lending*. Bank BPRS Khasanah Ummat memiliki salah satu misi yaitu berupaya memenuhi dan memberikan layanan terbaik kepada para nasabah dan berupaya menjadi partner bisnis yang memberikan solusi yang bernilai tambah. Untuk mencapai target tersebut, maka BPRS harus memiliki strategi yang tepat dalam sistem pelayanan sehingga terciptanya rasa puas atas pelayanan yang diberikan, hal ini akan menumbuhkan sikap loyal para nasabahnya. Nasabah yang loyal akan mendorong *word of mouth* yang positif dan sebagai asumsi dari kepuasan nasabah.

Dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, BPRS khasanah Ummat menggunakan strategi “*jemput bola*” dimana yang biasanya nasabah datang ke kantor cabang terdekat untuk melakukan transaksi, dengan pelayanan menggunakan sistem *jemput bola* ini, kini nasabah tidak perlu ke kantor cabang karena pihak bank yang disebut kolektor/*marketing/account officer/teller* yang akan mendatangi nasabah. Penerapan sistem jemput bola ini di dukung dengan penerapan teknologi *mobile teller*. Teknologi *mobile teller* merupakan teknologi yang terhubung kepada suatu piranti untuk memudahkan dalam melakukan transaksi setor atau penarikan yang dilakukan dengan sistem *jemput bola*, dengan teknologi tersebut nasabah dapat langsung mengetahui saldo dan dapat melakukan pencetakan *slip* setoran dan atau penarikan. Hal tersebut merupakan bentuk dari penerapan teknologi untuk memudahkan para nasabah dalam melakukan transaksi.

Dalam pelayanan secara langsung di kantor, BPRS Khasanah Ummat juga menerapkan pelayanan prima (*Service Excellence*) dalam melayani nasabah, yaitu dengan memberikan pelayanan yang melebihi dari harapan nasabah. Sistem pelayanan prima ini menerapkan pola pelayanan terbaik kepada para nasabah, serta memperhatikan kebutuhan dan keinginan para nasabah. Bentuk dari pelayanan yang diberikan oleh BPRS khasanah umat ini meliputi beberapa hal, yaitu: kemampuan yang mumpuni, sikap yang ramah dan sopan, penampilan yang menarik, memberikan perhatian kepada nasabah dalam bertransaksi, tindakan dan tanggung jawab para pegawai BPRS Khasanah Ummat dalam melayani nasabah.

BPRS Khasanah Ummat beroperasi sejak tahun 2010 sampai sekarang, merupakan bukti bahwa BPRS Khasanah Ummat mampu bersaing dengan lembaga keuangan lainnya. Salah satu indikator dari kepuasan nasabah dapat dilihat dari peningkatan jumlah nasabahnya karena dengan kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan jumlah nasabah, berikut tabel jumlah nasabah BPRS Khasanah Ummat dari tahun 2017-2021.

Tabel 1.1
Data Jumlah Nasabah Bank BPRS Khasanah Ummat 2017-2021

Tahun	Jumlah Nasabah	Kenaikan
2017	6884	-
2018	7641	757
2019	8290	649
2020	8690	400
2021	8998	308

(Sumber: *BPRS Khasanah Ummat*)

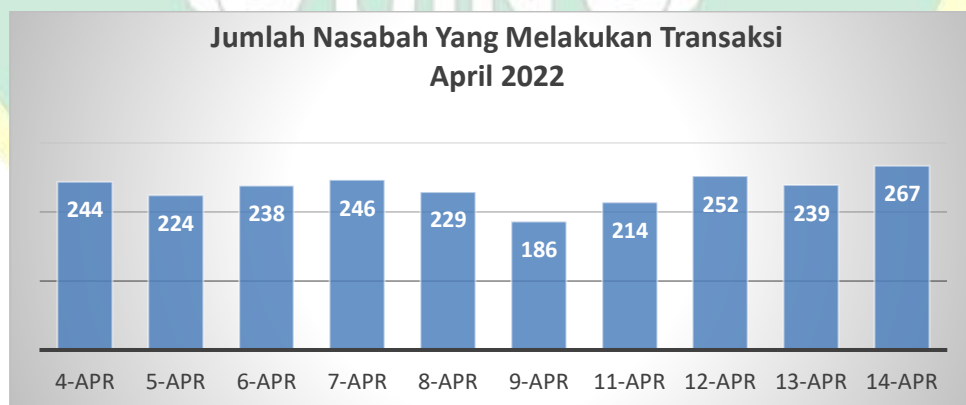
Dari tabel 1.1 diatas, menunjukkan jumlah nasabah mengalami perubahan setiap tahunnya, pada tahun 2017 jumlah nasabah di BPRS Khasanah Ummat sebanyak 6884 nasabah, kemudian di tahun 2018, mengalami peningkatan 757 nasabah, selanjutnya di tahun 2019, jumlah nasabah meningkat sebanyak 649 nasabah, di tahun 2020, jumlah nasabah meningkat sebanyak 400

nasabah, dan di tahun 2021, mengalami peningkatan sebesar 308 nasabah. Dari data tersebut dapat dilihat, peningkatan jumlah nasabah di bank BPRS Khasanah Ummat mengalami penurunan dari tahun-tahun sebelumnya.

Selain itu, indikator untuk menilai kepuasan nasabah juga dapat dilihat dari seberapa sering terjadi transaksi antara nasabah dengan lembaga keuangan, nasabah yang puas atas pelayanan yang diberikan dalam bertransaksi akan melakukan transaksi kembali sehingga dapat menimbulkan sikap loyalitas dari para nasabah, selain itu nasabah yang merasa puas atas pelayanan yang diberikan akan menciptakan *word of mouth* yang akan berdampak positif bagi perusahaan dimana atas kualitas pelayanan yang diberikan tersebut nasabah akan merekomendasikan perusahaan kepada masyarakat umum. Sebaliknya nasabah yang tidak merasa puas atas layanan yang diberikan maka enggan untuk melakukan transaksi ulang, bahkan akan meninggalkan dan beralih kepada bank lain, akibatnya bank akan mengalami penurunan pendapatan. Berikut jumlah nasabah yang melakukan kegiatan transaksi di BPRS Khasanah Ummat pada bulan April 2022.

Gambar 1.1

Grafik Jumlah Transaksi Nasabah BPRS Khasanah Ummat



(Sumber: *Analisis Penulis*).

Berdasarkan tabel 1.2, data diatas merupakan jumlah nasabah yang melakukan transaksi di BPRS Khasanah Ummat pada bulan April 2022. Dari data tersebut, dapat dilihat bahwa jumlah transaksi per hari BPRS Khasanah

Ummat bersifat fluktuatif, dimana pada hari Senin, 04 April 2022 jumlah nasabah yang melakukan transaksi sebesar 244 nasabah, kemudian pada hari Selasa, 05 April sebanyak 224 nasabah, pada hari Rabu, 06 April sebanyak 238 nasabah, pada hari Kamis 07 April sebanyak 246 nasabah, pada hari Jum'at 08 April sebanyak 229, dan pada hari Sabtu, 09 April sebanyak 189 nasabah. Kemudian pada hari Senin 11 April jumlah nasabah yang melakukan transaksi sebesar 214 nasabah, pada hari Selasa 12 April sebanyak 252, pada hari Rabu, 13 April sebanyak 239, dan pada hari Kamis, 14 April 267 nasabah. Nasabah yang melakukan transaksi meliputi, pembukaan rekening, setoran, penarikan, pengajuan pembiayaan, pencairan pembiayaan, serta angsuran pembiayaan. Dari gambar 1.1 diatas menunjukkan bahwa transaksi di BPRS Khasanah Ummat tergolong signifikan dengan rata-rata transaksi per minggunya sebesar 233 transaksi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti ingin mengkaji kualitas pelayanan yang diberikan oleh BPRS Khasanah Ummat apakah sudah mampu memenuhi kepuasan nasabahnya. Apakah pelayanan yang diterima sesuai dengan tingkat layanan yang diharapkan oleh nasabah, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul **“Analisis Kepuasan Nasabah Dari Dimensi Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode *Fuzzy-CARTER* (Study Kasus Pada BPRS Khasanah Ummat Purwokerto)”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka permasalahan yang akan dibahas oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas pelayanan yang diberikan BPRS Khasanah Ummat dengan persepsi nasabah atas pelayanan yang diterima per dimensi CARTER?
2. Apakah terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas pelayanan yang diberikan BPRS Khasanah Ummat dengan persepsi nasabah atas pelayanan yang diterima secara keseluruhan?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis apakah terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas pelayanan yang diberikan BPRS Khasanah Ummat dengan persepsi nasabah yang diterima per dimensi CARTER.
2. Menganalisis apakah terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas pelayanan yang diberikan BPRS Khasanah Ummat dengan persepsi nasabah yang diterima secara keseluruhan.

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam perkembangan ilmu pengetahuan khususnya kajian di bidang Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) sebagai salah satu bagian dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

2. Manfaat Praktis.

- a. Bagi Penulis.

Dengan penelitian ini dapat menambah pengetahuan serta wawasan mengenai kepuasan nasabah melalui pengukuran kualitas pelayanan menggunakan metode *Fuzzy-CARTER* di BPRS Khasanah Ummat.

- b. Bagi Akademisi.

Hasil dari penelitian ini dapat menambahkan literature yang diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa/I UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

- c. Bagi Lembaga Keuangan.

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai kinerja di BPRS Khasanah Ummat dari segi kualitas pelayanan, dan dapat mengukur kepuasan nasabah atas pelayanan yang diberikah sehingga diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanannya.

d. Bagi Pembaca.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu para pembaca untuk dapat memahami bagaimana mengidentifikasi kepuasan nasabah dan dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai pengukuran kepuasan nasabah melalui dimensi kualitas pelayanan.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Pada penyusunan penelitian ini penulis memperoleh bermacam referensi baik dari jurnal, skripsi, buku dan atau lain sebagainya. Hal ini dilaksanakan agar penulis dapat memperoleh beberapa informasi secara mendalam dan lebih rinci mengenai topik pembahasan penelitian yang akan diamati.

Pada penelitian ini didasarkan pada jurnal-jurnal penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dengan perkembangan dari variabel, model pengukuran dan metode penelitian yang digunakan pada penelitian terdahulu. Ada beberapa penelitian terdahulu terkait dengan perceptual mapping produk pembiayaan berdasarkan persepsi nasabah bank umum syariah kabupaten Purbalingga oleh beberapa peneliti yang mendasari pemikiran atau ide bagi penulis dalam menyusun sebuah skripsi, yaitu antara lain :

Wijaya H., & dkk. (2017) dalam jurnalnya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta”. Dengan model pengukuran kualitas pelayanan menggunakan model IBSQ (*Islamic Banking Service Quality*) dan metode analisis data pembunukan alternative PLS SEM (*Partial Least Square Structural Equation Modeling*) dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel *price* (harga), *serviceportfolio* (portofolio jasa yang ditawarkan), *reliability* (kehandalan), dan *tangible* (keterwujudan) berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah, dengan semakin baik keempat variabel tersebut maka semakin baik pula tingkat kepuasan nasabah yang akan membawa kepada loyalitas nasabah karena dari hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kepuasan nasabah berpengaruh positif terhadap loyalitas nasabah.

Khaliq R. (2019) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di

Banjarmasin Kalimantan Selatan”. Dimana dalam penelitian ini pengukuran kualitas pelayanan menggunakan metode CARTER dan metode analisis data pembunukan alternative PLS SEM (*Partial Least Square Structural Equation Modeling*) dan diperoleh hasil penelitian kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Banjarmasin ditentukan oleh kemampuan bank beroperasi berdasarkan prinsip perbankan dan ekonomi Islam(*compliance*), kompetensi karyawan dalam melayani nasabah (*assurance*), memberikan layanan sesuai yang diucapkan (*reliability*), fasilitas fisik, peralatan, personel, dan alat komunikasi (*tangibles*), perhatian yang diterima nasabah (*emphaty*) serta pemberian layanan yang cepat dan tanggap (*responsiveness*). Dimana dari dimensi CARTER ini keseluruhannya berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dimensi yang paling utama dalam menumbuhkan kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Banjarmasin adalah dimensi *compliance*. Dengan kata lain, dijalankannya prinsip syariah adalah alasan utama nasabah dalam memilih bank untuk bertransaksi

Engkur, 2018 dalam jurnalnya dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di DKI Jakarta”. Dengan pengukuran kualitas pelayanan menggunakan model CARTER dan metode pengukuran dengan menggunakan bentuk persamaan kuadrat terkecil OLS (*Ordinary Least Square*) berdasarkan penelitian tersebut diketahui bahwa kualitas pelayanan. *responsiveness, compliance to Islamic law, dan emphaty* memiliki pengaruh yang besar dalam kualitas pelayanan. Sementara variabel *assurance, tangibles, reliability, emphaty, responsiveness dan compliance to Islamic law* berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank syariah. Selain variabel-variabel tersebut, 65,8% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Murdifin I. 2020, berdasarkan penelitian terdahulu dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Cabang Makasar”. Dengan menggunakan model pengukuran *Servqual* dan metode analisis data menggunakan regresi berganda dan

diketahui bahwa dimensi *Servqual* mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin tinggi kualitas pelayanan akan berimplikasi terhadap kepuasan nasabah. Hal ini disebabkan semakin tingginya pengetahuan nasabah tentang pelayanan yang berimplikasi bahwa kualitas yang diberikan oleh nasabah adalah merupakan kewajiban bagi karyawan dalam memberikan kepuasan nasabah. Dimensi *Reliability*, *responsiveness*, *assurances*, *empathy* dan *tangibles* mempunyai kontribusi terhadap kepuasan nasabah dan variabel *responsiveness* dominan dibandingkan dengan variabel yang lainnya. Hal ini sesungguhnya nasabah membutuhkan bukti yang nyata dari informasi dan kualitas pelayanan yang diberikan.

Dari beberapa penjelasan dari beberapa penelitian terdahulu diatas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Tabel 2.1
Kerangka Pemikiran

No.	Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
1.	Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta. (Wijaya H., & dkk. 2017).	Kepuasan nasabah bank syariah dipengaruhi oleh variabel <i>price</i> (harga), <i>serviceportfolio</i> (portofolio jasa yang ditawarkan), <i>reliability</i> (kehandalan), dan <i>tangible</i> (keterwujudan). Artinya, semakin baik variabel tersebut maka semakin baik pula tingkat kepuasan nasabah yang akan	Persamaan dari penelitian ini yaitu terdapat pada metode penelitian kuantitatif, Perbedaan penelitian ini yaitu terdapat pada model pengukuran kualitas pelayanan dengan menggunakan model IBSQ, metode

		membawa kepada loyalitas nasabah.	pengukuran dengan menggunakan metode alternative PLS SEM
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri di Banjarmasin Kalimantan Selatan. (Khaliq R. 2019)	kepuasan nasabah Bank Syariah Mandiri Banjarmasin ditentukan oleh kemampuan bank beroperasi berdasarkan prinsip perbankan dan ekonomi Islam (<i>compliance</i>), kompetensi karyawan dalam melayani nasabah (<i>assurance</i>), memberikan layanan sesuai yang diucapkan (<i>reliability</i>), fasilitas fisik, peralatan, personel, dan alat komunikasi (<i>tangibles</i>), perhatian yang diterima nasabah (<i>emphaty</i>) serta pemberian layanan yang cepat dan tanggap (<i>responsiveness</i>). Dimana dari dimensi CARTER ini keseluruhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah	Persamaan dari penelitian ini terdapat pada metode penelitian dengan menggunakan model CARTER. Perbedaan penelitian ini yaitu pada metode pengukuran dengan menggunakan metode alternative PLS SEM dan objek penelitian
3.	Pengaruh	Berdasarkan hasil	Persamaan

	<p>Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di DKI Jakarta (Engkur, 2018)</p>	<p>pengukuran kualitas pelayanan. <i>responsiveness, compliance to Islamic law,</i> dan <i>emphaty</i> memiliki pengaruh yang besar dalam kualitas pelayanan. Sementara variabel <i>assurance, tangibles, reliability, emphaty, responsiveness dan compliance to Islamic law</i> berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan nasabah bank syariah.</p>	<p>penelitian ini yaitu pada penelitiannya dengan menggunakan metode kuantitatif, dan alat ukur kualitas pelayanan dengan menggunakan metode CARTER. Perbedaan penelitian ini yaitu pada penggunaan metode analisis data, metode pengukuran data menggunakan OLS dan objek penelitian.</p>
4.	<p>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Danamon Cabang Makasar. (Murdifin I. 2020)</p>	<p>Dimensi <i>Servqual</i> mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Semakin tinggi kualitas pelayanan akan berimplikasi terhadap kepuasan nasabah.</p>	<p>Persamaan penelitian ini yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif sementara perbedaan penelitian ini yaitu pada model pengukuran, metode analisis data objek penelitian dan objek penelitian.</p>

B. Kerangka Teori

1. Perbankan Syariah

Perbankan Syariah adalah bank yang beroperasi berdasarkan prinsip dan hukum Syariah sesuai dengan Undang-Undang Perbankan Syariah No. 21 Tahun 2008. Bank syariah menurut jenisnya ini terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Umum Syariah (BPRS). Kedua jenis bank ini berbeda dalam menjalankan usahanya, dimana Bank Umum Syariah (BUS) adalah bank Syariah yang kegiatannya meliputi pembayaran. Di sisi lain, Bank Perbankan Rakyat Syariah (BPRS) adalah bank yang tidak menawarkan jasa transaksi pembayaran sebagai bagian dari usahanya. Menurut Pasal 2 UU No. 21 Tahun 2008, bank syariah harus beroperasi berdasarkan prinsip Syariah, demokrasi ekonomi dan kehati-hatian. Ini berarti bahwa Anda tidak diperbolehkan untuk menggunakan aspek apapun dari Riba, Maysir, Gharar, Haram, atau Dzalim untuk aktivitas komersial apapun. Bank syariah dicirikan dengan kegiatan operasionalnya yang sesuai dengan prinsip Syariah, termasuk prinsip bagi hasil yang menguntungkan baik bagi pelaku usaha maupun nasabah. Bank syariah juga lebih menekankan pada aspek keadilan dan etika investasi dalam transaksinya, menghindari aktivitas spekulatif dan mengedepankan nilai-nilai persatuan dan persaudaraan dalam aktivitasnya.

Bank syariah memiliki peran dan fungsi yang dituangkan dalam pembukaan standar akuntansi yang dikeluarkan oleh AAI OFI dalam menjalankan usahanya. Ini termasuk:

- a. Manajer investasi, bank dapat mengelola dana dari nasabah dalam bentuk investasi.
- b. Investor, bank syariah dapat menginvestasikan dananya baik dari dana milik sendiri maupun dana dari nasabah yang dipercayakan kepada perusahaan, sesuai dengan prinsip syariah.

- c. Penyedia jasa keuangan dan transaksi pembayaran. Dimana bank syariah dapat melakukan kegiatan jasa pelayanan bank sebagaimana umumnya.
- d. Pelayanan jasa social, bank wajib mengelola (menghimpun, mengelola dan menyalurkan) zakat dan dana sosial lainnya.

Bank syariah merupakan entitas keuangan yang memenuhi perannya sebagai perantara bagi investor dan pengusaha. Oleh karena itu, bank syariah memainkan peran penting dalam pembangunan ekonomi. Bank syariah memiliki tujuan *normative* menurut Sumar'in (2012), bank syariah memiliki tujuan sebagai berikut:

- a. Mengarahkan kegiatan ekonomi syariah, terutama yang berhubungan dengan bank, untuk menghindari Riba, Gharar, Maysir dan sejenisnya yang berdampak negatif terhadap perekonomian dan dilarang dalam Islam
- b. Mewujudkan keadilan dalam perekonomian melalui kegiatan investasi, yang bertujuan untuk mencegah kesenjangan yang signifikan antara mereka yang memiliki modal dan mereka yang membutuhkan dana.
- c. Meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan menyediakan banyak peluang bisnis, terutama bagi kelompok yang kekurangan dana yang dapat menggunakan dana untuk usaha yang bermanfaat dan produktif.
- d. Membantu menanggulangi masalah ekonomi dan mengentaskan kemiskinan dengan pembinaan kepada nasabah.
- e. Membantu menjaga kestabilan perekonomian Indonesia.
- f. Untuk menghindari ketergantungan kepada bank konvensional yang masih menerapkan sistem bunga dalam kegiatan operasionalnya.

2. Jasa

Jasa adalah jasa yang tidak berwujud karena jasa tersebut merupakan hasil pemberian manfaat terhadap sesuatu berupa sarana dan/atau prasarana kepada pengguna jasa dengan memberikan keterampilan, kemampuan tertentu dari perusahaan. Sedangkan jasa menurut Kotler dan Keller (2012) merupakan tindakan atau kinerja yang dilakukan satu pihak untuk pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan perpindahan kepemilikan.

Jasa memiliki beberapa karakteristik dimana jasa dapat dibedakan antara suatu produk/barang dan jasa dengan beberapa faktor, model ini disebut IHIB antara lain: tangibility, inseparability fragmentation, variability/heterogeneity, dan perishability (Tjiptono, 2014) dijelaskan sebagai berikut:

a. *Intangibility* (Tidak Terlihat)

Ini berarti bahwa suatu jasa tidak dapat dirasakan, didengar atau dirasakan sebelum dibeli atau dikonsumsi. Ini berarti bahwa konsumen tidak dapat mengevaluasi hasil layanan sebelum menggunakan atau bereksperimen dengannya.

b. *Inseparability* (Tidak Terpisahkan)

Hal ini menunjukkan bahwa jasa dibuat dan dikonsumsi secara bersamaan pada waktu dan lokasi yang sama setelah dijual.

c. *Variability/Heterogeneity* (Beraneka Ragam)

Artinya jasa memiliki cakupan yang luas dan beragam karena pada umumnya jasa merupakan *non-standardized output* yang berarti bahwa mereka dapat mengambil bentuk, kualitas, dan jenis yang berbeda tergantung pada siapa yang menyediakannya, kapan disediakan, dan di mana disediakan.

d. *Perishability* (Tidak Tahan Lama)

Artinya suatu jasa tidak dapat disimpan dan tidak bertahan lama karena suatu jasa bersifat *perishability* atau tidak tahan lama.

3. Kualitas Pelayanan

Allah berfirman dalam Alqur'an Surah Al-Baqarah Ayat 267 yang artinya sebagai berikut *“Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kamu keluarkan dari bumi untuk kamu dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu nafkahkan darinya padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memicingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”* (QS, Al-Baqarah (2): 267). Ayat tersebut menegaskan bahwa Islam sangat memerhatikan sebuah pelayanan yang berkualitas, memberikan yang baik, dan bukan yang buruk. Thorik G dan Utus H (2006: 77) menjelaskan bahwa pelayanan yang berkualitas bukan hanya mengantar atau melayani melainkan juga mengerti, memahami, dan merasakan.

Menurut Kotler dalam Arief (2010:117), kualitas didefinisikan sebagai seperangkat karakteristik dan sifat dari suatu produk atau jasa yang mempengaruhi seberapa baik dapat memenuhi kepuasan pelanggan baik secara eksplisit atau implisit. Jika suatu produk atau layanan dapat memenuhi harapan konsumen akan nilai produk, maka suatu barang atau jasa akan dinilai memiliki kualitas tinggi. Sedangkan pelayanan menurut Perdana & Fahrullah (2020) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai suatu pendekatan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dan memberikan layanan yang cepat dan tepat waktu untuk memenuhi harapan mereka.

Indasari (2019: 64), mengutip dari Lupiyoadi dan Hamdani, menyatakan bahwa ada banyak dimensi atau aspek yang harus diperhatikan dalam mengevaluasi kualitas layanan, antara lain:

- a. Berwujud (*tangibles*) adalah kemampuan suatu bisnis untuk menunjukkan kehadirannya kepada pihak luar. Ini mencakup keahlian dan kesopanan staf, serta alat, infrastruktur, teknologi

modern, dan kapasitas untuk menumbuhkan kepercayaan klien pada penyedia layanan.

- b. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Hal ini meliputi kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan sesuai dengan yang dijanjikan, konsisten serta akurat.
- c. Empati (*emphaty*), merupakan kesediaan perusahaan dalam memahami dan memperhatikan nasabah, serta mengetahui dan berusaha memenuhi keputusan nasabah.
- d. Daya Tanggap (*responsiveness*), merupakan kemampuan untuk membantu nasabah, serta memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan efisien. Ini merupakan kebijakan untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, akurat dengan informasi yang jelas.
- e. Jaminan (*assurance*) yaitu merupakan pengetahuan dan kesopanan yang dimiliki para staf serta kemampuan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam bisnis. Ini terdiri dari sejumlah elemen, termasuk kesopanan, keahlian, keamanan, kredibilitas, dan komunikasi.

Menurut Parasuraman (1998), ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan: harapan (*expected service*) dan persepsi (*perceived service*). Jika jasa yang diterima atau dirasakan pelanggan memenuhi harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan memuaskan; jika melebihi harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sempurna. Namun, jika pengalaman pelanggan dengan layanan kurang dari yang diantisipasi, kualitas layanan dipandang negatif. Oleh karena itu, kinerja perusahaan dan harapan konsumen akan berbeda dan/atau memiliki kesenjangan kualitas.

Untuk mengatasi kesenjangan tersebut maka suatu perusahaan jasa harus meningkatkan kualitas pelayanan, dimana perusahaan jasa harus menghilangkan atau mengurangi faktor yang dapat menyebabkan kegagalan dalam penyampaian jasa. Menurut Kotler (2000: 498-499) mengidentifikasi lima kategori kesenjangan yang dapat menyebabkan kegagalan dalam pemberian layanan, khususnya sebagai berikut:

- a. Kesenjangan antara persepsi manajemen dan harapan pelanggan.
- b. Kesenjangan antara harapan manajemen dan standar layanan.
- c. Kesenjangan antara harapan dan kualitas layanan yang sebenarnya.
- d. Kesenjangan antara penyampaian layanan dan komunikasi eksternal
- e. Kesenjangan antara layanan yang dirasakan dan yang diharapkan

Dimana kategori tersebut dapat menghambat penyampaian jasa dan merusak hubungan antara penyedia jasa dengan nasabah. Dimana dalam hal bisnis jasa, diperlukan konsep strategis, komitmen manajemen terhadap kualitas layanan, standar layanan yang baik, dan sistem pemantauan layanan untuk meminimalkan kesenjangan antara harapan dan persepsi nasabah.

4. Persepsi dan Harapan

a. Persepsi pelanggan.

Persepsi merupakan pelayanan atau kinerja perusahaan jasa yang diterima oleh nasabah. Persepsi terbentuk setelah pelanggan mengalami atau merasakan layanan yang ditawarkan oleh penyedia layanan Menurut Parasuraman & Ziethaml (1985), persepsi pelanggan dijelaskan sebagai konsekuensi (hasil) bagaimana konsumen memandang kualitas layanan karena mereka telah menggunakan produk tersebut, tetapi persepsi juga dapat dikembangkan dari pendapat orang lain.

Persepsi nasabah merupakan cerminan dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, dimana nilai kualitas pelayanan dari suatu perusahaan jasa dilihat dari persepsi pelanggannya, karena pelangganlah yang menikmati dan merasakan atas pelayanan yang diberikan.

b. Harapan pelanggan.

Harapan adalah keinginan dalam suatu produk atau jasa tertentu. Istilah harapan, yang didefinisikan oleh Parasuraman (1990), adalah sesuatu yang mengacu pada keinginan atau motivasi yang kuat dari pihak yang menggunakan layanan, sesuai persepsi mereka tentang apa yang akan disediakan oleh penyedia layanan. Harapan ini dapat diciptakan oleh pengalaman konsumen sebelumnya, rekomendasi atau saran dari orang lain.

Pada dasarnya harapan terdiri dari 3 kategori (Tjiptono, 2011: 295), yaitu:

1) *Will Expectation.*

Merupakan tingkat kinerja yang diperoleh dari prediksi atau perkiraan pelanggan atas pelayanan yang akan diterima berdasarkan informasi yang telah diperoleh dan diketahui sebelumnya. Dimana tingkat harapan ini paling sering dilakukan oleh konsumen dalam menilai kualitas pelayanan.

2) *Should Expectation.*

Merupakan tingkat kinerja yang sudah seharusnya diterima oleh konsumen. Dimana ada keinginan yang lebih kuat dari yang diharapkan untuk apa yang seharusnya terjadi.

3) *Ideal Expectation.*

Merupakan tingkan kinerja yang paling optimal, dimana apa yang diinginkan oleh konsumen sama dengan apa yang diterima oleh konsumennya

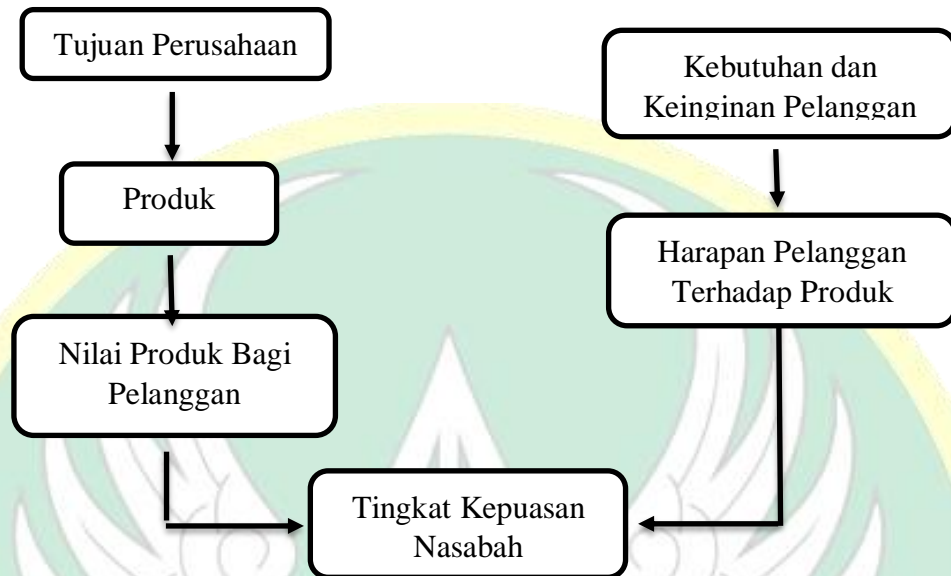
5. Kepuasan Nasabah

Kepuasan terjadi ketika seseorang membandingkan kinerja yang dirasakan dari suatu produk (atau hasil) dengan harapan mereka, kepuasan ini dapat berupa perasaan senang atau tidak puas (Kotler & Keller, 2010: 138-139). Sementara itu, Wilkie (1990) mendefinisikan kepuasan internal (Umar, 2022:20) sebagai respon emosional terhadap evaluasi konsumen terhadap pengalaman suatu barang atau jasa. Jadi pada dasarnya kepuasan pelanggan adalah kesenjangan antara harapan dan kinerja aktual atau hasil yang dirasakan. Dari pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah tergantung kepada persepsi yang dirasakan dan ekepektasi pelanggan terhadap suatu perusahaan jasa, dimana:

- a. Pelanggan dikatakan tidak puas apabila, persepsi \leq ekspektasi.
Artinya pelanggan dikatakan tidak puas apabila kinerja yang dipersepsikan pelanggan lebih kecil dari ekspektasi pelanggan atas produk dan atau kualitas pelayanan suatu perusahaan.
- b. Pelanggan dikatakan puas apabila, persepsi = ekspektasi.
Artinya pelanggan dikatakan puas apabila kinerja yang dipersepsikan pelanggan sama dengan ekspektasi pelanggan atas produk dan atau kualitas pelayanan suatu perusahaan.
- c. Pelanggan dikatakan sangat puas apabila, persepsi \geq ekspektasi.
Artinya pelanggan dikatakan sangat puas apabila persepsi yang diterima melampaui apa yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga dapat dikatakan pelanggan merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan.

Hal ini berdasarkan pada *disconfirmation paradigm* dari Oliver (1997) mengenai kepuasan pelanggan.

Gambar 2.1
Konsep Kepuasan Pelanggan



Berdasarkan Gambar 2.1 diatas, merupakan gambaran konsep kepuasan pelanggan dimana kepuasan pelanggan ditentukan oleh terpenuhi atau tidaknya harapan pelanggan. Harapan ini kemudian menjadi standar yang digunakan untuk mengukur kinerja sebenarnya dari suatu produk atau jasa, dimana jika apa yang diharapkan tercapai dan sesuai dengan keinginan pelanggan, maka kepuasan pelanggan terjadi, dan sebaliknya jika harapan pelanggan tidak terpenuhi maka kepuasan pelanggan tidak akan terjadi. Kemudian pelanggan akan merasa kecewa dan mengembangkan perasaan tidak puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Sedangkan konsep kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller adalah perasaan konsumen berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang muncul ketika membandingkan suatu produk dengan harapan konsumen terhadap produk tersebut. Konsumen akan merasa senang dan puas jika produk memenuhi atau melebihi harapan mereka, tetapi mereka akan

tidak puas jika produk tidak memenuhi harapan mereka setelah dikonsumsi (Kotler & Keller, 2003).

Tujuan dari bisnis itu sendiri adalah untuk membuat konsumen merasa puas dan ketika pelanggan puas, manfaat dan hal-hal positif tercipta untuk bisnis, seperti hubungan yang positif dengan pelanggan. , landasan yang kokoh bagi mereka untuk melakukan pembelian berikutnya. dan akan mendorong Sikap Loyalitas Pelanggan di mana ini akan membentuk dari mulut ke mulut atau rujukan pelanggan yang akan menguntungkan bisnis.

Pengukuran kepuasan pelanggan tentunya sangat penting bagi sebuah perusahaan, karena pengukuran ini dapat memberikan informasi bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Kotler dan Keller (1996) mengembangkan teknik pengukuran kepuasan pelanggan, di mana ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, antara lain:

a. Sistem pengaduan dan saran.

Ini harus dilakukan untuk bisnis yang berfokus pada pelanggan sehingga pelanggan dapat menyampaikan keluhan atau ide. Dengan menggunakan teknik ini, seseorang dapat memberikan pemikiran dan saran atau ide untuk bisnis dan meningkatkan pendekatan pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. *Ghost Shopping*.

Merupakan teknik menggunakan beberapa orang yang digunakan sebagai pesaing dan calon pelanggan/pembeli barang perusahaan dalam strategi ini. Selain itu, dapat dilakukan untuk mengevaluasi bagaimana bisnis dan pesaing mereka menangani pertanyaan konsumen, keluhan dan permintaan layanan.

c. *Lost Customer Analysis*.

Metode ini merupakan pendekatan agar pelanggan yang telah berhenti atau beralih ke pihak lain dapat mengetahui dan

memahami penyebabnya, sehingga dapat diterapkan kebijakan yang tepat untuk perbaikan lebih lanjut.

d. Survei kepuasan pelanggan.

Metode ini merupakan metode yang umum digunakan dalam penelitian kepuasan pelanggan, melalui survey ini perusahaan akan menerima jawaban dan umpan balik langsung dari pelanggan, dari situ perusahaan akan mengetahui Tingkat kepuasan pelanggan sehingga perusahaan dapat menjaga pelanggan dan meningkatkan pelayanannya kurang memuaskan.

6. Model CARTER

Model CARTER merupakan suatu alat untuk mengukur kualitas pelayanan pada lembaga keuangan yang menjalankan prinsip syariah. Model ini pertama kali dikembangkan oleh Othman dan Owen pada tahun 2004. Model CARTER ini merupakan bentuk perkembangan dari penelitian sebelumnya oleh Parasuraman (1988) yaitu pengukuran kualitas pelayanan dengan model *Service Quality* (ServQual) dimana model ini dirasa kurang cocok untuk perusahaan jasa yang menganut prinsip syariah. Dimana pada 5 dimensi model Servqual masih memiliki kekurangan karena implementasinya yang berbeda antara perbankan konvensional dan perbankan syariah, dimana dalam perbankan syariah memiliki karakteristik yang berbeda yaitu kepatuhan terhadap hukum Islam dalam menjalankan kegiatannya.

Sehingga untuk melengkapi kekurangan tersebut Othman dan Owen menambahkan dimensi *Compliance*, dalam penelitiannya Othman dan Owen menyebutkan *compliance, which means the ability to fulfil with Islamic law and operate under the principles of Islamic banking and economy* (kepatuhan, yaitu kapasitas untuk menegakkan hukum Islam dan menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi dan perbankan Islam). Sehingga model ini lebih dikenal dengan model CARTER.

Model CARTER ini dapat diukur dengan 6 dimensi pengukuran (Othman dan Owen: 2002), 6 dimensi tersebut adalah sebagai berikut:

1. *Compliance* (Kepatuhan)

Artinya kemampuan suatu perusahaan jasa untuk memenuhi hukum Islam serta beroperasi dibawah hukum Islam dan ekonomi Islam, hal ini sesuai dengan firman Allah SWT. “ *...Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba...(Q.S. al-Baqarah: 275)*. Bentuk kepatuhan dijabarkan sebagai berikut:

- a. Bank menjalankan kegiatan usahanya sesuai dengan hukum dan prinsip Syariah Islam.
- b. Tidak ada bunga yang dibayarkan atau dibebankan atas simpanan dan pinjaman.
- c. Bank yang menawarkan produk dan layanan syariah.
- d. Pembiayaan tanpa bunga.
- e. Bank menawarkan untuk menjual produk investasi partisipasi yang menguntungkan.

2. *Assurance* (Jaminan)

Merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan karyawan untuk menyampaikan dan/atau menumbuhkan rasa percaya dari pelanggan, hal ini mencakup komunikasi verbal dan atau tertulis antara karyawan dan nasabah. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Surah al-Syu'arā Ayat 181-182. Artinya: “*sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain dan timbanglah dengan timbangan yang benar*” Adapun kriteria pengujian dalam dimensi ini yaitu sebagai berikut sebagai berikut:

- a. Karyawan bersikap ramah dan sopan kepada nasabah.
- b. Bank menyediakan nasebat keuangan untuk nasabah.
- c. Bank memiliki fasilitas kantor yang nyaman untuk nasabah.
- d. Nasabah mudah mendapatkan informasi rekening.

- e. Karyawan yang memiliki pengetahuan luas dan berpengalaman.

3. *Reliability* (Keandalan).

Merupakan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan seperti yang dijanjikan, andal, dan akurat. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam Alqur'an Surah Al-Mā'idah Ayat 1. Artinya: "*Hai orang-orang yang beriman, penuhilah janji-janji....*" Adapun kriteria pengujian dalam dimensi ini yaitu sebagai berikut sebagai berikut:

- a. Bank menyediakan layanan yang cepat dan tepat waktu
- b. Bank menawarkan berbagai produk dan layanan.
- c. Bank mampu menangani masalah nasabah dengan tepat.
- d. Ketepatan bank dalam menepati janjinya.

4. *Tangibles* (Bukti Langsung)

Yaitu merupakan fasilitas yang terdapat dalam suatu perusahaan meliputi, fasilitas kantor, peralatan, perlengkapan dan para pegawai kator. Berikut penjabaran dari dimensi *tangible*:

- a. Fasilitas ruang tunggu yang nyaman dan menarik.
- b. Lokasi bank yang strategis dan akses yang mudah
- c. Terdapat pembatasan loket yang jelas untuk memudahkan nasabah.
- d. Karyawan berpenampilan bersih dan rapi.
- e. Memanfaatkan teknologi dengan baik dalam kegiatan perbankan
- f. Peralatan dan perlengkapan kantor yang modern.
- g. Tersedia tempat parkir yang cukup.

5. *Emphaty* (Empati)

Merupakan bentuk kepedulian, perhatian individual yang diberikan oleh bank kepada nasabahnya. Hal ini sesuai dengan Surah al-Nahl Ayat 90. Artinya: "*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan*

Allah melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran” Adapun kriteria pengujian dalam dimensi ini yaitu sebagai berikut sebagai berikut:

- a. Karyawan mengetahui kebutuhan nasabah
- b. Karyawan memberikan perhatian yang baik kepada nasabah dalam bertransaksi.
- c. Kepekaan karyawan untuk mengetahui minat nasabah.
- d. Perhatian pribadi karyawan kepada nasabah dalam hal pelayanan.

6. *Responsiveness* (Daya Tanggap)

Merupakan kesediaan untuk membantu nasabah dal memberikan pelayanan yang cepat dan tepat. Berikut penjabaran dari dimensi *Responsiveness*:

- a. Karyawan siap tanggap dalam membantu dan melayani nasabah
- b. Bank memberikan pinjaman dengan jangka waktu pembayaran preferensial
- c. Bank memiliki beberapa cabang yang tersedia di berbagai wilayah.
- d. Bank memberikan pelayanan yang cepat dan efisien.

7. **Teori Fuzzy**

Pada tahun 1965, Prof. Lotfi A. Zadeh, mencetuskan gagasan mengenai logika Fuzzy. Secara bahasa fuzzy berarti samar dan dapat mempresentasikan dari pengukuran ketidakpastian, dimana Logika fuzzy adalah logika multinilai yang memungkinkan nilai ditentukan antara dua logika yang terpisah, seperti benar atau salah, panas atau dingin, dan sebagainya (Kusumadewi & Purnomo, 2004).

Kekuatan mendasar dari logika fuzzy ini adalah penggunaan variabel linguistik sebagai pengganti variabel kuantitatif untuk mengekspresikan

konsep yang tidak presisi. Teori fuzzy ini memiliki Unsur-unsur derajat keanggotaan yang berbeda dari himpunan klasik (*crisp*) dan bahkan bertentangan. Karena dalam himpunan klasik (*set crisp*) keanggotaan tidak dapat menjadi lengkap sebelum keanggotaan penuh dalam himpunan set tersebut, sedangkan dalam teori fuzzy keanggotaan tidak mengharuskan keanggotaan lengkap atau anggota harus lengkap.

Dalam bukunya, Kusumadewi & Purnomo menjelaskan ada beberapa alasan mengapa orang menggunakan logika fuzzy (Kusumadewi & Purnomo, 2004) antara lain:

- a. Konsep logika fuzzy mudah dipahami, karena konsep dasar matematis fuzzy sangat sederhana dan mudah dipahami.
- b. Logika fuzzy yang sangat fleksibel.
- c. Logika fuzzy memiliki toleransi terhadap data yang tidak akurat.
- d. Logika fuzzy dapat memodelkan fungsi nonlinier yang sangat kompleks.
- e. Logika fuzzy dapat bekerja dengan teknik kontrol konvensional.

Cara kerja dari teori fuzzy ini melalui beberapa proses, yaitu sebagai berikut:

- a. Menginput nilai continue, Hal ini dilakukan dengan memasukkan jumlah poin yang diberikan oleh setiap responden untuk setiap kriteria yang diajukan dalam kuesioner, proses ini dikenal sebagai proses *fuzzy set*.
- b. Melakukan perhitungan membership, yaitu, dengan memetakan ruang input ke himpunan fuzzy yang didefinisikan dalam semesta pembicara variabel input, proses ini disebut *defuzzifikasi*.
- c. Menghitung nilai Z (inferensi)
- d. Proses defuzzifikasi

Konsep di balik himpunan fuzzy dalam teori fuzzy adalah untuk memperluas cakupan fungsi karakteristik sedemikian sehingga fungsi

tersebut akan menyertakan bilangan real dalam kisaran $[0,1]$. Nilai keanggotaan menunjukkan bahwa item dalam semesta pembicara dapat memiliki nilai selain 0 atau 1, seperti nilai di antaranya. Dengan kata lain, masih ada nilai yang berada di antara benar dan salah, sehingga nilai kebenaran tidak hanya benar atau salah, sebagai contoh:

Muda	umur < 35 tahun
Setengah baya	$25 \leq \text{umur} \leq 55$ tahun
Tua	umur > 55 tahun

Menggunakan pendekatan klasik, menetapkan nilai usia rata-rata akan kurang tepat dan sangat tidak adil. Misalnya dari klasifikasi usia di atas, untuk kelompok usia muda dan menengah, orang yang berusia 35 tahun masih dianggap muda, sedangkan yang berusia 36 tahun dianggap sebagai usia paruh baya, lalu apakah artinya orang yang berumur 35 tahun lebih 1 hari sudah tidak dikatakan muda lagi? Jadi pendekatan *Crisp* ini tidak cocok untuk hal-hal yang bersifat kontinu.

Untuk memahami teori fuzzy ini, ada beberapa hal mendasar yang perlu diketahui tentang sistem fuzzy (Kusumadewi & Purnomo, 2004), yaitu:

a. Variabel fuzzy

Variabel fuzzy adalah variabel yang akan dibahas dalam sistem fuzzy. Misalnya: usia, suhu, kebutuhan.

b. Himpunan fuzzy (*fuzzy set*)

Himpunan fuzzy adalah suatu kumpulan kondisi atau keadaan yang mewakili dalam suatu variabel fuzzy. Dalam *fuzzy set* ini memiliki 2 atribut yaitu: linguistic dan numeris.

c. Semesta pembicara

Merupakan keseluruhan nilai yang dapat digunakan dalam suatu variabel fuzzy. Dalam semesta pembicara ini, merupakan

himpunan yang bersifat real yang senantiasa bertambah secara monoton.

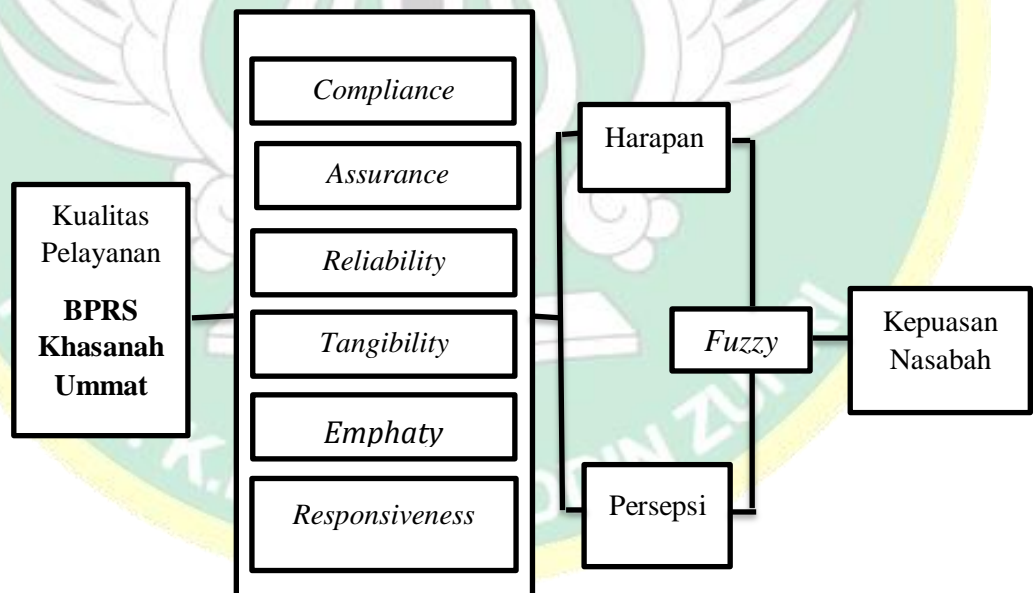
d. Domain

Merupakan nilai yang digunakan dalam himpunan fuzzy dan diizinkan dalam alam semesta pembicara dan boleh dioperasikan dalam suatu himpunan fuzzy.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir adalah bentuk strategi konseptual yang menghubungkan teori dengan teori yang berbeda mengenai faktor-faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah penting untuk ditangani. Kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran



Dari penyusunan kerangka pemikiran diatas, penulis mencoba untuk menguraikan pengaruh daripada variabel bebas yaitu meliputi variabel: *Compliance*, *Assurance*, *Reliability*, *Tangible*, *Emphaty*, dan *Responsiveness* terhadap kepuasan nasabah, dengan melihat apakah

persepsi yang diterima oleh nasabah telah sesuai dengan harapan atas kualitas pelayanan dengan menggunakan metode *fuzzy*.

D. Hipotesis

Berikut ini adalah hipotesis penelitian, yang didasarkan pada tinjauan literatur dan penelitian sebelumnya. Hipotesis ini juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah dalam penelitian (Sugiyono, 2013: 98)

Berdasarkan kajian pustaka dan penelitian sebelumnya, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1:

H_0 : Tidak terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Compliance*

H_a : Terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Compliance*.

Hipotesis 2:

H_0 : Tidak terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Assurance*.

H_a : Terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Assurance*.

Hipotesis 3:

H_0 : Tidak terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Reliability*.

H_a : Terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi

Reliability.

Hipotesis 4:

H₀ : Tidak terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Tangibles*.

H_a : Terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Tangibles*.

Hipotesis 5:

H₀ : Tidak terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Emphaty*.

H_a : Terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Emphaty*.

Hipotesis 6:

H₀ : Tidak terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Responsiveness*.

H_a : Terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Responsiveness*.

Hipotesis 7:

H₀ : Tidak terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah secara keseluruhan.

H_a : Terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah secara keseluruhan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data kuantitatif, yang dijelaskan dalam Metodologi penelitian Bisnis & Ekonomi, metode analisis data kuantitatif sebagai sarana untuk menilai pengetahuan dengan menganalisis data yang dikumpulkan melalui kelompok fokus apa yang ingin diketahui. Penelitian kuantitatif ini merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur atau cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Menurut Bryman, yang mengidentifikasi proses penelitian dengan metode kuantitatif ini dimulai dari teori, hipotesis, mendesain penelitian, memilih subjek, mengumpulkan data, mengolah data, menganalisis data dan kemudian menarik kesimpulan (Sujarweni, 2015: 39). Adapun sifat dari penelitian ini yaitu penelitian Asosiatif (Hubungan), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar variabel.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Adapun lokasi penelitian bertempat di PT. BPRS Khasanah Ummat yang berlokasi di Jl. Sunan Bonang No. 27 Tambaksari, Kecamatan Kembaran, Kabupaten Banyumas.

2. Waktu Penelitian.

Adapun waktu penelitian yang dibutuhkan dalam penelitian ini dimulai pada hari Selasa, 14 Maret 2022 sampai Hari Senin, 20 Juni 2022.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiono (2015) menyatakan bahwa populasi dalam penelitian kuantitatif (dalam hal ini studi korelasional) terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu untuk dipelajari dan selanjutnya ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini ialah nasabah aktif BPRS Khasabah Ummat.

Dimana dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), nasabah aktif merupakan nasabah yang memiliki rekening aktif dimana rekening bank tersebut sering kali bermutasi baik berupa penyetoran dan atau penarikan, nasabah yang tidak melakukan transaksi selama beberapa bulan berturut-turut maka rekening dikatakan pasif (dormant).

2. Sampel

Sampel merupakan salah satu kumpulan data yang lebih kecil yang dipilih oleh peneliti dari populasi yang lebih besar dengan menggunakan metode seleksi yang telah ditetapkan sebelumnya. Dalam penelitian ini sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 5%

Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

N : Ukuran sampel

N : Populasi dalam penelitian

E : Prosentase kelonggaran ketidak terikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang diinginkan

Dengan menggunakan rumus diatas, maka perhitungan sampel yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1.009}{1+(1.009)(0,05)^2} = 286,4 = 286 \text{ nasabah.}$$

D. Variabel dan Indikator Penelitian

1. Variabel dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua variabel, yaitu:
 - a. Variabel independen, yang merupakan variabel bebas yang mempengaruhi variabel dependen serta mempunyai hubungan yang positif dan atau negative. Dalam penelitian ini, variabel independennya adalah model CARTER yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan pada BPRS Khasanah Ummat, yaitu:
 - 1) *Compliance*, merupakan kemampuan bank untuk memenuhi hukum islam serta melakukan kegiatan operasionalnya berdasarkan prinsip-prinsip syariah.
 - 2) *Assurance*, merupakan pengetahuan dan kesopanan yang dimiliki para staf serta kemampuan dalam menumbuhkan rasa percaya nasabah kepada Perusahaan jasa.
 - 3) *Reliability*, merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah dan sesuai dengan yang dijanjikan, konsisten dan akurat.
 - 4) *Tangibles*, merupakan penampilan para karyawan, peralatan, fasilitas, teknologi, selain itu juga kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.
 - 5) *Emphathy*, merupakan kesediaan perusahaan dalam memahami dan memperhatikan nasabah, serta mengetahui dan berusaha memenuhi keputusan nasabah.
 - 6) *Responsiveness*, merupakan kemampuan untuk membantu nasabah, serta memberikan pelayanan yang cepat, tepat dan efisien.
 - b. Variabel dependen, merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen (Indra dan Cahyaningrum, 2019:3). Pada penelitian ini variabel dependennya adalah kepuasan nasabah.

2. Indikator Penelitian.

Indikator dalam penelitian ini merupakan indicator variabel dari kategori data yang akan dipecahkan yang telah dikumpulkan oleh peneliti. Berikut indicator variabel CARTER (Othman & Owen, 2002) dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Indikator Penelitian

Variabel (Dimensi)	Indikator
<i>Compliance</i> (Kepatuhan)	<ol style="list-style-type: none">1) Akad/kesepakatan sudah sesuai dengan prinsip hukum Islam2) Tidak ada bunga dalam kegiatan operasional bank baik dari tabungan maupun pinjaman.3) Bank menyediakan produk-produk dan layanan sesuai dengan syariah.4) Pembiayaan bebas bunga.5) Bank menyediakan dan memberikan bagi hasil untuk produk investasi.
<i>Assurance</i> (Jaminan)	<ol style="list-style-type: none">1) Staff bersikap baik, ramah dan sopan kepada nasabah.2) Karyawan mempunyai pengetahuan serta berpengalaman.3) Kemudahan bagi para nasabah dalam memperoleh akses informasi akun.4) Bank menyediakan saran-saran/nasehat keuangan bagi para nasabah.5) Bank memiliki fasilitas kantor yang memadai.
<i>Reliability</i> (Keandalan)	<ol style="list-style-type: none">1) Bank memberikan kenyamanan dalam pelayanan yang cepat dan tepat waktu.2) Bank menyediakan beragam produk serta

	<p>layanan yang ditawarkan.</p> <p>3) Bank mampu menyelesaikan masalah nasabah dengan tepat.</p> <p>4) Ketepatan bank dalam menepati janji.</p>
<p><i>Tangible</i> (Bukti Fisik)</p>	<p>1) Fasilitas ruang tunggu yang nyaman dan menarik.</p> <p>2) Lokasi bank yang mudah dijangkau oleh para nasabah.</p> <p>3) Terdapat pembatasan loket yang jelas untuk memudahkan nasabah.</p> <p>4) Karyawan berpenampilan bersih dan rapi.</p> <p>5) Bank menggunakan teknologi secara baik dalam operasional bank</p> <p>6) Bank memiliki peralatan dan perlengkapan kantor yang modern.</p> <p>7) Bank memiliki area parkir yang memadai</p>
<p><i>Empathy</i> (Empati)</p>	<p>1) Keryawan mengetahui kebutuhan nasabah.</p> <p>2) Karyawan memberikan perhatian kepada nasabah saat melakukan transaksi.</p> <p>3) Kepekaan karyawan untuk mengetahui minat nasabah.</p> <p>4) Perhatian pribadi karyawan kepada nasabah dalam hal pelayanan.</p>
<p><i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)</p>	<p>1) Karyawan siap tanggap dalam membantu dan melayani nasabah</p> <p>2) Bank menyediakan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan</p> <p>3) Bank memiliki beberapa cabang yang tersedia di berbagai wilayah.</p> <p>4) Bank memberikan pelayanan yang efisien.</p>

E. Pengumpulan Data

Untuk pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan kegiatan tanya jawab secara sistematis dengan narasumber, dalam kegiatan wawancara ini melibatkan dua orang atau lebih dimana masing-masing memiliki kedudukan yang berbeda, dimana salah satu berkedudukan sebagai peminta informasi dan pihak lainnya sebagai pemberi informasi (narasumber). Dalam penelitian ini menggunakan teknik wawancara tidak terstruktur, dan dalam memperoleh data secara lengkap peneliti melakukan wawancara secara langsung dengan kepala divisi operasional BPRS Khasanah Ummat.

2. Kuesioner (Angket).

Kuesioner merupakan instrument penelitian yang terdiri atas serangkaian pertanyaan tertulis yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ Pernyataan tertutup atau terbuka. Dengan kuesioner ini pengumpulan data menjadi efisien. Kuesioner ini cocok digunakan untuk penelitian dengan jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas, selain itu dapat diberikan kepada responden secara langsung, atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2015:142).

Dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang berisi pertanyaan tertutup mengenai kualitas pelayanan yang diberikan di BPRS Khasanah Ummat melalui dimensi CARTER, dimana kuisisioner berisi tentang persepsi yang diterima nasabah dengan ekspektasi nasabah atas pelayanan yang diberikan dimana dalam kuisisioner ini telah ditentukan skor dalam penilaian kualitas pelayanan. Kuisisioner ini diberikan kepada nasabah secara langsung dan responden diminta untuk mengisi dengan yang paling sesuai dengan yang dialami oleh responden.

3. Dokumentasi.

Menurut Arikunto (2006:231) pengumpulan data melalui dokumentasi dapat dilakukan dengan mencari data yang sesuai dengan variabel pada buku, catatan, transkrip, majalah, agenda, dsb. Metode ini merupakan metode pengumpulan data dari sumber-sumber terpercaya. Adapun sumber-sumber dokumentasi dalam penelitian, dilakukan dengan melihat arsip-arsip dokumen, formulir, serta informasi pendukung lainnya PT. BPRS Khasanah Ummat. Selain hal tersebut, juga dengan melihat acuan pada buku, jurnal dan dari data pemerintahan mengenai kualitas pelayanan dan pengukuran kualitas pelayanan.

F. Uji Analisis Data

1. Uji Instrumen Data.

a. Uji Validitas.

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2006:49). Tujuan dari uji validasi ini adalah untuk mengetahui akurasi dari kuesioner yang disebarkan.

$$r = \frac{n(\sum_{i=1}^n X_i Y_i) - (\sum_{i=0}^n X_i \sum_{i=0}^n Y_i)}{\sqrt{[n \sum_{i=0}^n X_i^2 - (\sum_{i=0}^n X_i)^2] [n \sum_{i=0}^n Y_i^2 - (\sum_{i=0}^n Y_i)^2]}}$$

Dengan:

r : koefisien korelasi

X : skor setiap pertanyaan

Y : skor total

N : jumlah responden

b. Reliabilitas.

Setelah kuesioner dinyatakan sah/valid, selanjutnya dilakukan uji reliabilitas, uji reliabilitas digunakan untuk mengukur sejauh mana hasil pengukuran relative Reliabilitas mengukur variabel dalam suatu

kuesioner dapat dipercaya. Instrument dapat dikatakan reliable jika menggunakan data yang dipercaya (Arikunto, 2010). Reliabilitas menunjukkan konsistensi kuesioner terhadap jawaban responden selama beberapa kali pengujian pada kondisi yang berbeda dengan menggunakan kuesioner yang sama.

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \alpha_b^2}{\alpha_t^2} \right)$$

Dengan:

r_{11} : reliabilitas kuisioner

k : banyaknya butir pertanyaan

$\sum \alpha_b^2$: jumlah variasi

α_t^2 : variasi total

Instrument untuk mengukur masing-masing variabel dikatakan *reliable* jika memenuhi batasan reliabilitas yang sudah ditentukan (Ghozali, 2016), yaitu:

- a. Jika $r_\alpha > 0,7$ maka pernyataan reliable.
- b. Jika $r_\alpha < 0,7$ maka pernyataan tidak reliable.

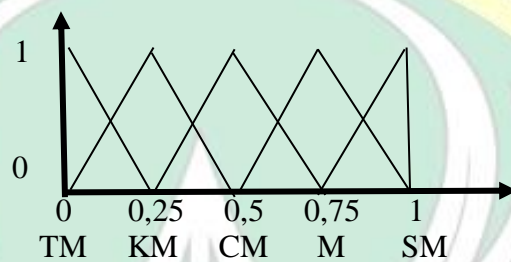
2. Uji Fuzzy-CARTER

a. Fuzzy set

Setelah data diperoleh melalui kuesioner dan dokumentasi kemudian data tersebut telah diolah kualitas datanya, maka selanjutnya akan dilakukan proses pengintegrasian *Fuzzy* dengan proses penentuan *Fuzzy set*. *Fuzzy set* dilakukan untuk menentukan skor yang harus diberikan oleh setiap responden untuk setiap kriteria yang di ajukan dalam kuesioner. Pada tahap ini digunakan untuk menentukan skor yang harus diberikan oleh responden pada setiap kriteria pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Dimana skor

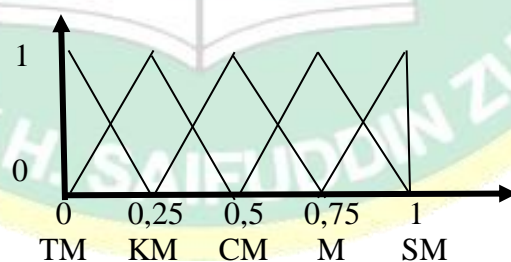
yang diberikan pada kuesioner berupa variabel linguistic ang ada pada kuesioner. Adapun skor yang telah ditentukan dalam kuesioner yaitu dengan variable linguistic (1,2,3,4,5) sesuai dengan banyaknya skala yang digunakan. Adapun penentuan *Fuzzy Set* untuk mempresikan persepsi dan ekspektasi menggunakan kurva segitiga untuk himpunan *fuzzy* sebagai berikut:

Gambar 3.2: fungsi keanggotaan variable linguistic persepsi



Semesta Pembicara	Himpunan Fuzzy	Domain	Range
0-1	Tidak Memuaskan	[0-0,25]	(0; 0; 0,25)
0-1	Kurang Memuaskan	[0-0,5]	(0; 0,25; 0,5)
0-1	Cukup Memuaskan	[0-0,75]	(0,25; 0,5; 0,75)
0-1	Memuaskan	[0,5-0,75]	(0,5; 0,75; 1)
0-1	Sangat Memuaskan	[0,75-1]	(0,75; 1; 1)

Gambar 3.3: fungsi keanggotaan variable linguistic ekspektasi



Semesta Pembicara	Himpunan Fuzzy	Domain	Range
0-1	Tidak Memuaskan	[0-0,25]	(0; 0; 0,25)
0-1	Kurang Memuaskan	[0-0,5]	(0; 0,25; 0,5)
0-1	Cukup Memuaskan	[0-0,75]	(0,25; 0,5; 0,75)

0-1	Memuaskan	[0,5-0,75]	(0,5; 0,75; 1)
0-1	Sangat Memuaskan	[0,75-1]	(0,75; 1; 1)

b. Fuzzyfikasi dan Defuzzifikasi

Tahapan Fuzzyfikasi adalah proses mengubah nilai variabel numeric ke variabel linguistik, dengan kata lain merupakan pemetaan dari ruang input ke himpunan fuzzy yang didefinisikan pada semesta pembicara variabel input (Rahmawati, 2011). Pada penelitian ini, proses Fuzzyfikasi dari data kuesioner antara harapan dan persepsi nasabah dilakukan dengan menggunakan rumus *Triangular Fuzzy Number* (TFN) yang akan memperoleh nilai batas atas (α_i) batas tengah (b_i) dan batas bawah (c_i). Adapun rumus TFN sebagai berikut:

Batas atas (b_i)

$$b_i = \frac{(b_2 n_1) + (b_3 n_2) + \dots + (b_k n_k)}{n_2 + n_3 + \dots + n_k}$$

Batas tengah (α_i)

$$a_i = \frac{(b_1 n_1) + (b_2 n_2) + \dots + (b_k n_k)}{n_1 + n_2 + \dots + n_k}$$

Batas bawah (c_i)

$$c_i = \frac{(b_1 n_1) + (b_1 n_2) + \dots + (b_k n_k)}{n_1 + n_1 + \dots + n_k}$$

Keterangan:

n = Banyaknya skor masing-masing variabel linguistik

i = Kriteria (1,2,3,4,5,...)

Selanjutnya, pada tahapan defuzzifikasi ini merupakan sebuah pemetaan dari himpunan fuzzy ke himpunan tegas dimana himpunan fuzzy ini merupakan hasil output yang diperoleh dari hasil inferensi (Wang, 1997:108).

Pada proses defuzzifikasi ini menggunakan *Arithmetic Mean* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Crips Fuzzy} = \frac{a_i + b_i + c_i}{3}$$

Keterangan:

I : Atribut (1,2,3,...,m)

3. Penentuan Skor *Gap*

Kepuasan nasabah bergantung kepada persepsi yang dirasakan oleh penerima layanan dimana kepuasan nasabah dapat terwujud jika persepsi yang diterima oleh nasabah atas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan sama dengan harapan nasabah. Namun jika persepsi yang diterima oleh nasabah lebih rendah dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan buruk dan akan menimbulkan rasa kecewa dari nasabah itu sendiri. Dimana hal tersebut akan membentuk kesenjangan antara persepsi yang diterima dengan harapan nasabah, kesenjangan ini merupakan selisih antara persepsi dengan harapan yang dirumuskan sebagai berikut:

$$\text{Gap} = \text{Persepsi} - \text{Harapan}$$

Dimana:

- a. Jika Gap positif, maka layanan dikatakan sempurna.
- b. Jika Gap nol, maka layanan dikatakan memuaskan.
- c. Jika Gap negative, maka layanan dipersepsikan buruk.

BAB IV

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum

1. Sejarah Singkat Perusahaan.

Pasca penetapan UU No. 21 Tahun 2008 tentang Perbankan Syariah, pertumbuhan lembaga keuangan syariah terus bertumbuh pesat, didukung dengan mayoritas penduduk Indonesia yang beragama Islam menjadi salah satu faktor pendukung perkembangan perbankan syariah di Indonesia. Perbankan syariah terdiri dari Bank Umum Syariah (BUS) dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).

BPRS Khasanah Ummat merupakan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah yang menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai hukum dan prinsip Islam, BPRS Khasanah Ummat bertempat di Jl. Sunan Bonang No. 27, Tambaksari, Kembaran Banyumas. BPRS Khasanah Ummat didirikan berdasarkan Akta Pendirian No. 56 tanggal 24 Februari 2005, dibuat oleh Notaris Nuning Indraeni, SH dan disetujui oleh Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia No. C -09130 HT01.01.TH 2005 tanggal 15 April 2005 dan Izin Usaha berdasarkan Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 7/41/KEP.GBI/2005 tanggal 13 Juli 2005.

BPRS Khasanah Ummat mulai beroperasi pada tahun 2005 sampai saat ini, BPRS Khasanah Ummat memiliki aktifitas utama dimana telah ditetapkan dalam Undang-Undang No. 21 Tahun 2008. Sebagai salah satu lembaga keuangan yang beroperasi berdasarkan prinsip syariah, BPRS Khasanah Ummat hadir dan memiliki tujuan untuk membantu, membina serta meningkatkan semangat ukhwah Islamiyah dalam usahanya melalui pemberdayaan ekonomi Islam serta mengelola dana umat yang terbebas dari riba dan sesuai dengan syariat Islam. PT BPRS Khasanah Ummat memiliki slogan “Lebih Amanah Dalam

Bermuamalah”, dimana dalam kegiatan operasionalnya BPRS Khasanah Ummat menerapkan nilai-nilai *ahlaqul karimah* diantaranya: Jujur, Cakap dan Inovatif.

2. Visi dan Misi BPRS Khasanah Ummat

Adapun Visi dan misi PT BPRS Khasanah Ummat, Kantor pusat Tambaksari, Kembaran, Banyumas sebagai berikut:

Visi:

Menjadi BPRS yang sehat, amanah dan *profitable*.

Misi:

- a. Berupaya memenuhi dan memberikan layanan yang terbaik kepada para nasabah dan berupaya memberikan solusi yang bernilai tambah.
- b. Berkomitmen mengembangkan Sumber Daya Insani yang professional, berprinsip dan berdedikasi untuk memberikan layanan yang terbaik serta memenuhi kebutuhan nasabah.
- c. Berkomitmen menjalankan operasional perbankan yang efisien, aman dan selalu menerapkan prinsip kehati-hatian.
- d. Berkomitmen melakukan pengelolaan resiko dan keuangan secara prudent dan senantiasa menerapkan prinsip *Good Corporate Governance* (GCG).

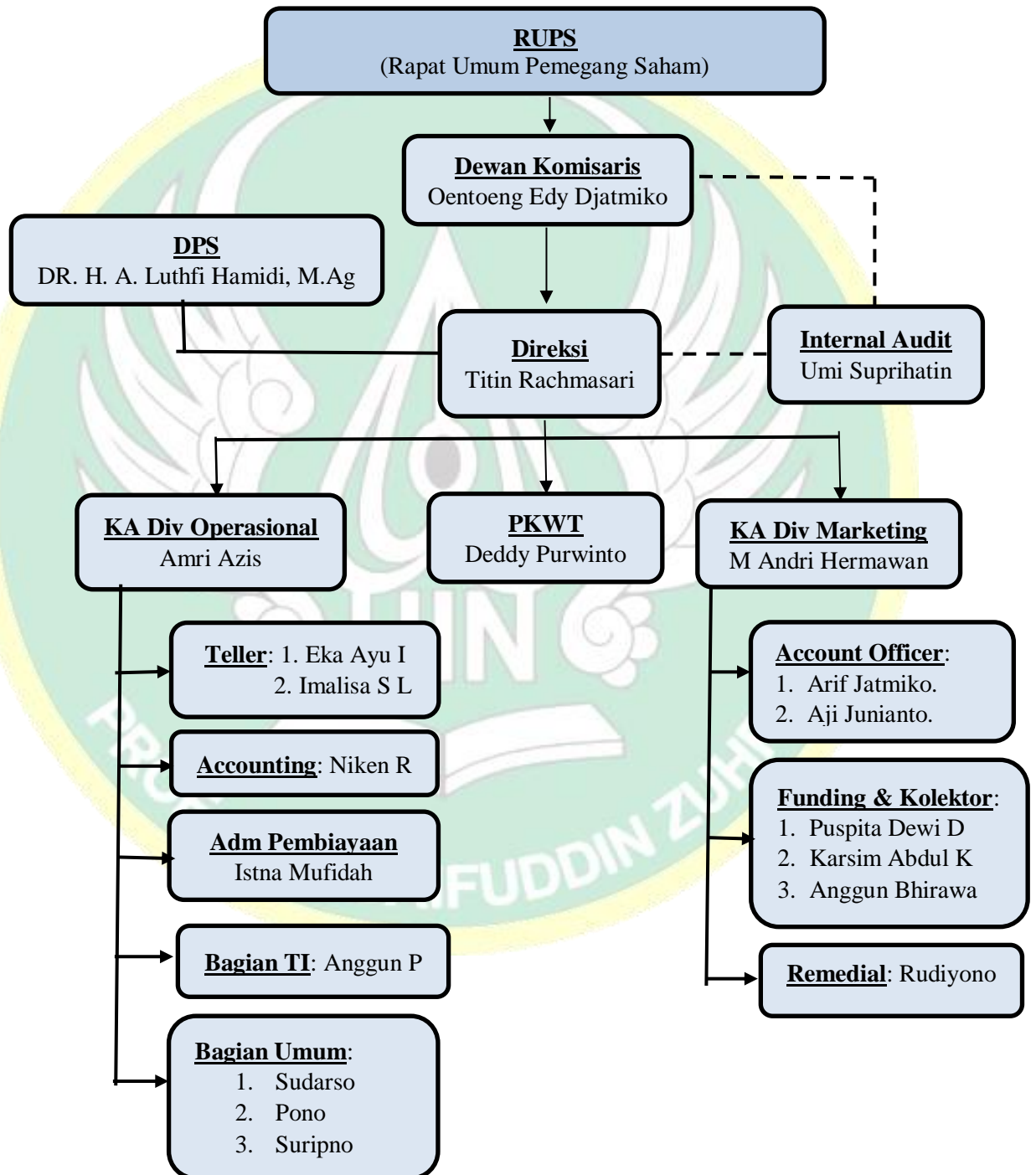
3. Dewan Pengurus

Adapun dewan pengurus PT BPTS Khasanah Ummat, sebagai berikut:

- a. Dewan Komisaris : H. Oentoeng Edy Djatmiko, MP
- b. Dewan Pengawas Syariah : DR. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag
- c. Direksi : Titin Rachmasari, SE.

4. Struktur Organisasi

Gambar 4.1
Struktur Organisasi
PT BPRS Khasanah Ummat



B. Deskripsi Responden

Deskripsi responden merupakan gambaran singkat mengenai identitas dari responden, dalam hal ini data yang dimaksud adalah jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, lama menjadi nasabah serta terakhir melakukan transaksi. Dimana populasi dalam penelitian ini merupakan nasabah aktif BPRS Khasanah Ummat Tambaksari, dengan sampel sebanyak 286 nasabah.

Adapun berdasarkan kuisioner diperoleh data identitas responden sebagai berikut:

Tabel 4.1
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	97	34%
Perempuan	189	66%
Jumlah	286	100%

(Sumber: data diolah dengan Ms Excel 2013)

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat diketahui data responden berdasarkan jenis kelamin, dimana dari jumlah total 386 responden, 34% diantaranya berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah responden sebanyak 97 nasabah. Sementara responden perempuan dengan presentase 66% dengan jumlah responden sebanyak 189 nasabah.

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Usia

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
< 17 Tahun	0	0%
18 – 30 Tahun	6	2%
30 – 50 Tahun	168	59%
> 50 tahun	112	39%
Jumlah	286	100%

(Sumber: data diolah dengan Ms Excel 2013)

Tabel 4.2 diatas, menunjukkan data responden berdasarkan usia. Dari table tersebut diketahui bahwa dari total 286 responden, 2% diantaranya berumur 18-19 tahun, dengan jumlah responden sebanyak 6 nasabah, selanjutnya 59% diantaranya berumur 30-50 tahun dengan

jumlah responden sebanyak 168 nasabah dan 39% diantaranya berumur lebih dari 50 tahun dengan jumlah responden sebanyak 112 nasabah

Tabel 4.3

Data Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
SLTP Sederajat	192	67%
SLTA Sederajat	91	32%
Vokasi	0	0%
S1	3	1%
S2	0	0%
Lainnya	0	0%
Jumlah	286	100%

(Sumber: data diolah dengan Ms Excel 2013)

Pada tabel 4.3 menunjukkan data responden berdasarkan tingkat pendidikan, dimana dari hasil yang diperoleh dari data tersebut didominasi oleh responden dengan tingkat pendidikan SLTP sederajat yaitu 192 dari 286 responden, dengan presentase sebesar 67%, dengan 32% diantaranya memiliki tingkat pendidikan SLTA sederajat dengan jumlah responden 91 nasabah dan 2% diantaranya memiliki tingkat pendidikan S1 dengan jumlah responden 2 nasabah.

Tabel 4.4

Data Responden Berdasarkan Pekerjaan

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Wiraswasta	196	69%
Ibu Rumah Tangga	4	1%
Pegawai Swasta	0	0%
PNS	0	0%
Lainnya	86	30%
Jumlah	286	100%

(Sumber: data diolah dengan Ms Excel 2013)

Tabel 4.4 diatas, menunjukkan data responden berdasarkan pekerjaan dimana pekerjaan yang paling mendominasi adalah wiraswasta yaitu sebanyak 196 dari 286 responden dengan jumlah presentase sebesar 69%, dan 4 responden atau setara dengan 1% responden bekerja sebagai

ibu rumah tangga, sementara 30% atau setara dengan 86 responden memiliki pekerjaan selain yang tertera pada kuisioner

Tabel 4.5

Data Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
< 1 Tahun	17	6%
1 – 3 Tahun	36	13%
> 3 Tahun	233	81%
Jumlah	286	100%

(Sumber: data diolah dengan Ms Excel 2013)

Pada tabel 4.5 menunjukkan data responden berdasarkan lama menjadi nasabah di BPRS Khasanah Ummat, dimana 17% diantaranya atau setara dengan 17 responden telah menjadi nasabah kurang dari 1 tahun, 13% diantaranya dengan jumlah 36 responden telah menjadi nasabah 1-3 tahun dan 81% dari total responden, dengan jumlah 233 responden telah menjadi nasabah selama lebih dari 3 tahun.

Tabel 4.6

Data Responden Berdasarkan Terakhir Melakukan Transaksi

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
< 1 Bulan	264	92%
1 – 3 Bulan	19	7%
> 3 Bulan	3	1%
Jumlah	286	100%

(Sumber: data diolah dengan Ms Excel 2013)

Berdasarkan tabel 4.6 diatas, menunjukkan data responden berdasarkan terakhir kali melakukan transaksi di BPRS Khasanah Ummat, dari tabel diketahui jumlah responden didominasi pada kolom kurang dari satu bulan dengan jumlah responden sebanyak 264 nasabah setara dengan 92% dari total responden. Sementara 7% diantaranya melakukan transaksi terakhir selama 1-3 bulan yang lalu dan 3 diantara total responden terakhir kali melakukan transaksi di BPRS Khasanah Ummat lebih dari 3 bulan yang lalu.

C. Uji Analisis Data

1. Uji Validitas

Setelah kuesioner disebarikan dan diperoleh hasil dari kuesioner tersebut maka langkah selanjutnya adalah peneliti melakukan pengecekan keabsahan kuisioner menggunakan uji validitas pada kuesionernya, dimana uji validitas ini dugunakan untuk menguji valid atau tidaknya suatu kuesioner.

Dalam penelitian ini uji validitas data dilakukan dengan menggunakan program SPSS, dimana dalam penelitian ini terdapat kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka item pertanyaan dikatakan valid
- b. Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, maka item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Dalam penelitian ini r_{tabel} sebesar 0,138 yang diperoleh dari *degree of freedom* (df) = $n - 2$ yakni $286 - 2 = 284$ dengan $\alpha = 5\%$, dimana n merupakan jumlah sampel sebesar 286 responden.

Uji valididtas yang dilakukan akan menguji instrument persepsi dan ekspekstasi atas kriteria dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini, berikut hasil uji validitas dari dimensi CARTER dengan jumlah responden 286 nasabah.

Tabel 4.7

Hasil Uji Validitas Data Tingkat Kepuasan dan Ekspektasi

Pertanyaan	r_{hitung}		r_{tabel}	Ket.
	Persepsi	Ekspektasi		
Bank menjalankan kegiatan operasionalnya sesuai dengan prinsip dan hokum syariah Islam.	0,572	0,451	0,138	Valid
Tidak ada bunga yang dibayar				

atau diambil dari tabungan dan pinjaman.	0,483	0,501	0,138	Valid
Bank menyediakan produk dan jasa layanan yang syariah.	0,652	0,496	0,138	Valid
Bank memberikan pinjaman bebas bunga kepada nasabah.	0,422	0,489	0,138	Valid
Bank menyediakan produk investasi bagi hasil.	0,541	0,407	0,138	Valid
Karyawan bersikap sopan dan ramah.	0,742	0,598	0,138	Valid
Karyawan memiliki pengetahuan yang luas serta berpengalaman.	0,485	0,464	0,138	Valid
Nasabah mudah memperoleh informasi terkait rekening nasabah.	0,550	0,394	0,138	Valid
Bank menyediakan saran/nasehat keuangan bagi nasabah.	0,383	0,449	0,138	Valid
Bank memiliki fasilitas kantor yang memadai.	0,384	0,302	0,138	Valid
Bank memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu.	0,760	0,709	0,138	Valid
Bank menyediakan produk serta layanan yang luas.	0,555	0,515	0,138	Valid
Bank mampu menyelesaikan masalah dengan tepat.	0,460	0,441	0,138	Valid
Ketepatan bank dalam menepati janji.	0,450	0,338	0,138	Valid
Bank memiliki fasilitas ruang				

tunggu yang nyaman dan menarik.	0,559	0,407	0,138	Valid
Lokasi bank yang strategis.	0,454	0,390	0,138	Valid
Lokasi bank yang mudah dijangkau oleh nasabah.	0,576	0,285	0,138	Valid
Terdapat pembatasan loket yang jelas untuk mempermudah nasabah.	0,539	0,322	0,138	Valid
Karyawan berpenampilan bersih dan rapi.	0,753	0,691	0,138	Valid
Bank menggunakan teknologi yang baik dalam operasionalnya.	0,461	0,372	0,138	Valid
Bank memiliki peralatan dan perlengkapan yang modern.	0,457	0,377	0,138	Valid
Bank memiliki area parkir yang luar dan memadai	0,458	0,352	0,138	Valid
.Karyawan mengetahui dan memahami apa yang diminati oleh nasabah.	0,518	0,465	0,138	Valid
Karyawan memberikan perhatian yang baik kepada	0,502	0,572	0,138	Valid
Karyawan mengetahui kebutuhan nasabahnya.	0,387	0,347	0,138	Valid
Karyawan memberikan perhatian (pribadi) kepada nasabah dalam hal pelayanan.	0,370	0,383	0,138	Valid
Karyawan siap dan tanggap dalam melayani dan membantu nasabah	0,769	0,722	0,138	Valid

Bank memberikan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan.	0,470	0,350	0,138	Valid
Bank memiliki beberapa cabang yang tersedia di berbagai wilayah.	0,434	0,321	0,138	Valid
Bank memberikan pelayanan yang efisien.	0,772	0,722	0,138	Valid

(Sumber: data diolah dengan SPSS 22.0)

Dari hasil uji validitas pada Tabel 4.7 di atas dapat diketahui bahwa setiap dimensi CARTER memiliki kriteria validasi untuk semua item pertanyaan, dimana berdasarkan kriteria tersebut jumlah r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Dengan demikian, semua butir soal dapat digunakan dan diandalkan dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan langkah selanjutnya setelah uji validitas, dan digunakan untuk mengetahui keandalan setiap butir pertanyaan dalam angket yang disebarluaskan. Ketika respons seseorang terhadap pertanyaan pada kuesioner konsisten selama beberapa tes yang dilakukan dalam berbagai keadaan dengan menggunakan kuesioner yang sama, kuesioner tersebut dianggap dapat dipercaya (reliable). Pengujian dilakukan dengan menghitung nilai (α) *Cronbach alpha* terhadap jawaban dari persepsi dan ekspektasi nasabah, pengujian ini dilakukan menggunakan SPSS 22.0 dengan kriteria pengujian sebagai berikut:

- a. Jika $r_\alpha > 0,7$ maka pernyataan reliable.
- b. Jika $r_\alpha < 0,7$ maka pernyataan tidak reliable.

Berikut hasil uji reliabilitas dimensi CARTER dengan sampel 286 responden.

Tabel 4.8
Hasil Uji Reliabilitas Persepsi dan Ekspektasi

Hasil <i>Cronbach Alpha</i> (α)		<i>N of items</i>	Keterangan
Persepsi	Ekspektasi		
0,905	0,867	30	Reliable

(Sumber: data diolah dengan SPSS 22.0)

Dari tabel 4.8 diatas, diketahui bahwa nilai *Cronbach Alpha* (α) persepsi sebesar 0,905 dan pada ekspektasi sebesar 0,865. Hasil hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa instrument pertanyaan dari kuesioner dapat dinyatakan reliable karena nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,7 dan mampu mendapatkan data yang konsisten.

D. Hasil Uji Fuzzy-CARTER

1. Uji Fuzzy Set

Setelah mengetahui *fuzzy set* pada bab iii, kemudian data yang diperoleh dari kuesioner yang telah dihimpun dari skala likert akan dimasukkan ke dalam *fuzzy set*, dimana memiliki semesta pembicara 0-100, dan memiliki skala domain dan range sebagai berikut:

- a. Pada skala 1 untuk himpunan *fuzzy* TM (Tidak Memuaskan) dan atau TP (Tidak Penting) dengan domain 0-0,25 dan memiliki range antara (0; 0; 0,25).
- b. Pada skala 2 untuk himpunan *fuzzy* KM (Kurang Memuaskan) dan atau KP (Kurang Penting) dengan domain 0-0,5 dan memiliki range antara (0; 0,25; 0,5),
- c. Pada skala 3 untuk himpunan *fuzzy* CM (Cukup Memuaskan) dan atau CP (Cukup Penting) dengan domain 0-0,75 dan memiliki range antara (0,25; 0,5; 0,75).
- d. Pada skala 4 untuk himpunan *fuzzy* M (Memuaskan) dan atau P (Penting), dengan domain 0,5-0,75 dan memiliki range antara (0,5; 0,75; 1)

- e. Pada skala 5 untuk himpunan *fuzzy* SM (Sangat Memuaskan) dan SP (Sangat Penting) dengan domain 0,75-1 dan memiliki range antara (0,75; 1; 1)

2. Perhitungan Nilai Fuzzifikasi dan Defuzzifikasi

Setelah penentuan skor pada tahap fuzzy set, maka tahapan selanjutnya adalah proses Fuzzifikasi, dimana pada tahap ini data yang diperoleh dari kuesioner akan diolah. Dalam tahapan fuzzifikasi ini menggunakan rumus TFN (*Triangular Fuzzy Number*) yang merupakan range nilai dari jawaban responden, dalam tahap ini akan diperoleh nilai batas bawah (c_i), batas tengah (b_i) dan batas atas (a_i). Setiap instrument diberikan range yang dihitung menggunakan rumus TFN.

Pada proses fuzzifikasi dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan software Ms. Excel 2013 untuk tiap kriteria. Untuk dapat menghitung nilai *fuzzy* maka dibutuhkan rata-rata perolehan skor dari kuesioner yang telah disebarkan, dimana didapatkan data sebagai berikut:

Tabel 4.9
Rekapitulasi Skor Persepsi Nasabah

Items	SM	KM	CM	M	SM	Total
P1	0	0	6	266	11	286
P2	0	0	38	243	3	286
P3	0	0	6	239	38	286
P4	0	0	70	212	2	286
P5	0	0	12	266	5	286
P6	0	0	1	196	86	286
P7	0	0	3	276	4	286
P8	0	0	2	191	90	286
P9	0	0	88	193	3	286
P10	0	0	31	247	5	286

P11	0	0	1	193	89	286
P12	0	0	33	224	26	286
P13	0	0	31	250	2	286
P14	0	0	17	262	4	286
P15	0	0	8	268	7	286
P16	0	0	12	267	4	286
P17	0	0	3	278	2	286
P18	0	0	2	277	4	286
P19	0	0	1	193	89	286
P20	0	0	1	263	19	286
P21	0	0	1	258	24	286
P22	0	0	5	275	3	286
P23	0	0	19	262	2	286
P24	0	0	2	274	7	286
P25	0	0	56	225	2	286
P26	0	0	15	266	2	286
P27	0	0	2	192	89	286
P28	0	0	18	263	2	286
P29	0	0	33	249	2	286
P30	0	0	2	192	89	286

(Sumber: data diolah menggunakan Ms. Excel 2013)

Tabel 4.10
Rekapitulasi Skor Ekspektasi Nasabah

Items	TP	KP	CP	P	SP	Total
P1	0	0	9	263	11	286
P2	0	0	46	236	2	286
P3	0	0	0	266	17	286
P4	0	0	72	210	2	286
P5	0	0	12	269	2	286

P6	0	0	0	224	59	286
P7	0	0	10	270	4	286
P8	0	0	19	263	2	286
P9	0	0	80	202	2	286
P10	0	0	36	242	5	286
P11	0	0	0	199	84	286
P12	0	0	30	235	18	286
P13	0	0	38	243	2	286
P14	0	0	20	259	4	286
P15	0	0	9	267	7	286
P16	0	0	18	261	4	286
P17	0	0	11	270	2	286
P18	0	0	7	272	4	286
P19	0	0	0	201	82	286
P20	0	0	8	260	15	286
P21	0	0	8	255	20	286
P22	0	0	35	246	2	286
P23	0	0	13	268	2	286
P24	0	0	1	280	2	286
P25	0	0	42	238	3	286
P26	0	0	24	258	2	286
P27	0	0	1	197	85	286
P28	0	0	32	250	2	286
P29	0	0	34	249	1	286
P30	0	0	1	197	85	286

(Sumber: data diolah menggunakan Ms. Excel 2013)

Setelah mengetahui rekapitulasi skor persepsi dan ekspektasi nasabah, tahap selanjutnya adalah proses perhitungan nilai fuzzifikasi menggunakan rumus TFN serta menggunakan software Ms. Excel, berikut hasil perhitungan nilai fuzzifikasi dan defuzzifikasi.

Tabel 4.11
Perhitungan Nilai Fuzzifikasi dan Defuzzifikasi Persepsi

Dimensi	Items	TFN			Defuzzifikasi	Rank
		c ^{*)}	α ^{**)}	b ^{***)}		
<i>Compliance</i>	P1	0,4991	0,7465	0,98426	0,743298368	11
	P2	0,4659	0,7141	0,95979	0,713286713	27
	P3	0,5227	0,7701	0,98426	0,759032634	7
	P4	0,4370	0,6853	0,93181	0,684731935	29
	P5	0,4886	0,7360	0,97902	0,73455711	17
<i>Assurance</i>	P6	0,5690	0,8164	0,98863	0,791375291	6
	P7	0,4956	0,7430	0,98688	0,741841492	13
	P8	0,5716	0,8190	0,98776	0,792832168	3
	P9	0,4222	0,6704	0,91608	0,66958042	30
	P10	0,4720	0,7194	0,96241	0,717948718	24
<i>Reliability</i>	P11	0,5716	0,8190	0,98863	0,793123543	1
	P12	0,4886	0,7360	0,96066	0,728438228	21
	P13	0,4694	0,7167	0,96241	0,716200466	26
	P14	0,4833	0,7307	0,97465	0,72960373	20
<i>Tangibles</i>	P15	0,4938	0,7412	0,98251	0,739219114	16
	P16	0,4877	0,7351	0,97902	0,733974359	18
	P17	0,4938	0,7412	0,98688	0,740675991	14
	P18	0,4965	0,7438	0,98776	0,742715618	12
	P19	0,5716	0,8190	0,98863	0,793123543	2
	P20	0,5104	0,7578	0,98863	0,752331002	9
	P21	0,5148	0,7622	0,98863	0,755244755	8
	P22	0,4930	0,7403	0,98514	0,73951049	15
<i>Emphaty</i>	P23	0,4798	0,7272	0,97290	0,726689977	23
	P24	0,4991	0,7465	0,98776	0,744463869	10
	P25	0,4475	0,6949	0,94055	0,694347319	28
	P26	0,4833	0,7307	0,97639	0,73018648	19

<i>Responsiveness</i>	P27	0,5708	0,8181	0,98776	0,792249417	4
	P28	0,4807	0,7281	0,97377	0,727564103	22
	P29	0,4694	0,7176	0,96416	0,717074592	25
	P30	0,5708	0,8181	0,98776	0,792249417	5

*) Batas bawah (Sumber: data diolah menggunakan Ms. Excel 2013)

**) Batas tengah

***) Batas atas

Perhitungan diatas juga dilakukan pada ekspektasi nasabah, berikut perhitungan nilai fuzzifikasi dan defuzzifikasi pada ekspektasi.

Tabel 4.12
Perhitungan Nilai Fuzzifikasi dan Defuzzifikasi Ekspektasi

Dimensi	Items	TFN			Defuzzifikasi	Rank
		c ^{*)}	α ^{**))}	b ^{***)}		
<i>Compliance</i>	P1	0,49650	0,7438	0,981643	0,74067599	10
	P2	0,45804	0,7062	0,952797	0,70629370	28
	P3	0,50961	0,7569	0,98951	0,75203962	6
	P4	0,43531	0,6835	0,93007	0,68298368	29
	P5	0,48601	0,7333	0,979021	0,73280885	16
<i>Assurance</i>	P6	0,54632	0,7937	0,98951	0,77651515	5
	P7	0,49125	0,7395	0,984266	0,73834498	11
	P8	0,48164	0,7298	0,976399	0,72931235	18
	P9	0,42832	0,6765	0,923077	0,68036130	30
	P10	0,46765	0,7150	0,958042	0,71357808	24
<i>Reliability</i>	P11	0,56818	0,8155	0,98951	0,79108391	1
	P12	0,48426	0,7316	0,963287	0,72639860	20
	P13	0,46328	0,7106	0,956294	0,71008158	26
	P14	0,48076	0,7281	0,972028	0,72698135	19
	P15	0,49300	0,7403	0,981643	0,73834498	12
	P16	0,48688	0,7342	0,979895	0,73368298	14

<i>Tangibles</i>	P17	0,48688	0,7342	0,979895	0,73368298	15
	P18	0,49213	0,7395	0,983392	0,73834498	13
	P19	0,56643	0,8138	0,98951	0,78991841	4
	P20	0,50087	0,7482	0,982517	0,74388111	8
	P21	0,50524	0,7526	0,982517	0,74679487	7
	P22	0,46590	0,7132	0,958916	0,71270396	25
<i>Emphaty</i>	P23	0,48514	0,7325	0,978147	0,73193473	17
	P24	0,49562	0,7430	0,988636	0,74242424	9
	P25	0,46066	0,7080	0,952797	0,70716783	27
	P26	0,47727	0,7255	0,972028	0,72494172	21
<i>Responsiveness</i>	P27	0,56818	0,8155	0,988636	0,79079254	2
	P28	0,47028	0,7185	0,965035	0,71794871	22
	P29	0,46765	0,7159	0,963287	0,71561771	23
	P30	0,56818	0,8155	0,988636	0,79079254	3

*) Batas bawah (Sumber: data diolah menggunakan Ms. Excel 2013)

**) Batas tengah

***) Batas atas

3. Analisis Gap Fuzzy-CARTER

Setelah dilakukan perhitungan fuzzifikasi dan defuzzifikasi pada harapan dan ekspektasi, maka proses selanjutnya adalah mencari nilai *gap* (kesenjangan). Berdasarkan konsep kualitas, nilai *gap* diperoleh dari selisih antara tingkat kepuasan (persepsi) dengan tingkat harapan (ekspektasi), maka nilai *gap* dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Gap = persepsi - ekspektasi$$

Nilai *gap* dicari dari hasil perhitungan defuzzifikasi dari persepsi dan ekspektasi yang telah diperoleh sebelumnya. Hasil dari nilai *gap* dimana nilai tersebut semakin mengarah ke nilai negative maka diprioritaskan untuk adanya perbaikan. Sesuai dengan teori yang telah dikemukakan pada bab 2 sebelumnya, maka terdapat kriteria dalam penelitian ini untuk menentukan tingkat kepuasan nasabah melalui perhitungan *gap*, adalah sebagai berikut:

- a) Jika nilai *gap* negative (-), maka dikatakan nasabah belum merasa puas akan pelayanan yang diberikan pihak perusahaan, karena pelanggan akan merasa tidak puas apabila, persepsi \leq ekspektasi, artinya nilai ekspektasi nasabah atas kualitas pelayanan lebih tinggi daripada nilai persepsi yang dirasakan oleh nasabah.
- b) Jika nilai *gap* sama dengan 0, maka dikatakan nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan, karena pelanggan akan merasa puas apabila, persepsi = ekspektasi, artinya pelanggan dikatakan puas apabila kinerja yang dipersepsikan pelanggan sama dengan ekspektasi pelanggan atas produk dan atau kualitas pelayanan suatu perusahaan.
- c) Jika nilai *gap* positif (+), maka dikatakan nasabah merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan, karena pelanggan akan merasa sangat puas apabila, persepsi \geq ekspektasi, artinya pelanggan dikatakan sangat puas apabila persepsi yang diterima melampaui apa yang diharapkan oleh pelanggan, sehingga dapat dikatakan pelanggan merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan suatu perusahaan.

Berikut analisis *gap* antara harapan nasabah dengan ekspektasi nasabah per kriteria pengujian:

Tabel 4.13
Analisis Gap Per Kriteria

Kriteria	Persepsi	Ekspektasi	Gap	Rank
Bank beroperasi sesuai dengan prinsip dan hukum syariah Islam.	0,743298	0,740676	0,002622	16
Tidak ada bunga yang dibayar atau diambil dari tabungan dan pinjaman.	0,713287	0,706294	0,006993	7

Bank menyediakan produk dan jasa layanan yang syariah.	0,759033	0,75204	0,006993	8
Bank memberikan pinjaman bebas bunga kepada nasabah.	0,684732	0,682984	0,001748	22
Bank menyediakan produk investasi bagi hasil.	0,734557	0,732809	0,001748	21
Karyawan bersikap sopan dan ramah.	0,791375	0,776515	0,01486	3
Karyawan memiliki pengetahuan yang luas serta berpengalaman.	0,741841	0,738345	0,003497	14
Nasabah mudah memperoleh informasi terkait rekening nasabah.	0,792832	0,729312	0,06352	1
Bank menyediakan saran/nasehat keuangan bagi nasabah.	0,66958	0,680361	-0,01078	29
Bank memiliki fasilitas kantor yang memadai.	0,717949	0,713578	0,004371	13
Bank memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu.	0,793124	0,791084	0,00204	18
Bank menyediakan produk serta layanan yang luas.	0,728438	0,726399	0,00204	19
Bank mampu menyelesaikan masalah dengan tepat.	0,7162	0,710082	0,006119	10
Ketepatan bank dalam	0,729604	0,726981	0,002622	17

menepati janji.				
Bank memiliki fasilitas ruang tunggu yang nyaman dan menarik.	0,739219	0,738345	0,000874	26
Lokasi bank yang strategis.	0,733974	0,733683	0,000291	27
Lokasi bank yang mudah dijangkau oleh nasabah.	0,740676	0,733683	0,006993	8
Terdapat pembatasan loket yang jelas untuk mempermudah nasabah.	0,742716	0,738345	0,004371	12
Karyawan berpenampilan bersih dan rapi.	0,793124	0,789918	0,003205	15
Bank menggunakan teknologi yang baik dalam operasionalnya.	0,752331	0,743881	0,00845	5
Bank memiliki peralatan dan perlengkapan yang modern.	0,755245	0,746795	0,00845	6
Bank memiliki area parkir yang luar dan memadai	0,73951	0,712704	0,026807	2
Karyawan mengetahui dan memahami apa yang diminati oleh nasabah.	0,72669	0,731935	-0,00524	28
Karyawan memberikan perhatian yang baik kepada nasabah.	0,744464	0,742424	0,00204	20
Karyawan mengetahui kebutuhan nasabahnya.	0,694347	0,707168	-0,01282	30
Karyawan memberikan perhatian (pribadi) kepada	0,730186	0,724942	0,005245	11

nasabah dalam hal pelayanan.				
Karyawan siap dan tanggap dalam melayani dan membantu nasabah	0,792249	0,790793	0,001457	23
Bank memberikan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan.	0,727564	0,717949	0,009615	4
Bank memiliki beberapa cabang yang tersedia di berbagai wilayah.	0,717075	0,715618	0,001457	24
Bank memberikan pelayanan yang efisien.	0,792249	0,790793	0,001457	25

(Sumber: data diolah dengan Ms. Excel 2013)

Dari hasil perhitungan *gap* per kriteria pada tabel 4.13 diatas, berdasarkan kriteria pengujian pada penelitian ini dimana Jika nilai *gap* negative (-), maka dikatakan nasabah belum merasa puas akan pelayanan yang diberikan pihak perusahaan, karena nilai ekspektasi nasabah atas kualitas pelayanan lebih tinggi daripada nilai persepsi yang dirasakan oleh nasabah. Maka dari analisis perhitungan *gap* per kriteria ini dapat diambil beberapa kriteria yang masih memiliki nilai negative dan perlu dilakukannya adanya perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan, karena pelayanan yang diterima oleh nasabah belum sesuai dengan ekspektasi nasabah atas pelayanan yang diberikan sehingga menyebabkan kesenjangan yang bernilai negatif, beberapa kriteria tersebut adalah: Karyawan mengetahui dan memahami apa yang diminati oleh nasabah dengan nilai *gap* sebesar -00524, selanjutnya, yaitu Bank menyediakan saran/nasehat keuangan bagi nasabah dengan

nilai *gap* sebesar -0,01078. Dan terakhir adalah Karyawan mengetahui kebutuhan nasabahnya dengan nilai *gap* sebesar -0,01282,

Dari kriteria-kriteria tersebut perupakan kriteria yang diprioritaskan untuk dilakukan adanya perbaikan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan oleh BPRS Khasanah Ummat Kembaran.

E. Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan pada hasil analisis *gap* per kriteria pengujian diatas menunjukkan nilai *gap* dari masing-masing kriteria dimensi CARTER, maka dari perhitungan tersebut dapat diketahui pengaruh dari masing-masing dimensi CARTER terhadap kepuasan nasabah, apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh BPRS Khasanah Ummat telah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah? Apakah nasabah sudah merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh BPRS Khasanah Ummat?

Berikut pembahasan pengaruh dari dimensi CARTER terhadap kepuasan nasabah di BPRS Khasanah Ummat:

Tabel 4.14
Analisis Gap Dimensi Compliance

Kriteria	Persepsi	Ekapektasi	Gap	Rank
Bank beroperasi sesuai dengan prinsip dan hokum syariah Islam.	0,743298	0,740676	0,002622	3
Tidak ada bunga yang dibayar atau diambil dari tabungan dan pinjaman.	0,713287	0,706294	0,006993	
Bank menyediakan produk dan jasa layanan yang syariah.	0,759033	0,75204	0,006993	
Bank memberikan pinjaman	0,684732	0,682984	0,001748	

bebas bunga kepada nasabah.				
Bank menyediakan produk investasi bagi hasil.	0,734557	0,732809	0,001748	
Jumlah	0,726981	0,7229603	0,004021	

(Sumber: data diolah menggunakan Ms. Excel 2013)

Hipotesis 1:

H_0 : Tidak terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Compliance*

H_a : Terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Compliance*.

Dari hasil analisis *gap* per dimensi pada tabel 4.14 diatas, dapat diketahui bahwa nilai dari setiap kriteria pengujian pada dimensi *Compliance* ini bernilai positif, dimana diketahui nilai persepsi yang dirasakan nasabah sebesar 0,726981 dan nilai ekspektasi yang diharapkan nasabah sebesar 0,722960, dari hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi \geq ekspektasi. Dimana sesuai dengan teori pada bab 2 sebelumnya, pelanggan dikatakan sangat puas apabila nilai persepsi \geq nilai ekspektasi, artinya persepsi yang diterima melampaui apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Dan berdasarkan hasil analisis *gap* dimensi *compliance* ini, didapatkan nilai *gap* sebesar 0,004021, maka sesuai dengan kriteria pengujian dimana jika nilai *gap* positif (+), maka dikatakan nasabah sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, karena nilai selisih yang dirasakan nasabah adalah positif, artinya persepsi nasabah lebih besar dari ekspektasi atas kualitas pelayanan.

1. Pengaruh Dimensi *Compliance* terhadap Kepuasan Nasabah.

Dari hasil analisis *gap* pada tabel 4.14 diketahui bahwa *gap* (kesenjangan) pada dimensi *compliance* bernilai positif, Artinya persepsi

nasabah sesuai dengan apa yang diharapkan atas kualitas pelayanan yang diberikan. oleh BPRS Khasanah Ummat, bahkan pelayanan yang diberikan oleh pihak BPRS Khasanah Ummat telah melampaui apa yang diharapkan oleh nasabah, hal ini dapat dilihat dari hasil pengujian per kriteria *gap* pada dimensi *compliance* yang keseluruhannya bernilai positif, artinya kualitas pelayanan pada setiap kriteria pada dimensi *compliance* ini telah memenuhi apa yang diharapkan oleh nasabah. Berdasarkan penelitian sebelumnya oleh (Wijaya & et al, 2017) menunjukkan bahwa semakin baik penerapan kepatuhan (*compliance*) maka semakin tinggi dampaknya terhadap kepuasan pelanggan, maka berdasarkan pengujian pada dimensi *compliance* ini dimana diperoleh hasil analisis *gap* secara keseluruhan, kriteria-kriteria pada pengujian dimensi *compliance* ini bernilai positif antara persepsi yang dirasakan dengan harapan nasabah, maka diketahui penerapan *compliance* pada BPRS Khasanah Ummat termasuk tinggi. Dan berdasarkan konsep kepuasan pelanggan menurut Oliver dimana: “Kepuasan pelanggan ditentukan oleh terpenuhi atau tidaknya harapan pelanggan”, sehingga dari pengujian ini dapat diketahui bahwa harapan pelanggan telah terpenuhi. bahkan telah melampaui apa yang diharapkan oleh nasabah, hal ini juga sesuai dengan konsep kepuasan pelanggan oleh Kotler dan Keller dimana: “Jika produk atau jasa memenuhi atau melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa senang dan kepuasan.”. Maka dari hasil penjabaran diatas dapat diketahui bahwa tidak terdapat kesenjangan antara persepsi nasabah dan harapan mereka terhadap kualitas layanan, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis pertama pada dimensi *compliance* ini adalah H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.15

Analisis *Gap* Dimensi Assurance

Kriteria	Persepsi	Ekspektasi	<i>Gap</i>	Rank
Karyawan bersikap sopan dan	0,791375	0,776515	0,01486	

ramah.				1
Karyawan memiliki pengetahuan yang luas serta berpengalaman.	0,741841	0,738345	0,003497	
Nasabah mudah memperoleh informasi terkait rekening nasabah.	0,792832	0,729312	0,06352	
Bank menyediakan saran/nasehat keuangan bagi nasabah.	0,66958	0,680361	-0,01078	
Bank memiliki fasilitas kantor yang memadai.	0,717949	0,713578	0,004371	
Jumlah	0,742716	0,7276223	0,015093	

(Sumber: data diolah dengan Ms. Excel 2013)

Hipotesis 2:

H_0 : Tidak terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Assurance*

H_a : Terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Assurance*.

Dari hasil analisis *gap* per dimensi pada tabel 4.15 diatas, dapat diketahui bahwa nilai persepsi yang dirasakan nasabah sebesar 0,742716 dan nilai ekspektasi sebesar 0,7276223 dari hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi \geq ekspektasi. Dimana sesuai dengan teori pada bab 2 sebelumnya, pelanggan dikatakan sangat puas apabila nilai persepsi \geq nilai ekspektasi, artinya persepsi yang diterima melampaui apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Dan berdasarkan hasil analisis *gap* dimensi *Assurance* ini, didapatkan nilai *gap* sebesar 0,015093, maka sesuai dengan kriteria pengujian dimana jika nilai *gap* positif (+), maka dikatakan nasabah sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, karena nilai selisih yang dirasakan nasabah adalah positif, artinya persepsi nasabah lebih besar dari ekspektasi atas kualitas pelayanan.

2. Pengaruh Dimensi *Assurance* Terhadap Kepuasan Nasabah.

Dari hasil analisis *gap* pada tabel 4.15 diketahui bahwa *gap* (kesenjangan) pada dimensi *assurance* bernilai positif, artinya persepsi yang dirasakan oleh nasabah telah sesuai dengan apa yang diharapkan atas pelayanan yang diberikan oleh BPRS Khasanah Ummat, bahkan berdasarkan hasil perhitungan *gap* pada dimensi *assurance* secara keseluruhan pelayanan yang diberikan oleh pihak BPRS Khasanah Ummat telah melampaui apa yang diharapkan oleh nasabah, meskipun terdapat salah satu kriteria dari dimensi *assurance* yang belum memenuhi harapan nasabah atas pelayanan yang diberikan, yaitu nasabah merasa kurang mendapatkan saran atau nasehat keuangan dari pihak BPRS Khasanah Ummat. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Restu Khaliq (2019), pengetahuan dan kesopanan karyawan mempengaruhi kepuasan nasabah selama bertransaksi, selain itu kemampuan para karyawan dalam menumbuhkan rasa percaya nasabah kepada perusahaan juga mempengaruhi kepuasan nasabah, meskipun nasabah merasa kurang puas terhadap salah satu dari kriteria pengujian pada dimensi *assurance* namun secara keseluruhan nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan, dimana menurut nasabah karyawan memiliki kesopanan dan pengetahuan yang luas, selain itu karyawan juga dapat menumbuhkan rasa percaya nasabah, dengan menerapkan sistem *mobile teller* sehingga memudahkan nasabah untuk mengawasi secara berkala transaksi keuangannya. Dan berdasarkan konsep kepuasan pelanggan menurut Oliver dimana: “Kepuasan pelanggan ditentukan oleh terpenuhi atau tidaknya harapan pelanggan”, sehingga dari pengujian ini dapat diketahui

bahwa harapan pelanggan telah terpenuhi. bahkan telah melampaui apa yang diharapkan oleh nasabah, hal ini juga sesuai dengan konsep kepuasan pelanggan oleh Kotler dan Keller dimana: “Jika produk atau jasa memenuhi atau melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa senang dan kepuasan.”. Maka dari hasil penjabaran diatas dapat diketahui bahwa tidak terdapat kesenjangan antara persepsi nasabah dan harapan mereka terhadap kualitas layanan, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis pada dimensi *assurance* ini adalah H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.16
Analisis Gap Dimensi Reliability

Kriteria	Persepsi	Ekspektasi	Gap	Rank
Bank memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu.	0,793124	0,791084	0,00204	5
Bank menyediakan produk serta layanan yang luas.	0,728438	0,726399	0,00204	
Bank mampu menyelesaikan masalah dengan tepat.	0,7162	0,710082	0,006119	
Ketepatan bank dalam menepati janji.	0,729604	0,726981	0,002622	
Jumlah	0,741841	0,7386363	0,003205	

(Sumber: data diolah menggunakan Ms. Excel 2013)

Hipotesis 3:

H_0 : Tidak terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Reliability*

H_a : Terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi

Reliability..

Dari hasil analisis *gap* per dimensi pada tabel 4.16 diatas, dapat diketahui bahwa nilai persepsi yang dirasakan nasabah sebesar 0,741841 dan nilai ekspektasi sebesar 0,7386363, dari hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi \geq ekspektasi. Dimana sesuai dengan teori pada bab 2 sebelumnya, pelanggan dikatakan sangat puas apabila nilai persepsi \geq nilai ekspektasi, artinya persepsi yang diterima melampaui apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Dan berdasarkan hasil analisis *gap* dimensi *Reliability* ini, didapatkan nilai *gap* sebesar 0,003205, maka sesuai dengan kriteria pengujian dimana jika nilai *gap* positif (+), maka dikatakan nasabah merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan, karena nilai kesenjangan yang dirasakan oleh nasabah adalah positif, artinya persepsi yang dirasakan oleh nasabah lebih tinggi daripada nilai ekspektasi nasabah atas kualitas pelayanan.

3. Pengaruh Dimensi *Reliability* Terhadap Kepuasan Nasabah.

Dari hasil analisis *gap* pada tabel 4.16 diketahui *gap* (kesenjangan) pada dimensi *reliability* bernilai positif, artinya persepsi yang dirasakan oleh nasabah telah sesuai dengan apa yang diharapkan atas pelayanan yang diberikan oleh BPRS Khasanah Ummat, bahkan pelayanan yang diberikan oleh pihak BPRS Khasanah Ummat telah melampaui apa yang diharapkan oleh nasabah, hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian per kriteria dimensi *reliability* yang keseluruhannya bernilai positif, artinya kualitas pelayanan pada setiap kriteria pada dimensi *reliability* ini telah memenuhi apa yang diharapkan oleh nasabah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Murdifin, 2020) dimensi *reliability* memiliki pengaruh terhadap kepuasan tinggi dan rendahnya nasabah dalam meningkatkan pelayanan yang baik, dimana dalam pelayanannya pihak manajerial telah memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan dapat menumbuhkan rasa puas pada nasabah. Berdasarkan pengujian kriteria-kriteria *reliability*

diatas diketahui nasabah merasa puas atas pelayanan pihak BPRS Khasanah Ummat, dimana pihak manajerial memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu, memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, dan dapat menyelesaikan masalah dengan baik, hal tersebut membuat nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan dan nasabah merasa sangat puas atas pelayanan tersebut. Dan berdasarkan konsep kepuasan pelanggan menurut Oliver dimana: “Kepuasan pelanggan ditentukan oleh terpenuhi atau tidaknya harapan pelanggan”, sehingga dari pengujian ini dapat diketahui bahwa harapan pelanggan telah terpenuhi. bahkan telah melampaui apa yang diharapkan oleh nasabah, hal ini juga sesuai dengan konsep kepuasan pelanggan oleh Kotler dan Keller dimana: “Jika produk atau jasa memenuhi atau melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa senang dan kepuasan.”. Maka dari hasil penjabaran diatas dapat diketahui bahwa tidak terdapat kesenjangan antara persepsi nasabah dan harapan mereka terhadap kualitas layanan, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis pada dimensi *reliability* ini adalah H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.17
Analisis Gap Dimensi Tangibles

Kriteria	Persepsi	Ekspektasi	Gap	Rank
Bank memiliki fasilitas ruang tunggu yang nyaman dan menarik.	0,739219	0,738345	0,000874	2
Lokasi bank yang strategis.	0,733974	0,733683	0,000291	
Lokasi bank yang mudah dijangkau oleh nasabah.	0,740676	0,733683	0,006993	
Terdapat pembatasan loket yang jelas untuk mempermudah nasabah.	0,742716	0,738345	0,004371	

Karyawan berpenampilan bersih dan rapi.	0,793124	0,789918	0,003205
Bank menggunakan teknologi yang baik dalam operasionalnya.	0,752331	0,743881	0,00845
Bank memiliki peralatan dan perlengkapan yang modern.	0,755245	0,746795	0,00845
Bank memiliki area parkir yang luar dan memadai	0,73951	0,712704	0,026807
Jumlah	0,749599	0,7421692	0,00743

(Sumber: data diolah menggunakan Ms. Excel 2013)

Hipotesis 4:

H_0 : Tidak terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Tangibles*

H_a : Terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Tangibles*.

Dari hasil analisis *gap* per dimensi pada tabel 4.17 diatas, dapat diketahui bahwa nilai persepsi yang dirasakan nasabah sebesar 0,749599 dan nilai ekspektasi sebesar 0,7421692, dari hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi \geq ekspektasi. Dimana sesuai dengan teori pada bab 2 sebelumnya, pelanggan dikatakan sangat puas apabila nilai persepsi \geq nilai ekspektasi, artinya persepsi yang diterima melampaui apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Dan berdasarkan hasil analisis *gap* dimensi *Tangibles* ini, didapatkan nilai *gap* sebesar 0,00743, maka sesuai dengan kriteria pengujian dimana jika nilai *gap* positif (+), maka dikatakan nasabah merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan, karena nilai kesenjangan yang

dirasakan oleh nasabah adalah positif, artinya persepsi yang dirasakan oleh nasabah lebih tinggi daripada nilai ekspektasi nasabah atas kualitas pelayanan.

4. Pengaruh Dimensi *Tangibles* Terhadap Kepuasan Nasabah.

Dari hasil analisis *gap* pada tabel 4.17 diketahui *gap* (kesenjangan) pada dimensi *tangibles* bernilai positif, artinya persepsi yang dirasakan oleh nasabah telah sesuai dengan apa yang diharapkan atas pelayanan yang diberikan oleh BPRS Khasanah Ummat, bahkan pelayanan yang diberikan oleh pihak BPRS Khasanah Ummat telah melampaui apa yang diharapkan oleh nasabah, hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian per kriteria pada dimensi *tangibles* yang keseluruhannya bernilai positif, artinya kualitas pelayanan pada setiap kriteria pada dimensi *tangibles* ini telah memenuhi apa yang diharapkan oleh nasabah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nasfi & dkk, 2020) bahwa, penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan alat komunikasi yang digunakan berpengaruh kepada kepuasan nasabah, maka berdasarkan pengujian setiap kriteria dimensi *tangibles* ini diketahui jika fasilitas kantor, lokasi, peralatan dan alat komunikasi yang digunakan BPRS khasanah Ummat telah memenuhi standar kualitas pelayanan nasabah, dan nasabah merasa puas akan hal tersebut. Dan berdasarkan konsep kepuasan pelanggan menurut Oliver dimana: “Kepuasan pelanggan ditentukan oleh terpenuhi atau tidaknya harapan pelanggan”, sehingga dari pengujian ini dapat diketahui bahwa harapan pelanggan telah terpenuhi, bahkan telah melampaui apa yang diharapkan oleh nasabah, hal ini juga sesuai dengan konsep kepuasan pelanggan oleh Kotler dan Keller dimana: “Jika produk atau jasa memenuhi atau melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa senang dan kepuasan.”. Maka dari hasil penjabaran diatas dapat diketahui bahwa tidak terdapat kesenjangan antara persepsi nasabah dan harapan mereka terhadap kualitas layanan, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis pada dimensi *tangibles* ini adalah H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.18
Analisis Gap Dimensi *Emphaty*

Kriteria	Persepsi	Ekspektasi	Gap	Rank
Karyawan mengetahui dan memahami apa yang diminati oleh nasabah.	0,72669	0,731935	-0,00524	6
Karyawan memberikan perhatian yang baik kepada nasabah.	0,744464	0,742424	0,00204	
Karyawan mengetahui kebutuhan nasabahnya.	0,694347	0,707168	-0,01282	
Karyawan memberikan perhatian (pribadi) kepada nasabah dalam hal pelayanan.	0,730186	0,724942	0,005245	
Jumlah	0,723922	0,7266171	-0,0027	

(Sumber: data diolah dengan Ms. Excel 2013)

Hipotesis 5:

H_0 : Tidak terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Compliance*

H_a : Terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Compliance*.

Dari hasil analisis *gap* per dimensi pada tabel 4.18 diatas, dapat diketahui bahwa nilai persepsi yang dirasakan nasabah sebesar 0,723922 dan nilai ekspektasi sebesar 0,7266171, dari hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi \leq ekspektasi. Dimana sesuai dengan teori pada bab 2 sebelumnya, pelanggan dikatakan tidak puas apabila nilai persepsi \leq

nilai ekspektasi, artinya persepsi yang diterima lebih kecil dari yang diharapkan oleh pelanggan.

Dan berdasarkan hasil analisis *gap* dimensi *Emphaty* ini, didapatkan nilai *gap* sebesar -0,0027, maka sesuai dengan kriteria pengujian dimana jika nilai *gap* negative (-), maka dikatakan nasabah belum merasa puas atas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan, karena nilai kesenjangan yang dirasakan oleh nasabah adalah negatif, artinya persepsi yang dirasakan oleh nasabah lebih kecil daripada nilai ekspektasi nasabah atas kualitas pelayanan.

5. Pengaruh Dimensi *Emphaty* Terhadap kepuasan Nasabah.

Dari hasil analisis *gap* pada tabel 4.18 diketahui *gap* (kesenjangan) pada dimensi *emphaty* bernilai negative, artinya persepsi yang dirasakan oleh nasabah belum sesuai dengan apa yang diharapkan atas pelayanan yang diberikan oleh BPRS Khasanah Ummat, bahkan pelayanan yang diberikan oleh pihak BPRS Khasanah Ummat belum memenuhi apa yang diharapkan oleh nasabah, hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian *gap* pada dimensi *emphaty* yang bernilai negative. Dan dari 4 kriteria pengujian pada dimensi *emphaty* ini dua diantaranya bernilai negative, yaitu: Karyawan mengetahui dan memahami apa yang diminati oleh nasabah dan Karyawan mengetahui kebutuhan nasabahnya, artinya dua kriteria dalam dimensi *emphaty* ini belum memenuhi harapan nasabah atas pelayanan yang diberikan pihak BPRS Khasanah Ummat. Nasabah tidak merasa puas atas ke dua pelayanan tersebut karena nasabah merasa karyawan kurang memperhatikan kebutuhan dan keinginan nasabah dalam melakukan kegiatan transaksi, nasabah menginginkan pihak BPRS siap dan tanggap dalam memperhatikan dan menyediakan kebutuhan nasabah.

Dan berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Engkur (2018) bahwa, adanya kemudahan dalam melakukan komunikasi, perhatian dan memahami kebutuhan nasabah yang diberikan dapat menciptakan kepuasan nasabah, dari hasil pengujian diatas diketahui nasabah belum merasa puas atas pelayanan pada dimensi *emphaty* ini,

perhatian dan pemahaman yang diberikan oleh karyawan dirasa kurang oleh nasabah, sehingga nasabah belum merasa puas atas pelayanan tersebut. Dan berdasarkan konsep kepuasan pelanggan menurut Oliver dimana: “Kepuasan pelanggan ditentukan oleh terpenuhi atau tidaknya harapan pelanggan, jika harapan pelanggan tidak terpenuhi atau terlampaui maka pelanggan akan merasa kecewa dan akan timbul rasa tidak puas terhadap produk atau pelayanan”, maka dari pengujian ini diketahui bahwa harapan pelanggan belum sepenuhnya terpenuhi, hal ini juga sesuai dengan konsep kepuasan pelanggan oleh Kotler dan Keller dimana: “Jika setelah mengkonsumsi produk tersebut dan tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka konsumen akan merasa tidak puas dengan produk atau layanan tersebut”. Maka dari hasil penjabaran diatas dapat diketahui bahwa terdapat kesenjangan antara persepsi yang dirasakan nasabah dengan ekspektasi nasabah atas kualitas pelayanan, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis pada dimensi *emphaty* ini adalah H_0 ditolak dan H_a diterima.

Tabel 4.19
Analisis Gap Dimensi Responsiveness

Kriteria	Persepsi	Ekspektasi	Gap	Rank
Karyawan siap dan tanggap dalam melayani dan membantu nasabah	0,792249	0,790793	0,001457	4
Bank memberikan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan.	0,727564	0,717949	0,009615	
Bank memiliki beberapa cabang yang tersedia di berbagai wilayah.	0,717075	0,715618	0,001457	

Bank memberikan pelayanan yang efisien.	0,792249	0,790793	0,001457
Jumlah	0,757284	0,7537878	0,003497

(Sumber: data diolah dengan Ms. Excel 2013)

Hipotesis 6:

H₀ : Tidak terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Responsiveness*.

H_a : Terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Responsiveness*.

Dari hasil analisis *gap* per dimensi pada tabel 4.19 diatas, dapat diketahui bahwa nilai persepsi yang dirasakan nasabah sebesar 0,757284 dan nilai ekspektasi sebesar 0,7537878 dari hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi \geq ekspektasi. Dimana sesuai dengan teori pada bab 2 sebelumnya, pelanggan dikatakan sangat puas apabila nilai persepsi \geq nilai ekspektasi, artinya persepsi yang diterima melampaui apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Dan berdasarkan hasil analisis *gap* dimensi *Responsiveness* ini, didapatkan nilai *gap* sebesar 0,003497, maka sesuai dengan kriteria pengujian dimana jika nilai *gap* positif (+), maka dikatakan nasabah merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan, karena nilai kesenjangan yang dirasakan oleh nasabah adalah positif, artinya persepsi yang dirasakan oleh nasabah lebih tinggi daripada nilai ekspektasi nasabah atas kualitas pelayanan.

6. Pengaruh Dimensi *Responsiveness* terhadap Kepuasan Nasabah.

Dari hasil analisis *gap* pada tabel 4.20 diketahui *gap* (kesenjangan) pada dimensi *responsiveness* bernilai positif, artinya persepsi yang dirasakan oleh nasabah telah sesuai dengan apa yang diharapkan atas

pelayanan yang diberikan oleh BPRS Khasanah Ummat, bahkan pelayanan yang diberikan oleh pihak BPRS Khasanah Ummat telah melampaui apa yang diharapkan oleh nasabah, hal tersebut dapat dilihat dari hasil pengujian per kriteria pada dimensi *responsiveness* yang keseluruhannya bernilai positif, artinya kualitas pelayanan pada setiap kriteria pada dimensi *responsiveness* ini telah memenuhi apa yang diharapkan oleh nasabah. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Misbach, 2017) menyatakan bahwa, semakin tinggi daya tanggap karyawan dalam melayani nasabah maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan, dari hasil perhitungan *gap* diatas diketahui nasabah telah merasa puas atas kinerja dan daya tanggap karyawan dalam melayani nasabah, selain itu karyawan juga cepat dan efisien dalam melayani serta membantu nasabah. Dan berdasarkan konsep kepuasan pelanggan menurut Oliver dimana: “Kepuasan pelanggan ditentukan oleh terpenuhi atau tidaknya harapan pelanggan”, sehingga dari pengujian ini dapat diketahui bahwa harapan pelanggan telah terpenuhi, bahkan telah melampaui apa yang diharapkan oleh nasabah, hal ini juga sesuai dengan konsep kepuasan pelanggan oleh Kotler dan Keller dimana: “Jika produk atau jasa memenuhi atau melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa senang dan kepuasan.”. Maka dari hasil penjabaran diatas dapat diketahui bahwa tidak terdapat kesenjangan antara persepsi nasabah dan harapan mereka terhadap kualitas layanan, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis pada dimensi *responsiveness* ini adalah H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 4.20

Analisis *Gap* Keseluruhan

Dimensi	Persepsi	Ekapektasi	<i>Gap</i>
<i>Compliance</i>	0,726981	0,72296037	0,004021
<i>Assurance</i>	0,742716	0,72762238	0,015093
<i>Reliability</i>	0,741841	0,73863636	0,003205

<i>Tangibles</i>	0,749599	0,74216929	0,00743
<i>Emphaty</i>	0,723922	0,72661713	-0,0027
<i>Responsiveness</i>	0,757284	0,75378788	0,003497
Jumlah	0,888469	0,882359	0,00611

(Sumber: data diolah menggunakan Ms. Excel 2013)

Hipotesis 7:

H₀ : Tidak terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Reliability*

H_a : Terdapat kesenjangan (*gap*) antara harapan nasabah atas kualitas pelayanan dengan persepsi yang diterima nasabah dari dimensi *Reliability*..

Pada tabel 4.20 diatas, merupakan hasil dari analisis *gap* secara keseluruhan, dimana dapat diketahui bahwa nilai persepsi yang dirasakan nasabah sebesar 0,888469 dan nilai ekspektasi sebesar 0,882359, dari hasil perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa persepsi \geq ekspektasi. Dimana sesuai dengan teori pada bab 2 sebelumnya, pelanggan dikatakan sangat puas apabila nilai persepsi \geq nilai ekspektasi, artinya persepsi yang diterima melampaui apa yang diharapkan oleh pelanggan.

Dan berdasarkan hasil analisis *gap* secara keseluruhan ini, didapatkan nilai *gap* sebesar 0,00611, maka sesuai dengan kriteria pengujian dimana jika nilai *gap* positif (+), maka dikatakan nasabah merasa sangat puas atas pelayanan yang diberikan pihak perusahaan, karena nilai kesenjangan yang dirasakan oleh nasabah adalah positif, artinya persepsi yang dirasakan oleh nasabah lebih tinggi daripada nilai ekspektasi nasabah atas kualitas pelayanan.

7. Pengaruh Variable CARTER Terhadap kepuasan Nasabah.

Dari hasil analisis *gap* pada tabel 4.20 diketahui *gap* (kesenjangan) pada dimensi *CARTER* bernilai positif, artinya persepsi yang dirasakan

oleh nasabah telah sesuai dengan apa yang diharapkan atas pelayanan yang diberikan oleh BPRS Khasanah Ummat, bahkan pelayanan yang diberikan oleh pihak BPRS Khasanah Ummat telah melampaui apa yang diharapkan oleh nasabah, meskipun pada dimensi *emphaty* nasabah belum merasa puas atas pelayanan yang diberikan pihak BPRS Khasanah Ummat, namun ke lima dimensi lainnya yaitu dimensi *compliance*, *assurance*, *reliability*, *tangibles* dan *responsiveness* telah memenuhi harapan nasabah atas kualitas pelayanan yang diberikan. Dan berdasarkan konsep kepuasan pelanggan menurut Oliver dimana: “Kepuasan pelanggan ditentukan oleh terpenuhi atau tidaknya harapan pelanggan”, sehingga dari pengujian ini dapat diketahui bahwa harapan pelanggan telah terpenuhi, bahkan telah melampaui apa yang diharapkan oleh nasabah, hal ini juga sesuai dengan konsep kepuasan pelanggan oleh Kotler dan Keller dimana: “Jika produk atau jasa memenuhi atau melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan merasa senang dan kepuasan.”. Maka dari hasil penjabaran diatas dapat diketahui bahwa tidak terdapat kesenjangan antara persepsi nasabah dan harapan mereka terhadap kualitas layanan, sehingga dapat disimpulkan bahwa Hipotesis pada dimensi *responsiveness* ini adalah H_0 diterima dan H_a ditolak.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

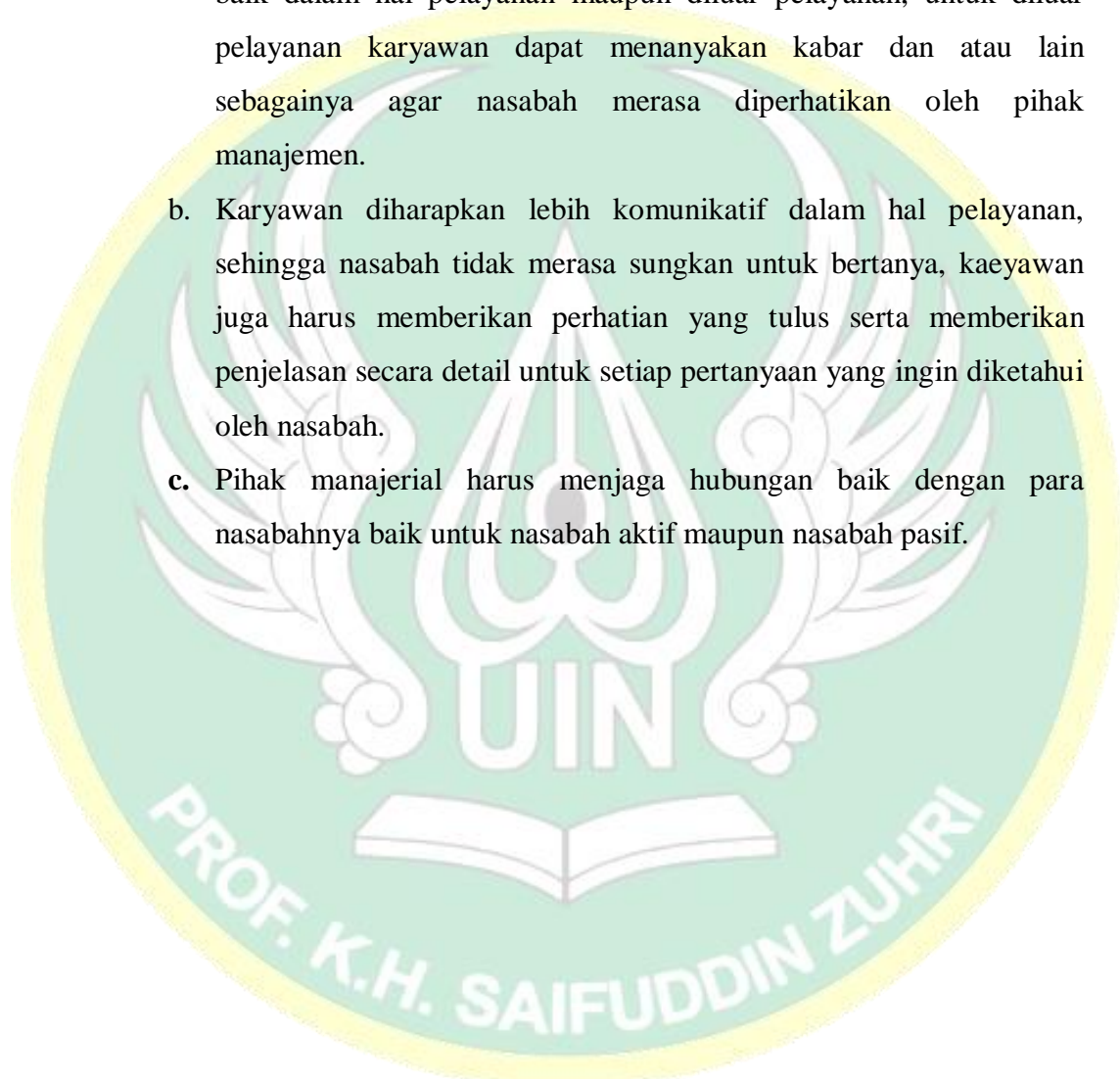
1. Penelitian ini dilakukan dengan menguji mengenai kualitas pelayanan BPRS Khasanah Ummat menggunakan metode *Fuzzy CARTER (Compliance, Assurance Reliability, Tangibles, Emphaty, Responsiveness)* dengan 30 kriteria yang diujikan. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan Kuesioner tertutup kepada 286 nasabah aktif BPRS Khasanah Ummat.
2. Dari hasil analisis tingkat kepuasan nasabah dari tiap-tiap dimensi kualitas pelayanan menunjukkan kualitas pelayanan yang meliputi dimensi *Compliance, Assurance, Reliability, Tangibles, dan Responsiveness* telah terbukti bahwa nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan, namun pada dimensi *Emphaty*, nasabah belum merasa puas atas pelayanan yang diberikan.
3. Dari hasil perhitungan nilai *gap* secara keseluruhan bernilai positif yaitu sebesar 0,00611 yang artinya nasabah merasa puas atas pelayanan yang diberikan oleh BPRS Khasanah Ummat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan sebelumnya, maka peneliti memberikan saran serta masukan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian diharapkan BPRS Khasanah Ummat Kembaran dapat memperbaiki kriteria-kriteria yang diprioritaskan untuk dilakukannya perbaikan sesuai dengan hasil analisis *gap* terutama pada dimensi *emphaty*, dikarenakan dari hasil analisis diperoleh nilai negative yang artinya nasabah belum merasa puas dengan kriteria-kriteria tersebut.

2. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti mengaharapkan langkah-langkah perbaikan untuk dimensi *Emphaty* yang diprioritaskan dilakukan perbaikan, dimana langkah perbaikan tersebut dapat dilakukan oleh BPRS Khasanah Ummat sebagai berikut:
- a. Karyawan diharapkan lebih memberikan perhatian kepada nasabah baik dalam hal pelayanan maupun diluar pelayanan, untuk diluar pelayanan karyawan dapat menanyakan kabar dan atau lain sebagainya agar nasabah merasa diperhatikan oleh pihak manajemen.
 - b. Karyawan diharapkan lebih komunikatif dalam hal pelayanan, sehingga nasabah tidak merasa sungkan untuk bertanya, kaeyawan juga harus memberikan perhatian yang tulus serta memberikan penjelasan secara detail untuk setiap pertanyaan yang ingin diketahui oleh nasabah.
 - c. Pihak manajerial harus menjaga hubungan baik dengan para nasabahnya baik untuk nasabah aktif maupun nasabah pasif.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmaddien, R. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Nagari Cabang Utama Padang*, Tesis. Universitas Terbuka.
- Arief, Muhtosim. 2007. *Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan. Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan Agar Memuaskan Pelanggan*. Banyumedia Publishing: Malang.
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Djunaidi, M. Setiawan, E & Hariyanto, T. 2006. *Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Pendekatan Fuzzy Service Quality Dalam Upaya Peningkatan Kualitas Pelayanan*. Jurnal Ilmiah Teknik Industri. Vol. 4 No. 3.
- Engkur. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Di DKI Jakarta*. Jurnal Akuntansi dan Manajemen, Vol. 14 No. 01.
- Firdaus. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Riau: Dotplush.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, IV*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Indasari, M. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Pers Unitomo: Surabaya.
- Indra P, I Made. & Cahyaningrum, Ika. 2019. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Khaliq, R. 2019. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Mandiri Di Banjarmasin Kalimantan Selatan*. Journal of Management and Bussines. Jilid 2 (1).

- Kotler & Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12, Cetakan III* . Penerjemah Benyamin Molan.
- Kotler & Keller. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Penerjemah Bob Sabran, MM. Erlangga: Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran Di Indoneisa*. Penerjemah A.B Susanto. Selemba Empat: Jakarta.
- Kusumadewi, Sri dan Purnomo, Hari. 2010. *Aplikasi Logika Fuzzy*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Misbach, I. (2017). *Pengaruh Islamic Bank Service Quality terhadap Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Bank Umum Syariah*. Jurnal Telaah Ekonomi dan Bisnis Islam.
- Murdifin, I. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Danamon Cabang Makassar*. Jurnal Equilibrium.
- Nasfi, & dkk. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*. Journal of Economic Studies.
- Othman, A & Owen, L. 2001. *Adopting and Measuring Customer Service Quality (SQ) in Islamic Finanacial Services*. Vol. 3 No 1: 51-60.
- Parasuraman, A. V. A. Ziethaml dan L. L. Berry, 1990. *Delivering Quality Service*. The Free Press. New York.
- Parasuraman, A. V. A. Ziethaml dan L. L. Berry, 1998. *SERVQUAL: A Multiplane Item Scale For Measuring Customer Preceptions Of Service Quality*. Jurnal Of Retailing. Vol 64. No 1.
- Pawitra, T. 1993. *Kepuasan Pelanggan Sebagai Keunggulan Daya Saing: Konsep, Pengukuran dan Implikasi Stratrejik*. Jurnal Prasetiya Mulya. Vol 1. No. 1.

- Perdana, R. W & Fahrullah. 2020. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Islam terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah Bukopin KCP Gresik*. Jurnal Ekonomika dan Bisnis Islam.
- Rahmawati, Dani. 2014. *Implementasi Kualitas Pelayanan Pendekatan CARTER dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan UJKS Koperasi karyawan*. Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan. Vol. 3 No. 3.
- Rahmawati, Dwi Ana. 2011. *Sistem Kendali Cerdas*. Graha Ilmu: Yogyakarta.
- Sugioyono. 2013. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumar'in. 2012. *Konsep Kelembagaan Bank Syariah*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryani & Hendriyadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, F & Chandra, F. 2011. *Service Quality and Satisfaction*. Yogyakarta: Bukubeta.
- Umar, H. 2002. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Wijaya, H., & dkk. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan Perbankan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Syariah XYZ di Jakarta*. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen.
- Yuwana, S & Yuwono H. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang*. Jurnal Ekonomi Manajemen. Vol 2. No.1.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Perizinan Penelitian



PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah
KHASANAH UMMAT
Lebih Amanah Dalam Bermuamalah



SURAT KETERANGAN NO : 081/02/KU/IX/2022

PT. BPRS Khasanah Ummat yang berkedudukan di Jl. Sunan Bonang No. 27, Tambaksari Kidul, Kembaran Banyumas, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Selitri Melina
NIM : 1817202083
Jurusan : Perbankan Syariah
Universitas : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Telah melaksanakan penelitian / riset di PT. BPRS Khasanah Ummat – Kantor Pusat, beralamat di Desa Tambaksari Kidul, Kembaran, Banyumas dengan judul skripsi “Analisis Kepuasan Nasabah Dari Dimensi Kualitas Pelayanan Dengan Menggunakan Metode Fuzzy-CARTER (Studi Kasus Pada BPRS Khasanah Ummat)”.

Demikian surat ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Banyumas, 08 September 2022
PT. BPRS khasanah Ummat


KHASANAH UMMAT
BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH
Titin Rachmasari
Direktur

Kantor Pusat :
Jl. Sunan Bonang 27, Tambaksari Kidul,
Kembaran - Banyumas 53182
Telp. (0281) 6843115 Fax. (0281) 6843115
Email : bprskhasanahummata@gmail.com

Kantor Kas Purwokerto Barat :
Jl. Kertawibawa No. 11, Komplek Pasar Pahing
Pasir Wetan, Karanglewas - Banyumas 53131
Telp. (0281) 6840207

Kantor Kas Sumpiuh :
Jl. Raya Sumpiuh No. 163
RT. 06 RW. 01 Sumpiuh
Banyumas - Jawa Tengah 53195
Telp. (0282) 497794



Lampiran 2: Kuesioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Responden yang terhormat, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Selitri Melina
NIM : 1817202083
Jurusan : Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas : UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
Contact Person : 0877 3925 9810 (WA) dan atau 0858 4217 8025 (Tlp)

Hendak melakukan penelitian skripsi dengan judul “Analisis Kepuasan Nasabah Dari Dimensi Kualitas Pelayanan Dengan Metode *Fuzzy-CARTER*” guna menyelesaikan tugas akhir S1. Untuk itu saya mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i agar sudi kiranya mengisi kuisisioner ini. Data yang diambil akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas ketersediaanya, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Hormat Saya



Selitri Melina

(1817202083)

IDENTITAS RESPONDEN
NASABAH BPRS KHASANAH UMMAT KEMBARAN

Berikut merupakan kuesioner untuk mengukur kepuasan nasabah melalui kualitas pelayan di BPRS Khasanah Ummat. Saya membutuhkan informasi tentang anda untuk memudahkan dalam melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir.

Isilah data dibawah ini dengan benar, jawablah dengan memberi tanda (√) pada jawaban.

- Nama : _____
- Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
- Umur : <17 Tahun 18-30 Tahun
 30-50 Tahun >50 Tahun
- Pendidikan Terakhir : SLTP Sederajat SLTA Sederajat
 Vokasi (D1, D2,D3) S1
 Lainnya
- Pekerjaan : Wiraswasta IRT
 Pegawai Swasta PNS
 Lainnya
- Lama Menjadi : < 1 Tahun 1-2 Tahun
- Nasabah : 2-3 Tahun > 3 Tahun
- Terakhir Transaksi : < 1 Bulan 1-3 Bulan
- Di BPRS KU : >3 Bulan

Petunjuk Pengisian:

Jawablah dengan memberi tanda (√) pada angka yang tersedia untuk tiap pernyataan yang paling mendekati evaluasi anda pada P1-P30 dengan kriteria jawaban sebagai berikut :

Apakah anda merasa puas terhadap pelayanan dan kinerja yang diberikan BPRS Khasanah Ummat. Kunci Persepsi :

Predikat	Keterangan
SM	Sangat Memuaskan
M	Memuaskan
CM	Cukup Memuaskan
KM	Kurang Memuaskan
TM	Tidak Memuaskan

Seberapa penting pelayanan yang diberikan BPRS Khasanah Ummat. Kunci Ekspektasi :

Predikat	Keterangan
SP	Sangat Penting
P	Penting
CP	Cukup Penting
KP	Kurang Penting
TP	Tidak Penting

Pernyataan-Pernyataan:

Pelayanan Yang Diterima Nasabah					Pernyataan	Harapan Nasabah				
TM	KM	CM	M	SM		TP	KP	CP	P	SP
<i>Compliance (Kepatuhan)</i>										
					1. Bank beroperasi sesuai dengan prinsip dan hukum syariah islam.					
					2. Tidak ada bunga yang dibayar atau diambil dari tabungan dan pinjaman.					
					3. Bank menyediakan produk dan jasa layanan yang syariah					
					4. Bank memberikan pinjaman bebas bunga kepada nasabah					
					5. Bank menyediakan produk investasi bagi hasil.					
<i>Assurance (Jaminan)</i>										
					1. Karyawan bersikap sopan dan ramah kepada nasabah.					
					2. Karyawan memiliki pengetahuan yang luas serta berpengalaman.					
					3. Nasabah mudah memperoleh informasi terkait rekening nasabah.					
					4. Bank menyediakan saran/nasehat keuangan bagi nasabah.					
					5. Bank memiliki fasilitas kantor yang					

					memadai									
<i>Reliability (Kehandalan)</i>														
					1. Bank memberikan pelayanan yang cepat dan tepat waktu.									
					2. Bank menyediakan produk serta layanan yang luas.									
					3. Bank mampu menyelesaikan masalah dengan tepat.									
					4. Bank memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan.									
<i>Tangibles (Bukti Fisik)</i>														
					1. Bank memiliki fasilitas ruang tunggu yang nyaman dan menarik.									
					2. Lokasi bank yang strategis									
					3. Lokasi bank yang mudah dijangkau oleh nasabah									
					4. Terdapat pembatasan loket yang jelas untuk mempermudah nasabah.									
					5. Karyawan berpenampilan bersih dan rapi.									
					6. Bank menggunakan teknologi secara baik dalam operasionalnya.									
					7. Bank memiliki peralatan dan perlengkapan kantor yang modern.									
					8. Bank memiliki area parkir yang luas dan memadai.									

<i>Emphaty (Empati)</i>									
					1. Karyawan mengetahui kebutuhan para nasabahnya				
					2. Karyawan memberikan perhatian yang baik kepada nasabah dalam bertransaksi.				
					3. Karyawan mengetahui dan memahami apa yang diminati oleh nasabah				
					4. Karyawan memberikan perhatian pribadi (khusus) kepada nasabah dalam hal pelayanan.				
<i>Respondsiveness (Daya Tanggap)</i>									
					1. Karyawan siap tanggap dalam melayani dan membantu nasabah.				
					2. Bank memberikan pinjaman dengan jangka waktu pelunasan yang menguntungkan.				
					3. Bank memiliki beberapa cabang yang tersedia di berbagai wilayah				
					4. Bank memberikan pelayanan yang cepat dan efisien.				

Lampiran 3: Rekapitulasi Data Kuesioner

PERSEPSI																																
No	Compliance					Assurance					Reliability				Tangibles						Emphaty						Responsiveness				Total	
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30		
1	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3	5	119	
2	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	116	
3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	116	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	150	
6	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	127	
7	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	110
8	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	130	
9	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	126	
10	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	126	
11	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	116		
12	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	127	
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
15	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	117	
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
17	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	128	
18	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	116	

19	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	126
20	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117
21	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	131
22	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
23	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	3	3	5	125
24	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	114	
25	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117	
26	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	126	
27	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	115	
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
31	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	118	
32	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	128	
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	116
34	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116	
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
36	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	116
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	114
38	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	116	
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	114
41	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	117	

42	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	127	
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
44	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118	
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	119	
46	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
47	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	129	
48	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	129	
49	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125		
50	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	112
51	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	117	
52	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116	
53	5	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	125	
54	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	127	
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	118	
56	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	120	
57	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118	
58	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	117	
59	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125		
60	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118	
61	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	129		
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	150	
63	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125		
64	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	118	

88	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	117
89	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118
90	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	122
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
93	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	116
94	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	129	
95	4	4	5	3	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
96	4	4	4	4	4	5	4	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	124	
97	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	113	
98	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	116	
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
100	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118	
101	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	123	
102	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
103	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	125	
104	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	126		
105	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	126		
106	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	126		
107	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118	
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	121	
109	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	121	
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	118	

157	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118
158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
159	5	4	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	126
160	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	127
161	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	115
162	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	126
163	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	129
164	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	120
165	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
166	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
167	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	115
168	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
169	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	118
170	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
171	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
172	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	128
173	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	121
174	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
175	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
176	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	121
177	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
178	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
179	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	117

180	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
181	4	3	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	127	
182	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
183	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117
184	4	3	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	126
185	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
186	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
187	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
188	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
189	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	121
190	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
191	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
192	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	116
193	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118
194	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	128	
195	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	5	124
196	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	126	
197	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
198	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118
199	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
200	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	115
201	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
202	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120

203	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	114		
204	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120		
205	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	128	
206	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	116	
207	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
208	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	127	
209	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	127
210	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
211	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
212	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	113	
213	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	118	
214	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
215	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	127	
216	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	126	
217	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
218	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
219	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
220	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	124		
221	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	118	
222	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	129		
223	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
224	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	116	
225	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	

226	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
227	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
228	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	90	
229	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
230	4	3	4	3	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	123	
231	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
232	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	102
233	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	5	124	
234	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
235	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
236	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
237	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	115	
238	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
239	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	128		
240	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
241	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	117	
242	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	126		
243	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	125	
244	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
245	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
246	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124		
247	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	127		
248	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	

249	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124
250	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
251	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	119
252	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	114
253	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	115
254	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
255	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
256	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118
257	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	112
258	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
259	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
260	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	123
261	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	119
262	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
263	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125
264	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	115
265	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
266	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	127	
267	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
268	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
269	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	127	
270	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	118
271	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	123

272	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125
273	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	126
274	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
275	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	127
276	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
277	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118
278	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
279	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118
280	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
281	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	116
282	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
283	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
284	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	115
285	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	126
286	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	126



Ekspektasi																																											
No	Compliance					Assurance					Reliability				Tangibles								Emphaty						Responsiveness					Total									
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	P29	P30													
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119			
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120		
3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	112				
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	149
6	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	123		
7	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	110		
8	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	129		
9	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	5	4	5	123				
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	5	4	5	4	124			
11	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	113		
12	4	3	4	3	4	5	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	5	4	120			
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
15	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	118		
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119		
17	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	124	
18	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	116		
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	124	
20	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116	

21	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	128
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	117
23	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	5	122	
24	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	112	
25	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117	
26	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
27	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	114	
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117	
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
31	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	117
32	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	127
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	117
34	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	113
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
36	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	115
38	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
40	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	115	
41	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119

44	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	116	
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	118	
46	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
47	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	127
48	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	121	
49	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	122		
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	115	
51	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	117	
52	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	112	
53	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124	
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	117	
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	117	
57	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116	
58	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	117	
59	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118	
61	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	127	
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	150	
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124	
64	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
65	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118	
66	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	117	

67	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	5	3	3	5	124	
68	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117	
69	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	122	
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	114	
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
72	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
73	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	115
74	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118
75	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	103
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116
78	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	117
79	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118
80	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	116
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
82	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	122	
83	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	124	
84	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
85	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
86	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	122	
87	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	111	
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	116	
89	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118

90	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
92	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
93	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	115
94	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	130
95	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	122	
96	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	124	
97	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	112	
98	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	116	
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
100	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117
101	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	124	
102	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118	
103	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	5	122	
104	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	127	
105	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	126		
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124		
107	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116	
108	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	117	
111	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	114	
112	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	115	

113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
115	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	116	
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
118	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
119	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116
120	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
121	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117
122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
123	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118
124	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	118	
126	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
127	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	115
128	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124	
129	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	127
130	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	120	
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
132	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124	
133	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
134	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117
135	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	115

136	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	119
137	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	119
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
139	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
140	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	119
141	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	113
142	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117
143	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
144	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	127
145	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	123
146	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	123
147	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3	5	121
148	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
149	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	116
150	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	122
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	118
152	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	116
153	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118
154	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
155	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
156	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
157	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118
158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120

159	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	126
160	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125
161	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	111
162	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124	
163	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	126
164	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	119
165	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
166	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118
167	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116
168	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
169	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	119
170	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
171	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	118
172	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
173	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
174	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
175	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	119
176	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
177	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
178	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
179	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	116
180	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
181	3	3	4	3	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	123

182	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118
183	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	111
184	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	122
185	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124	
186	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124	
187	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	114
188	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124	
189	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	119
190	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
191	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
192	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	115
193	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117
194	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	3	3	3	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
195	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	124
196	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124	
197	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119
198	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	117
199	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
200	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	115
201	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	118
202	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
203	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	113
204	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120

205	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	126
206	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	115
207	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
208	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	124
209	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	122
210	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
211	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
212	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	112
213	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	116
214	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
215	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	5	123
216	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	5	122
217	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
218	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
219	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	123
220	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	5	121
221	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	114
222	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	127
223	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
224	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	115
225	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
226	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
227	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120

228	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	115
229	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
230	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	121	
231	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
232	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	115
233	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	5	123
234	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	119
235	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
236	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
237	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	115
238	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	119
239	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
240	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
241	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	115
242	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	121	
243	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	124
244	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
245	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
246	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	123	
247	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	124	
248	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118
249	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124	
250	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120

251	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
252	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	118		
253	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	112		
254	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120		
255	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120		
256	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118		
257	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	113		
258	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120		
259	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120		
260	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	121	
261	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	116
262	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118	
263	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	122	
264	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	116	
265	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
266	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
267	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	117	
268	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	118	
269	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	
270	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
271	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124	
272	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	122	
273	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	125	

274	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120
275	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	124
276	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	119	
277	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118	
278	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	119	
279	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	118	
280	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
281	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	114		
282	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	120	
283	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	118	
284	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	118	
285	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	125	
286	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	123



Lampiran 3: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Persepsi

Correlations

	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	TOTAL	
X1 Pearson Correlation	1	.346**	.591**	.266**	.541**	.293**	.458**	.253**	.224**	.145*	.289**	.192**	.283**	.281**	.378**	.366**	.437**	.394**	.289**	.318**	.283**	.261**	.234**	.319**	.138*	.254**	.346**	.230**	.195**	.346**	.572**	
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.014	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.019	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X2 Pearson Correlation	.346**	1	.257**	.589**	.529**	.220**	.320**	.163**	.189**	.166**	.226**	.188**	.270**	.198**	.250**	.278**	.286**	.286**	.205**	.122*	.097	.219**	.182**	.255**	.145*	.180**	.221**	.173**	.234**	.221**	.483**	
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.006	.001	.005	.000	.001	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.040	.103	.000	.002	.000	.014	.002	.000	.003	.000	.000	.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X3 Pearson Correlation	.591**	.257**	1	.202**	.413**	.566**	.291**	.406**	.149*	.079	.554**	.323**	.265**	.260**	.248**	.231**	.289**	.243**	.554**	.398**	.341**	.179**	.208**	.287**	.118*	.134*	.569**	.173**	.127*	.569**	.652**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.012	.183	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.046	.023	.000	.003	.032	.000	.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X4 Pearson Correlation	.266**	.589**	.202**	1	.337**	.160**	.265**	.139*	.169**	.111	.171**	.221**	.372**	.175**	.234**	.159**	.225**	.245**	.154**	.070	.069	.072	.118*	.143*	.090	.096	.165**	.255**	.268**	.165**	.422**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.007	.000	.019	.004	.060	.004	.000	.000	.003	.000	.007	.000	.000	.009	.236	.247	.224	.045	.016	.131	.105	.005	.000	.000	.005	.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X5 Pearson Correlation	.541**	.529**	.413**	.337**	1	.220**	.279**	.217**	.235**	.225**	.220**	.181**	.314**	.253**	.313**	.404**	.543**	.403**	.189**	.249**	.130*	.341**	.304**	.337**	.266**	.222**	.216**	.297**	.223**	.216**	.541**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.028	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286

X6	Pearson Correlation	.293**	.220**	.566**	.160**	.220**	1	.177**	.547**	.049	.127	.944**	.386**	.188**	.166**	.206**	.146	.187**	.228**	.944**	.309**	.345**	.207**	.202**	.276**	.070	.091	.922**	.123*	.125*	.922**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007	.000		.003	.000	.408	.031	.000	.000	.001	.005	.000	.013	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.241	.124	.000	.038	.034	.000	.000	
	N	286	286	286	286	286		286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	
X7	Pearson Correlation	.458**	.320**	.291**	.265**	.279**	.177**	1	.125*	.246**	.201**	.175**	.244**	.209**	.255**	.391**	.280**	.508**	.462**	.175**	.256**	.229**	.402**	.259**	.378**	.173**	.284**	.220**	.336**	.273**	.220**	.485**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.003		.034	.000	.001	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	286	286	286	286	286	286		286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X8	Pearson Correlation	.253**	.163**	.406**	.139*	.217**	.547**	.125*	1	.021	.174**	.512**	.251**	.170**	.166**	.265**	.176**	.183**	.271**	.512**	.180**	.199**	.202**	.203**	.224**	.064	.125*	.510**	.126*	.132*	.510**	.550**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.019	.000	.000	.034		.726	.003	.000	.000	.004	.005	.000	.003	.002	.000	.000	.002	.001	.001	.000	.282	.035	.000	.033	.026	.000	.000	
	N	286	286	286	286	286	286	286		286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X9	Pearson Correlation	.224**	.189**	.149*	.169**	.235**	.049	.246**	.021	1	.467**	.078	.193**	.165**	.245**	.339**	.188**	.258**	.181**	.078	.155**	.127*	.191**	.270**	.104	.262**	.122*	.088	.202**	.200**	.103	.383**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.012	.004	.000	.408	.000	.726		.000	.187	.001	.005	.000	.000	.001	.000	.002	.187	.009	.031	.001	.000	.081	.000	.039	.139	.001	.001	.082	.000
	N	286	286	286	286	286	286	286	286		286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X10	Pearson Correlation	.145*	.166**	.079	.111	.225**	.127*	.201**	.174**	.467**	1	.132*	.137*	.128*	.184**	.530**	.219**	.302**	.295**	.132*	.144*	.111	.233**	.249**	.200**	.244**	.120*	.128*	.127*	.124*	.128*	.384**
	Sig. (2-tailed)	.014	.005	.183	.060	.000	.031	.001	.003	.000		.026	.021	.030	.002	.000	.000	.000	.000	.026	.015	.061	.000	.000	.001	.000	.043	.030	.032	.036	.030	.000
	N	286	286	286	286	286	286	286	286	286		286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X11	Pearson Correlation	.289**	.226**	.554**	.171**	.220**	.944**	.175**	.512**	.078	.132*	1	.432**	.193**	.196**	.237**	.148*	.186**	.225**	.984**	.301**	.335**	.206**	.205**	.271**	.079	.094	.961**	.127*	.132*	.961**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.003	.000	.187	.026		.000	.001	.001	.000	.012	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.180	.111	.000	.032	.026	.000	.000	
	N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286		286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X12	Pearson Correlation	.192**	.188**	.323**	.221**	.181**	.386**	.244**	.251**	.193**	.137*	.432**	1	.229**	.187**	.231**	.148*	.228**	.266**	.432**	.194**	.206**	.179**	.329**	.179**	.224**	.145*	.426**	.265**	.225**	.442**	.555**

Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.001	.021	.000	.000	.001	.000	.012	.000	.000	.000	.001	.000	.002	.000	.002	.000	.014	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X13 Pearson Correlation	.283**	.270**	.265**	.372**	.314**	.188**	.209**	.170**	.165**	.128*	.193**	.229**	1	.259**	.270**	.349**	.310**	.234**	.171**	.162**	.166**	.175**	.285**	.211**	.227**	.158**	.188**	.313**	.266**	.188**	.460**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.004	.005	.030	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.006	.005	.003	.000	.000	.000	.008	.001	.000	.000	.001	.000
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X14 Pearson Correlation	.281**	.198**	.260**	.175**	.253**	.166**	.255**	.166**	.245**	.184**	.196**	.187**	.259**	1	.398**	.303**	.392**	.370**	.196**	.195**	.186**	.306**	.259**	.239**	.141*	.296**	.220**	.251**	.216**	.220**	.450**
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.003	.000	.005	.000	.005	.000	.002	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.002	.000	.000	.000	.017	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X15 Pearson Correlation	.378**	.250**	.248**	.234**	.313**	.206**	.391**	.265**	.339**	.530**	.237**	.231**	.270**	.398**	1	.440**	.462**	.423**	.237**	.242**	.273**	.273**	.343**	.348**	.214**	.252**	.266**	.279**	.267**	.266**	.559**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X16 Pearson Correlation	.366**	.278**	.231**	.159**	.404**	.146**	.280**	.176**	.188**	.219**	.148*	.148*	.349**	.303**	.440**	1	.434**	.306**	.148*	.145*	.138*	.254**	.299**	.341**	.218**	.217**	.175**	.344**	.300**	.175**	.454**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007	.000	.013	.000	.003	.001	.000	.012	.012	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.012	.014	.019	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.003	.000
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X17 Pearson Correlation	.437**	.286**	.289**	.225**	.543**	.187**	.508**	.183**	.258**	.302**	.186**	.228**	.310**	.392**	.462**	.434**	1	.550**	.186**	.315**	.286**	.632**	.394**	.602**	.243**	.437**	.239**	.386**	.305**	.239**	.576**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.002	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X18 Pearson Correlation	.394**	.286**	.243**	.245**	.403**	.228**	.462**	.271**	.181**	.295**	.225**	.266**	.234**	.370**	.423**	.306**	.550**	1	.225**	.270**	.241**	.436**	.377**	.406**	.256**	.312**	.222**	.369**	.303**	.222**	.539**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000

X25	Pearson Correlation	.138*	.145*	.118*	.090	.266**	.070	.173**	.064	.262**	.244**	.079	.224**	.227**	.141	.214**	.218**	.243**	.256**	.062	.116	.134*	.233**	.564**	.238**	1	.298**	.075	.421**	.294**	.075	.387**
	Sig. (2-tailed)	.019	.014	.046	.131	.000	.241	.003	.282	.000	.000	.180	.000	.000	.017	.000	.000	.000	.000	.300	.050	.024	.000	.000	.000	.000	.000	.206	.000	.000	.206	.000
	N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X26	Pearson Correlation	.254**	.180**	.134*	.096	.222**	.091	.284**	.125*	.122*	.120*	.094	.145*	.158**	.296**	.252**	.217**	.437**	.312**	.094	.217**	.156**	.429**	.178**	.350**	.298**	1	.123*	.334**	.284**	.123*	.370**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.023	.105	.000	.124	.000	.035	.039	.043	.111	.014	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.111	.000	.008	.000	.002	.000	.000	.038	.000	.000	.038	.000	
	N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X27	Pearson Correlation	.346**	.221**	.569**	.165**	.216**	.922**	.220**	.510**	.088	.128*	.961**	.426**	.188**	.220**	.266**	.175**	.239**	.222**	.961**	.270**	.308**	.203**	.228**	.310**	.075	.123*	1	.150*	.149*	.985**	.769**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.139	.030	.000	.000	.001	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.206	.038	.011	.012	.000	.000	
	N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X28	Pearson Correlation	.230**	.173**	.173**	.255**	.297**	.123*	.336**	.126*	.202**	.127*	.127*	.265**	.313**	.251**	.279**	.344**	.386**	.369**	.127*	.107	.066	.300**	.437**	.316**	.421**	.334**	.150*	1	.653**	.150*	.470**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.003	.000	.000	.038	.000	.033	.001	.032	.032	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.032	.069	.267	.000	.000	.000	.000	.000	.011	.000	.011	.000	
	N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X29	Pearson Correlation	.195**	.234**	.127*	.268**	.223**	.125*	.273**	.132*	.200**	.124*	.132*	.225**	.266**	.216**	.267**	.300**	.305**	.303**	.132*	.081	.057	.235**	.397**	.209**	.294**	.284**	.149*	.653**	1	.149*	.434**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.032	.000	.000	.034	.000	.026	.001	.036	.026	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.026	.170	.333	.000	.000	.000	.000	.000	.012	.000	.012	.000	
	N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X30	Pearson Correlation	.346**	.221**	.569**	.165**	.216**	.922**	.220**	.510**	.103	.128*	.961**	.442**	.188**	.220**	.266**	.175**	.239**	.222**	.961**	.270**	.308**	.203**	.228**	.310**	.075	.123*	.985**	.150*	.149*	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.082	.030	.000	.000	.001	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.206	.038	.000	.011	.012	.000	
	N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
TOT	Pearson Correlation	.572**	.483**	.652**	.422**	.541**	.742**	.485**	.550**	.383**	.384**	.760**	.555**	.460**	.450**	.559**	.454**	.576**	.539**	.753**	.461**	.457**	.458**	.518**	.502**	.387**	.370**	.769**	.470**	.434**	.772**	1

2. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Ekspektasi



Correlations																																
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	X25	X26	X27	X28	X29	X30	TOTAL	
X1 Pearson Correlation	1	.346**	.591**	.266**	.541**	.293**	.458**	.253**	.224**	.145**	.289**	.192**	.283**	.281**	.378**	.366**	.437**	.394**	.289**	.318**	.283**	.261**	.234**	.319**	.138**	.254**	.346**	.230**	.195**	.346**	.572**	
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.014	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.019	.000	.000	.000	.001	.000	.000
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X2 Pearson Correlation	.346**	1	.257**	.589**	.529**	.220**	.320**	.163**	.189**	.166**	.226**	.188**	.270**	.198**	.250**	.278**	.286**	.286**	.205**	.122**	.097	.219**	.182**	.255**	.145**	.180**	.221**	.173**	.234**	.221**	.483**	
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.006	.001	.005	.000	.001	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.040	.103	.000	.002	.000	.014	.002	.000	.003	.000	.000	.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X3 Pearson Correlation	.591**	.257**	1	.202**	.413**	.566**	.291**	.406**	.149**	.079	.554**	.323**	.265**	.260**	.248**	.231**	.289**	.243**	.554**	.398**	.341**	.179**	.208**	.287**	.118**	.134**	.569**	.173**	.127**	.569**	.652**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.012	.183	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.046	.023	.000	.003	.032	.000	.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X4 Pearson Correlation	.266**	.589**	.202**	1	.337**	.160**	.265**	.139**	.169**	.111	.171**	.221**	.372**	.175**	.234**	.159**	.225**	.245**	.154**	.070	.069	.072	.118**	.143**	.090	.096	.165**	.255**	.268**	.165**	.422**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.007	.000	.019	.004	.060	.004	.000	.000	.003	.000	.007	.000	.000	.009	.236	.247	.224	.045	.016	.131	.105	.005	.000	.000	.005	.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X5 Pearson Correlation	.541**	.529**	.413**	.337**	1	.220**	.279**	.217**	.235**	.225**	.220**	.181**	.314**	.253**	.313**	.404**	.543**	.403**	.189**	.249**	.130**	.341**	.304**	.337**	.266**	.222**	.216**	.297**	.223**	.216**	.541**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.028	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X6 Pearson Correlation	.293**	.220**	.566**	.160**	.220**	1	.177**	.547**	.049	.127	.944**	.386**	.188**	.166**	.206**	.146*	.187**	.228**	.944**	.309**	.345**	.207**	.202**	.276**	.070	.091	.922**	.123*	.125*	.922**	.742**					
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007	.000		.003	.000	.408	.031	.000	.000	.001	.005	.000	.013	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.241	.124	.000	.038	.034	.000					.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X7 Pearson Correlation	.458**	.320**	.291**	.265**	.279**	.177**	1	.125*	.246**	.201**	.175**	.244**	.209**	.255**	.391**	.280**	.508**	.462**	.175**	.256**	.229**	.402**	.259**	.378**	.173**	.284**	.220**	.336**	.273**	.220**	.485**					
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.003		.034	.000	.001	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000					.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X8 Pearson Correlation	.253**	.163**	.406**	.139*	.217**	.547**	.125*	1	.021	.174**	.512**	.251**	.170**	.166**	.265**	.176**	.183**	.271**	.512**	.180**	.199**	.202**	.203**	.224**	.064	.125*	.510**	.126*	.132*	.510**	.550**					
Sig. (2-tailed)	.000	.006	.000	.019	.000	.000	.034		.726	.003	.000	.000	.004	.005	.000	.003	.002	.000	.000	.002	.001	.001	.001	.000	.282	.035	.000	.033	.026	.000					.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X9 Pearson Correlation	.224**	.189**	.149*	.169**	.235**	.049	.246**	.021	1	.467**	.078	.193**	.165**	.245**	.339**	.188**	.258**	.181**	.078	.155**	.127	.191**	.270**	.104	.262**	.122*	.088	.202**	.200**	.103	.383**					
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.012	.004	.000	.408	.000	.726		.000	.187	.001	.005	.000	.000	.001	.000	.002	.187	.009	.031	.001	.000	.081	.000	.039	.139	.001	.001	.082					.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X10 Pearson Correlation	.145*	.166**	.079	.111	.225**	.127*	.201**	.174**	.467**	1	.132*	.137*	.128*	.184**	.530**	.219**	.302**	.295**	.132*	.144*	.111	.233**	.249**	.200**	.244**	.120*	.128*	.127*	.124*	.128*	.384**					
Sig. (2-tailed)	.014	.005	.183	.060	.000	.031	.001	.003	.000		.026	.021	.030	.002	.000	.000	.000	.000	.026	.015	.061	.000	.000	.001	.000	.043	.030	.032	.036	.030					.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X11 Pearson Correlation	.289**	.226**	.554**	.171**	.220**	.944**	.175**	.512**	.078	.132*	1	.432**	.193**	.196**	.237**	.148*	.186**	.225**	.984**	.301**	.335**	.206**	.205**	.271**	.079	.094	.961**	.127**	.132*	.961**	.760**					
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.003	.000	.187	.026		.000	.001	.001	.000	.012	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.180	.111	.000	.032	.026	.000					.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286

X12 Pearson Correlation	.192**	.188**	.323**	.221**	.181**	.386**	.244**	.251**	.193**	.137	.432**	1	.229**	.187**	.231**	.148*	.228**	.266**	.432**	.194**	.206**	.179**	.329**	.179**	.224**	.145*	.426**	.265**	.225**	.442**	.555**
Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.001	.021	.000	.000	.001	.000	.012	.000	.000	.000	.001	.000	.002	.000	.002	.000	.014	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X13 Pearson Correlation	.283**	.270**	.265**	.372**	.314**	.188**	.209**	.170**	.165**	.128	.193**	.229**	1	.259**	.270**	.349**	.310**	.234**	.171**	.162**	.166**	.175**	.285**	.211**	.227**	.158**	.188**	.313**	.266**	.188**	.460**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.004	.005	.030	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.006	.005	.003	.000	.000	.000	.008	.001	.000	.000	.001	.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X14 Pearson Correlation	.281**	.198**	.260**	.175**	.253**	.166**	.255**	.166**	.245**	.184**	.196**	.187**	.259**	1	.398**	.303**	.392**	.370**	.196**	.195**	.186**	.306**	.259**	.239**	.141*	.296**	.220**	.251**	.216**	.220**	.450**
Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.003	.000	.005	.000	.005	.000	.002	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.002	.000	.000	.000	.017	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X15 Pearson Correlation	.378**	.250**	.248**	.234**	.313**	.206**	.391**	.265**	.339**	.530**	.237**	.231**	.270**	.398**	1	.440**	.462**	.423**	.237**	.242**	.273**	.273**	.343**	.348**	.214**	.252**	.266**	.279**	.267**	.266**	.559**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X16 Pearson Correlation	.366**	.278**	.231**	.159**	.404**	.146*	.280**	.176**	.188**	.219**	.148*	.148*	.349**	.303**	.440**	1	.434**	.306**	.148*	.145*	.138*	.254**	.299**	.341**	.218**	.217**	.175**	.344**	.300**	.175**	.454**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.007	.000	.013	.000	.003	.001	.000	.012	.012	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.012	.014	.019	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.003	.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X17 Pearson Correlation	.437**	.286**	.289**	.225**	.543**	.187**	.508**	.183**	.258**	.302**	.186**	.228**	.310**	.392**	.462**	.434**	1	.550**	.186**	.315**	.286**	.632**	.394**	.602**	.243**	.437**	.239**	.386**	.305**	.239**	.576**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.002	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X18 Pearson Correlation	.394**	.286**	.243**	.245**	.403**	.228**	.462**	.271**	.181**	.295**	.225**	.266**	.234**	.370**	.423**	.306**	.550**	1	.225**	.270**	.241**	.436**	.377**	.406**	.256**	.312**	.222**	.369**	.303**	.222**	.539**

N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X25 Pearson Correlation	.138*	.145*	.118*	.090	.266**	.070	.173**	.064	.262**	.244**	.079	.224**	.227**	.141*	.214**	.218**	.243**	.256**	.062	.116	.134*	.233**	.564**	.238**	1	.298**	.075	.421**	.294**	.075	.387**	
Sig. (2-tailed)	.019	.014	.046	.131	.000	.241	.003	.282	.000	.000	.180	.000	.000	.017	.000	.000	.000	.000	.300	.050	.024	.000	.000	.000	.000	.206	.000	.000	.000	.206	.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X26 Pearson Correlation	.254**	.180**	.134*	.096	.222**	.091	.284**	.125*	.122*	.120*	.094	.145*	.158**	.296**	.252**	.217**	.437**	.312**	.094	.217**	.156**	.429**	.178**	.350**	.298**	1	.123*	.334**	.284**	.123*	.370**	
Sig. (2-tailed)	.000	.002	.023	.105	.000	.124	.000	.035	.039	.043	.111	.014	.008	.000	.000	.000	.000	.000	.111	.000	.008	.000	.002	.000	.000	.038	.000	.000	.000	.038	.000	
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X27 Pearson Correlation	.346**	.221**	.569**	.165**	.216**	.922**	.220**	.510**	.088	.128*	.961**	.426**	.188**	.220**	.266**	.175**	.239**	.222**	.961**	.270**	.308**	.203**	.228**	.310**	.075	.123*	1	.150*	.149*	.985**	.769**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.139	.030	.000	.000	.001	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.206	.038	.011	.012	.000	.000		
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X28 Pearson Correlation	.230**	.173**	.173**	.255**	.297**	.123*	.336**	.126*	.202**	.127*	.127*	.265**	.313**	.251**	.279**	.344**	.386**	.369**	.127*	.107	.066	.300**	.437**	.316**	.421**	.334**	.150*	1	.653**	.150*	.470**	
Sig. (2-tailed)	.000	.003	.003	.000	.000	.038	.000	.033	.001	.032	.032	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.032	.069	.267	.000	.000	.000	.000	.000	.011	.000	.011	.000		
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X29 Pearson Correlation	.195**	.234**	.127*	.268**	.223**	.125*	.273**	.132*	.200**	.124*	.132*	.225**	.266**	.216**	.267**	.300**	.305**	.303**	.132*	.081	.057	.235**	.397**	.209**	.294**	.284**	.149*	.653**	1	.149*	.434**	
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.032	.000	.000	.034	.000	.026	.001	.036	.026	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.026	.170	.333	.000	.000	.000	.000	.000	.012	.000	.012	.000		
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286
X30 Pearson Correlation	.346**	.221**	.569**	.165**	.216**	.922**	.220**	.510**	.103	.128*	.961**	.442**	.188**	.220**	.266**	.175**	.239**	.222**	.961**	.270**	.308**	.203**	.228**	.310**	.075	.123*	.985**	.150*	.149*	1	.772**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.082	.030	.000	.000	.001	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.206	.038	.000	.011	.012	.000		
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286

TO Pearson Correlation	.572**	.483**	.652**	.422**	.541**	.742**	.485**	.550**	.383**	.384**	.760**	.555**	.460**	.450**	.559**	.454**	.576**	.539**	.753**	.461**	.457**	.458**	.518**	.502**	.387**	.370**	.769**	.470**	.434**	.772**	1
TA Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1
N	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	286	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

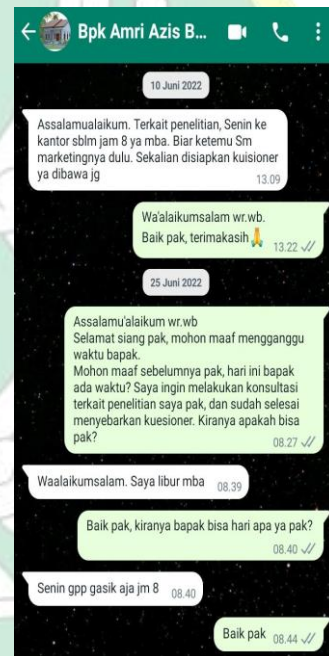
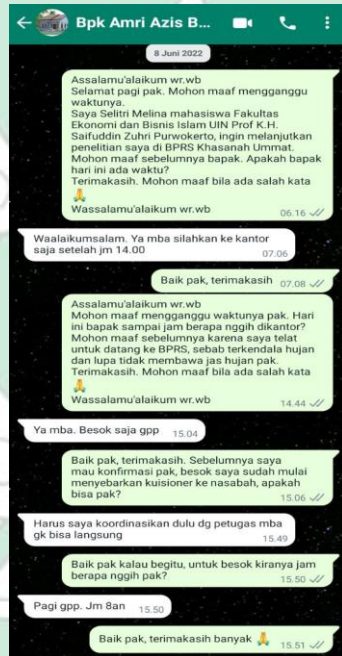
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary			
		N	%
Case	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	0
	Total	30	100.0

^a listwise deletion based on all variables in the procedure

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.867	30

Lampiran 4: Dokumentasi





DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri.

Nama : Selitri Melina
NIM : 1817202083
Tempat/Tgl. Lahir : Purbalingga, 13 Januari 2001
Alamat : Lamuk, RT. 17/RW. 09, Kadus V, Desa Lamuk.
Kec. Kejobong, Kab. Purbalingga.
Nama Orang Tua :
1. Ayah : Sudarso
2. Ibu : Wasiyah

Riwayat Pendidikan

TK/PAUD : TK Nurul Qur'an Desa Lamuk
SD/MI : SD N 2 Lamuk, 2012
SMP/MTs : MTs Ma'arif Nu 10 Krenceng, 2015
SMA/MA : MA N Purbalingga, 2018
S1 : UIN Prof. KH. Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2018

Pengalaman Organisasi

1. KIR (Karya Ilmiah Remaja) Cendekia
2. Rokhis Nurul Ilmi
3. IPNU/IPPNU

Purwokerto, 2 Agustus 2022



Selitri Melina

