

# KESESUAIAN EKSPEKTASI DAN PERSEPSI NASABAH TERHADAP KUALITAS JASA PADA BANK PUNDI CABANG A. RIVAI PALEMBANG

Ninin Non Ayu Salmah

## ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis ekspektasi dan persepsi nasabah terhadap kualitas jasa pada Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui kesesuaian ekspektasi dan persepsi nasabah terhadap kualitas jasa Bank Pundi Cabang A. Rivai. Teknik analisis data adalah untuk menghitung *gap* antara ekspektasi dengan persepsi responden. Perumusan *gap* kualitas jasa adalah skor *servqual*=skor persepsi-skor harapan, yang dihitung pada level *item-by-item analysis*, *dimension-by-dimension analysis* dan *gap servqual*. Hasil penelitian adalah terjadi ketidaksesuaian ekspektasi dan persepsi terhadap kualitas jasa Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang tetapi *gap servqual* yang terjadi cukup rendah dan diperkuat dengan pernyataan penting untuk rata-rata total ekspektasi responden terhadap kualitas jasa dan pernyataan baik untuk rata-rata total persepsi responden terhadap kualitas jasa.

Kata kunci : *ekspektasi, persepsi, kualitas jasa, model servqual*

## PENDAHULUAN

Kebutuhan masyarakat terhadap sarana penyelesaian transaksi, simpan pinjam dan investasi menyebabkan perkembangan dunia perbankan semakin pesat. Produk yang disediakan bank semakin beragam sebagai bentuk kepedulian bank terhadap ekspektasi masyarakat terhadap dunia perbankan, hal ini menyebabkan persaingan dalam dunia perbankan semakin pesat. Bank tidak hanya bersaing dengan bank lainnya tetapi juga perkembangan lembaga keuangan bukan bank telah menyebabkan persaingan dalam dunia penyedia jasa keuangan semakin kompetitif.

Dewasa ini bank berupaya menyediakan produk-produk dengan jaminan kecepatan dan ketepatan transaksi, kemudahan mendapatkan dana pinjaman dengan tingkat bunga bersaing serta menyediakan berbagai instrumen investasi yang didukung dengan ketersediaan jasa yang berkualitas. Penyediaan jasa yang berkualitas merupakan prinsip dasar dari jasa perbankan sebagai bentuk

tanggung jawab bank terhadap masyarakat yang telah bersedia memilih bank sebagai alat pemenuhan kebutuhan masyarakat dalam bidang keuangan.

PT. Bank Pundi Indonesia, Tbk berdiri pada tanggal 11 September 1992 dengan nama PT. Executive International Bank dan kemudian berganti nama menjadi PT. Bank Pundi Indonesia, Tbk pada tanggal 23 September 2010 adalah salah satu bank yang memiliki kepedulian terhadap perkembangan kebutuhan masyarakat. Bank Pundi telah meluncurkan berbagai produk yang menitikberatkan strategi pada pengembangan pembiayaan di sektor usaha mikro serta usaha kecil dan menengah.

Struktur pendanaan diarahkan pada dana-dana ritel (*retail funding*) untuk mendukung fokus pembiayaan kredit mikro pada usaha kecil dan menengah. Produk kredit mikro yang ditawarkan oleh Bank Pundi adalah Kredit Mikro Pundi Pundi, Kredit Mikro Pundi Emas, Kredit Mikro Pundi Perak, Kredit Mikro Pundi Perunggu dan Kredit Mikro Pundi KRK.

---

\*) Dosen Tetap Fakultas Ekonomi UPGRI Palembang

Bank Pundi juga menawarkan produk tabungan dan deposito. Tabungan merupakan produk yang berfungsi sebagai sarana untuk menyimpan dana bagi nasabah juga untuk memperlancar transaksi yang dilakukan nasabah baik dengan memanfaatkan berbagai fitur yang disediakan Bank Pundi. Tabungan Bank Pundi disertai dengan program menarik yang didukung jaringan ATM dan dapat digunakan pada lebih dari 40 ribu mesin ATM PRIMA dan ATM Bersama. Semua produk yang disediakan Bank Pundi bertujuan untuk memberikan jasa yang berkualitas kepada seluruh nasabah.

Bank Pundi telah memiliki cabang di seluruh Indonesia, salah satunya adalah Cabang A. Rivai Palembang. Bank Pundi Cabang A Rivai Palembang yang melayani masyarakat Kota Palembang berupaya memberikan jasa berkualitas secara berkelanjutan kepada nasabahnya dengan tujuan untuk menjaga kinerjanya pada tingkat terbaik. Reputasi perusahaan dijaga melalui upaya mempertahankan kinerja jasa yang berkualitas. Nasabah akan memperoleh kepuasan terhadap jasa perbankan apabila ekspektasi atau harapan terhadap jasa yang diterimanya terpenuhi, dengan demikian nasabah akan memiliki loyalitas terhadap produk-produk yang dihasilkan Bank Pundi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kesesuaian ekspektasi dan persepsi nasabah terhadap kualitas jasa Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat pengetahuan kepada peneliti terutama bidang kualitas jasa dan diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam memahami ekspektasi konsumen.

## **LANDASAN TEORI**

### **Ekspektasi Konsumen**

Harapan atau ekspektasi didefinisikan sebagai hasrat atau keinginan konsumen yaitu apa yang mereka rasakan harus (dan bukan bakal) ditawarkan penyedia jasa (Tjiptono dan Chandra, 2005:149). Pemahaman terhadap ekspektasi konsumen adalah prasyarat untuk peningkatan kualitas dan mencapai kepuasan total (Garsperz, 2005:120).

Lovelock, et al. (2010:15) menjelaskan komponen ekspektasi adalah layanan yang diinginkan, layanan yang memadai dan layanan yang diperkirakan, diantara tingkat layanan yang diinginkan dan memadai terdapat suatu zona toleransi dimana pelanggan mau menerima variasi tingkat layanan yang diberikan. Pelanggan akan mengevaluasi kinerja jasa dan membandingkannya dengan ekspektasi pada tahap pasca menerima jasa.

### **Persepsi Konsumen**

Persepsi didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan berkenaan dengan jasa yang diterima atau dialami (Tjiptono dan Chandra, 2005:148). Robbins dan Judge (2008:175) mendefinisikan persepsi sebagai proses dimana individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensoris mereka guna memberikan arti bagi lingkungan mereka.

Takeuchi dan Quelch dalam Garsperz (2005:118) mengemukakan faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen tentang kualitas yaitu 1)sebelum membeli produk meliputi image, pengalaman dan opini, reputasi dan publikasi; 2)saat membeli produk meliputi spesifikasi, kondisi dan persyaratan jaminan dan kebijaksanaan perbaikan; 3)sesudah membeli produk meliputi kemudahan

penggunaan, keandalan produk dan performansi komparatif.

## Jasa

Kotler dalam Tjiptono (2008:134) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Heizer dan Render (2015:7) mendefinisikan jasa sebagai aktivitas ekonomi yang menghasilkan produk tidak berwujud. Jasa memiliki karakteristik tak berwujud, diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, unik, interaksi dengan pelanggan tinggi dan definisi produk tidak konsisten (Heizer dan Render, 2015:8).

## Kualitas Jasa

Lovelock, et al. (2010:154) mendefinisikan kualitas jasa sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Zeithalm, et al. dalam Lovelock, et al. (2010:154) menjelaskan dimensi kualitas jasa yaitu 1) *tangibles* atau penampilan unsur fisik; 2) *reliability* atau kinerja yang dapat diandalkan dan akurat; 3) *responsiveness* meliputi kecepatan dan kegunaan 4) *assurance* meliputi kredibilitas, keamanan, kompetensi dan kesopanan; 5) *emphaty* meliputi akses mudah, komunikasi yang baik dan pemahaman pelanggan.

## Model *Servqual*

Tjiptono dan Chandra (2005:145) mengemukakan model *servqual* (*service quality*) atau *gap analysis model* dikembangkan oleh A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml dan Leonard L. Berry. Model *servqual* merupakan model yang menegaskan apabila kinerja pada suatu atribut

meningkat lebih besar dari ekspektasi atas atribut bersangkutan maka persepsi terhadap kualitas jasa akan positif atau sebaliknya.

Model konseptual *servqual* menjelaskan *gap* (kesenjangan) kualitas jasa yaitu 1) *gap* antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen 2) *gap* antara persepsi manajemen terhadap harapan konsumen dan spesifikasi kualitas jasa 3) *gap* antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa 4) *gap* antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal 5) *gap* antara jasa yang dipersepsikan dengan jasa yang diharapkan.

Strategi mengurangi *gap* kualitas jasa adalah 1) mempelajari apa yang diharapkan pelanggan 2) menyusun standar kualitas jasa 3) memastikan kinerja jasa sesuai standar 4) memastikan penyampaian jasa sesuai janji yang diberikan.

## Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian mengenai persepsi dan ekspektasi telah dilakukan, diantaranya penelitian Huda dan Subagyo (2015) yang menghasilkan terdapat kesenjangan atau ketidaksesuaian antara persepsi dan harapan nasabah atas kualitas pelayanan berupa bukti fisik, keandalan, daya tanggap dan ada kesesuaian antara persepsi dan harapan pada kualitas layanan berupa jaminan. Penelitian Tantrisna dan Prawitasari (2006) menghasilkan ada *gap* yang signifikan antara harapan dan persepsi terhadap kualitas makanan yang disediakan selama penerbangan, penelitian Febrianti dan Setyawan (2007) menghasilkan terdapat *gap* antara harapan dan persepsi konsumen terhadap dimensi website serta penelitian Aryani dan Rosinta (2010) yang menyimpulkan

dimensi terkuat dalam menjelaskan kualitas layanan berturut-turut adalah *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangibility*.

## METODE

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas jasa. Kualitas jasa merupakan ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan eskpektasi pelanggan (Lewis & Booms dalam Tjiptono dan Chandra, 2005:121).

Kualitas jasa memiliki 5 dimensi berdasarkan *model servqual* (Tjiptono dan Chandra, 2005, 157). Dimensi *model servqual* terdiri dari dimensi keandalan dengan atribut atau item a)keandalan karyawan menangani masalah b)penyampaian jasa secara benar c)proses dokumentasi tanpa kesalahan d)layanan yang cepat bagi nasabah e)karyawan memberi pelayanan hingga tuntas; 2)daya tanggap dengan atribut a)kesiapan karyawan menanggapi keluhan nasabah b)kesediaan karyawan untuk membantu nasabah 3)jaminan dengan atribut a)karyawan memiliki pengetahuan yang baik sesuai tugasnya b)karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah: 4)empati dengan atribut a)memberikan perhatian individual kepada para pelanggan b)karyawan bersikap sopan kepada nasabah c)karyawan bersikap ramah kepada nasabah dan 5)bukti fisik dengan atribut a)ketersediaan area parkir yang memadai b)desain interior yang menarik c) kerapian penampilan karyawan .

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank Pundi Cabang A Rivai pada tahun 2015 yang berjumlah 1118 orang. Teknik pengambilan sampel adalah *simple random sampling* dimana sampel yang akan menjadi responden penelitian dipilih

secara acak dari populasi. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini berdasarkan ketentuan Gay dan Diehl yang mengemukakan bahwa untuk penelitian deskriptif minimal jumlah sampel adalah 10% dari populasi (Sanusi, 2016:100) sehingga jumlah anggota sampel dalam penelitian ini sebanyak 112 orang.

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari obyek penelitian. Data penelitian diperoleh menggunakan teknik pengumpulan data yaitu 1) observasi yaitu dengan melakukan pengamatan langsung pada Bank Pundi Cabang A Rivai Palembang 2) wawancara yaitu dengan melakukan tanya jawab dengan manajemen Bank Pundi Cabang A Rivai Palembang 3) kuisisioner yaitu dengan memberikan kuisisioner kepada responden untuk memperoleh tanggapan terhadap pernyataan dalam kuisisioner.

Kuisisioner sebagai instrumen penelitian menyediakan pernyataan untuk setiap pasang pernyataan berkaitan dengan ekspektasi dan persepsi responden terhadap kualitas jasa Bank Pundi Cabang A Rivai Palembang. Instrumen penelitian diukur dengan skala Likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2009:132). Penggunaan skala Likert bertujuan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti.

Setiap pernyataan mengenai ekspektasi dan persepsi responden terhadap kualitas jasa memuat 5 pernyataan dimana tanggapan atas pernyataan tersebut kemudian dikuantifikasi dengan pemberian skor masing-masing tanggapan. Jawaban mengenai sangat penting atau sangat baik diberikan skor 5, jawaban penting

atau baik diberi skor 4, cukup penting atau cukup baik diberi skor 3, tidak penting atau tidak baik diberi skor 2 dan sangat tidak penting atau sangat tidak baik diberi skor 1.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan *model servqual* untuk menghitung *gap* antara ekspektasi dengan persepsi responden. *Gap* kualitas jasa diperoleh dengan rumus skor  $servqual = \text{skor persepsi} - \text{skor harapan}$ . Data yang diperoleh melalui instrumen *servqual* kemudian dipergunakan untuk menghitung skor *gap* kualitas jasa pada berbagai level yaitu 1) *item-by-item analysis* 2) *dimension-by-dimension analysis* 3) *gap servqual* sebagai ukuran tunggal kualitas jasa (Zeithalm dalam Tjiptono dan Chandra, 2005, 156-157).

Total penilaian tingkat ekspektasi dan persepsi nasabah masing-masing atribut atau item diperoleh dengan menjumlahkan hasil perkalian jumlah responden yang memilih tanggapan pada masing-masing pernyataan dengan masing-masing skala pengukuran sesuai tanggapan yang diberikan responden, kemudian dicari rata-rata ekspektasi dan rata-rata persepsi responden terhadap kualitas jasa Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang. Nilai rata-rata tersebut kemudian digunakan dalam analisis ekspektasi dan persepsi responden terhadap kualitas jasa yang selanjutnya digunakan dalam menghitung dan menganalisis kesesuaian persepsi dan ekspektasi responden terhadap kualitas jasa (*gap analysis*).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Ekspektasi Responden terhadap Kualitas Jasa

Penilaian ekspektasi atau harapan responden terhadap kualitas jasa Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang disajikan pada tabel berikut ini.

Atribut Kualitas Jasa	Rata-Rata	Urutan
Keandalan karyawan menangani masalah	4,17	7
Penyampaian jasa secara benar	4,26	1
Proses dokumentasi tanpa kesalahan	4,21	5
Layanan yang cepat bagi nasabah	4,22	4
Karyawan memberi pelayanan hingga tuntas	4,13	9
Kesiapan karyawan menanggapi keluhan nasabah	4,14	8
Kesediaan karyawan untuk membantu nasabah	4,17	7
Karyawan memiliki pengetahuan yang baik sesuai tugasnya	4,21	5
Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah	4,13	9
Karyawan memberikan perhatian individual kepada nasabah	4,23	3
Karyawan bersikap sopan kepada nasabah	4,21	5
Karyawan bersikap ramah kepada nasabah	4,23	3
Ketersediaan area parkir yang memadai	4,18	6
Desain interior yang menarik	4,24	2
Kerapian penampilan karyawan	4,09	10
Rata-rata total	4,19	

Tabel di atas memperlihatkan rata-rata skor atribut kualitas jasa Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang berdasarkan ekspektasi responden

serta urutan tingkat ekspektasi responden untuk setiap atribut. Skor ekspektasi responden tertinggi adalah atribut penyampaian jasa secara

benar. Responden mengharapkan jasa yang disampaikan oleh Bank Pundi Cabang A. Rivai merupakan jasa yang berkualitas yang dapat memberikan rasa aman terhadap dana yang ditabung dan didepositokan, kepastian jangka waktu angsuran dan jumlah pembayaran angsuran kredit, keamanan agunan kredit serta kenyamanan dalam bertransaksi.

PT. Bank Pundi Indonesia, Tbk menjunjung tinggi profesionalisme dan menerapkan peraturan yang ditetapkan oleh otoritas perbankan Indonesia dengan menetapkan *service level approval* atau SLA. *Service level approval* merupakan standar operasional prosedur pelayanan jasa dan wajib diterapkan seluruh jajaran manajemen dan karyawan PT. Bank Pundi Indonesia, Tbk beserta cabang-cabangnya di seluruh Indonesia.

Skor rata-rata ekspektasi responden terendah adalah atribut kerapian penampilan karyawan. Responden memberikan peringkat terendah terhadap atribut tersebut karena responden memahami bahwa penampilan yang rapi dalam dunia jasa merupakan hal yang tidak bisa dipisahkan dari nilai-nilai yang dianut setiap pemberi jasa, dengan demikian penampilan yang rapi merupakan komponen performansi setiap karyawan secara keseluruhan. Responden memberikan skor rata-rata terendah untuk tingkat ekspektasi responden terhadap kerapian

penampilan karyawan tidak berarti atribut tersebut tidak penting bagi responden.

Skor rata-rata atribut kerapian penampilan karyawan sebesar 4,09 yang menunjukkan skor tersebut berada pada rentang pernyataan penting sampai dengan sangat penting. Letak skor 4,09 pada garis bilangan berada lebih dekat dengan skor 4, dengan demikian dapat disimpulkan responden menganggap penting atribut kerapian penampilan karyawan Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang.

Skor rata-rata ekspektasi setiap atribut jasa yang diharapkan responden Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang berada pada rentang penting sampai dengan sangat penting. Letak skor setiap atribut pada garis bilangan berada lebih dekat dengan skor 4, dengan demikian dapat disimpulkan responden memberikan tanggapan penting untuk setiap atribut kualitas jasa Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang.

Skor rata-rata total ekspektasi responden adalah 4,19 atau terletak pada rentang penting sampai dengan sangat penting. Letak skor 4,19 pada garis bilangan berada lebih dekat dengan skor 4 sehingga dapat disimpulkan responden memberikan tanggapan penting terhadap kualitas jasa Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang secara keseluruhan.

### Persepsi Responden terhadap Kualitas Jasa

Rata-rata persepsi responden terhadap kualitas jasa Bank Pundi Indonesia Cabang A. Rivai Palembang disajikan pada tabel berikut ini.

Atribut Kualitas Jasa	Rata-Rata	Urutan
Keandalan karyawan menangani masalah	3,81	6
Penyampaian jasa secara benar	3,79	8
Proses dokumentasi tanpa kesalahan	3,79	8
Layanan yang cepat bagi nasabah	3,88	1
Karyawan memberi pelayanan hingga tuntas	3,79	8

Kesiapan karyawan menanggapi keluhan nasabah	3,80	7
Kesediaan karyawan untuk membantu nasabah	3,80	7
Karyawan memiliki pengetahuan yang baik sesuai tugasnya	3,83	4
Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah	3,79	8
Karyawan memberikan perhatian individual kepada nasabah	3,85	2
Karyawan bersikap sopan kepada nasabah	3,83	4
Karyawan bersikap ramah kepada nasabah	3,82	5
Ketersediaan area parkir yang memadai	3,74	9
Desain interior yang menarik	3,81	6
Kerapian penampilan karyawan	3,84	3
Rata-rata total	3,81	

Tabel di atas memperlihatkan rata-rata skor atribut kualitas jasa Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang berdasarkan persepsi responden serta urutan persepsi responden untuk setiap atribut. Skor rata-rata persepsi tertinggi adalah atribut layanan yang cepat bagi nasabah sebesar 3,88. PT. Bank Pundi Indonesia, Tbk tidak terkecuali Bank :Pundi Cabang A. Rivai menerapkan *service level approval* untuk waktu tunggu nasabah yaitu dilayani *teller* maksimal 5 menit sehingga nasabah lain tidak terlalu lama berada pada jalur antrian. Nasabah disediakan tempat duduk ketika berada pada antrian pelayanan *teller* agar nasabah merasa nyaman.

*Service level approval* untuk kredit kepada Bank Pundi menerapkan waktu tunggu maksimal 3 hari kerja. Waktu tunggu merupakan proses yang dimulai dari pengajuan berkas sampai pinjaman dinyatakan layak oleh analis kredit, mendapatkan persetujuan manajemen kemudian melakukan penandatanganan penjanjian pinjaman antara nasabah dengan pihak manajemen Bank Pundi Cabang A. Rivai serta pencairan dana pinjaman melalui transfer pihak bank ke rekening nasabah adalah maksimal 3 hari kerja.

Skor rata-rata persepsi responden terendah adalah atribut ketersediaan area parkir yang memadai. Area parkir Bank :Pundi

Cabang A. Rivai Palembang dirasakan responden cukup padat pada jam 10.00-11.30 WIB dimana pada waktu tersebut banyak nasabah melakukan transaksi secara langsung pada *teller* atau *customer service* walaupun waktu operasional pelayanan kepada nasabah PT. Bank :Pundi Indonesia Cabang A. Rivai adalah jam 08.00–15.00 WIB.

Responden memberikan skor rata-rata terendah untuk persepsi terhadap atribut ketersediaan area parkir yang memadai tidak berarti atribut tersebut tidak baik. Rata-rata skor atribut ketersediaan area parkir sebesar 3,74 berarti berada pada rentang pernyataan cukup baik sampai dengan baik. Letak skor 3,74 pada garis bilangan berada lebih dekat dengan skor 4, dengan demikian dapat disimpulkan responden memberikan tanggapan baik terhadap atribut ketersediaan area parkir yang memadai pada Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang.

Skor rata-rata persepsi setiap atribut jasa Bank :Pundi terletak pada rentang cukup baik dan baik. Letak skor setiap atribut pada garis bilangan berada lebih dekat dengan skor 4, sehingga dapat disimpulkan responden memberikan tanggapan baik terhadap atribut-atribut kualitas jasa Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang.

Skor rata-rata total persepsi adalah 3,81 atau terletak pada rentang cukup baik sampai dengan baik. Letak skor 3,81 pada garis bilangan berada lebih dekat dengan skor 4, dengan

demikian dapat disimpulkan responden memberikan tanggapan baik terhadap kualitas jasa Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang secara keseluruhan.

### Kesesuaian Ekspektasi dan Persepsi Responden terhadap Kualitas Jasa

Kesesuaian ekspektasi dan persepsi responden dapat dianalisis dengan *gap servqual*. Tabel berikut ini menyajikan *gap servqual* kualitas jasa berdasarkan *item-by-item analysis*.

Atribut	Gap Servqual	Urutan
Keandalan karyawan menangani masalah	-0,36	7
Penyampaian jasa secara benar	-0,47	1
Proses dokumentasi tanpa kesalahan	-0,42	3
Layanan yang cepat bagi nasabah	-0,35	8
Karyawan memberi pelayanan hingga tuntas	-0,35	8
Kesiapan karyawan menanggapi keluhan nasabah	-0,34	9
Kesediaan karyawan untuk membantu nasabah	-0,37	6
Karyawan memiliki pengetahuan yang baik sesuai tugasnya	-0,38	5
Karyawan mampu menjawab pertanyaan nasabah	-0,34	9
Karyawan memberikan perhatian individual kepada nasabah	-0,38	5
Karyawan bersikap sopan kepada nasabah	-0,38	5
Karyawan bersikap ramah kepada nasabah	-0,41	4
Ketersediaan area parkir yang memadai	-0,44	2
Desain interior yang menarik	-0,38	5
Kerapian penampilan karyawan	-0,25	10

Tabel di atas memperlihatkan terjadi *gap* kualitas jasa yang dihitung berdasarkan skor *servqual* yaitu dengan mengurangi skor persepsi dengan skor ekspektasi beserta urutan *gap* kualitas jasa setiap atribut. Skor *servqual* berdasarkan *item-by-item analysis* kualitas jasa memperlihatkan adanya *gap* kualitas jasa pada semua atribut kualitas jasa dan bertanda negatif. Nilai negatif menunjukkan responden merasa ekspektasinya terhadap kualitas jasa Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang belum terpenuhi.

*Gap servqual* tertinggi dan bertanda negatif adalah atribut penyampaian jasa secara benar yang menunjukkan adanya *gap* kualitas

jasa yang cukup besar antara persepsi dan ekspektasi responden. Nasabah mengharapkan penyampaian jasa secara benar oleh karyawan Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang yang dinyatakan dengan skor rata-rata ekspektasi tertinggi tetapi skor rata-rata persepsi responden untuk atribut tersebut tidak memperoleh skor tertinggi, dengan demikian terjadi *gap* kualitas jasa yang cukup besar.

*Gap servqual* terendah dan bertanda negatif adalah atribut kerapian penampilan karyawan yang menunjukkan adanya *gap* antara persepsi dan ekspektasi responden terhadap kualitas jasa yang tidak terlalu besar. Responden memberikan skor rata-rata ekspektasi terendah



untuk atribut kerapian penampilan karyawan diiringi dengan skor rata-rata persepsi responden yang tidak terlalu rendah sehingga *gap* kualitas jasa yang terjadi tidak terlalu besar.

Tabel berikut ini menyajikan *gap servqual* berdasarkan *dimension by dimension analysis*.

Dimensi	Gap Servqual	Urutan
Keandalan	-0,39	1
Daya tanggap	-0,35	3
Jaminan	-0,36	2
Empati	-0,39	1
Bukti Fisik	-0,36	2

Tabel di atas memperlihatkan *Gap servqual* berdasarkan *dimension by dimension analysis* serta urutan *gap* kualitas jasa setiap dimensi. Terdapat *gap* kualitas jasa pada setiap dimensi kualitas jasa dan bertanda negatif. *Gap servqual* tertinggi dan bertanda negatif adalah dimensi keandalan dan empati yang menunjukkan adanya *gap* kualitas jasa yang cukup besar antara persepsi dan ekspektasi responden apabila dibandingkan dengan dimensi-dimensi lainnya. *Gap servqual* terjadi karena responden memiliki ekspektasi yang tinggi untuk dimensi-dimensi kualitas jasa tetapi persepsi responden terhadap dimensi-dimensi tersebut tidak setinggi ekspektasi responden.

Tabel berikut ini menyajikan *gap servqual* kualitas jasa secara keseluruhan.

Dimensi	Gap Servqual
Kualitas jasa	-0,38

Tabel di atas memperlihatkan adanya *gap servqual* kualitas jasa yang diperoleh sebagai ukuran tunggal kualitas jasa dan bertanda negatif. *Gap servqual* kualitas jasa yang terjadi menunjukkan nilai lebih rendah daripada *gap* dimensi keandalan dan

empati tetapi lebih tinggi dari *gap* dimensi-dimensi kualitas jasa lainnya.

Apabila *gap servqual* kualitas jasa dibandingkan dengan *gap* berdasarkan *item-by-item analysis* maka *gap* berdasarkan *item-by-item analysis* lebih tinggi dari *gap servqual* kualitas jasa pada item penyampaian jasa secara benar, proses dokumentasi tanpa kesalahan, karyawan bersikap ramah kepada nasabah dan ketersediaan area parkir yang memadai sedangkan item lainnya memiliki besaran *gap* yang sama atau lebih kecil dari *gap* kualitas jasa.

Berdasarkan *gap analysis* melalui *gap servqual* terjadi ketidaksesuaian ekspektasi dan persepsi responden terhadap kualitas jasa Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang yang terlihat dari terjadinya *gap servqual* dan bertanda negatif. *Gap servqual* yang terjadi cukup rendah yaitu bernilai kurang dari 1 apabila dibandingkan dengan skor tertinggi tanggapan responden yaitu 5. *Gap servqual* yang rendah juga diperkuat dengan pernyataan pernyataan penting untuk rata-rata total ekspektasi responden terhadap kualitas jasa dan baik untuk rata-rata total persepsi responden terhadap kualitas jasa.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah 1) responden menyatakan penting terhadap setiap atribut jasa yang diharapkan maupun kualitas jasa secara keseluruhan 2)responden memberikan persepsi baik untuk setiap atribut kualitas jasa maupun kualitas jasa secara keseluruhan 3)skor *servqual* sebagai ukuran kesesuaian ekspektasi dan persepsi responden terhadap kualitas jasa berdasarkan *item-by-item analysis*. *dimension by dimension analysis* dan *gap servqual* kualitas jasa menunjukkan adanya *gap*

kualitas jasa dan bertanda negatif yang berarti responden merasa ekspektasinya terhadap kualitas jasa Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang belum terpenuhi walaupun *gap servqual* yang terjadi bernilai cukup rendah.

Saran dari penelitian ini adalah 1) Bank Pundi Cabang A. Rivai Palembang hendaknya berupaya mengubah tanda negatif *gap* kualitas jasa menjadi positif 2) perubahan tanda *gap* kualitas jasa melalui peningkatan kinerja kualitas jasa sehingga persepsi nasabah terhadap kualitas jasa lebih tinggi dari ekspektasi nasabah.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Aryani, Dwi dan Febriana Rosinta. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis & Birokrasi, Ilmu Administrasi dan Organisasi*. ISSN 0854-3844 volume 17 nomor 2 Mei–Agustus 2010 halaman 114-126
- Febrianti, Evi dan Iwan Eko Setyawan. Analisis Harapan dan persepsi Konsumen terhadap Dimensi *Website* Hotel Bintang Lima di Surabaya. *Jurnal Manajemen Perhotelan* volume 3 nomor 2 September 2007 hal. 102-113
- Garsperz, Vincent. 2005. *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis, Edisi Revisi dan Perluasan*, Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2015. *Manajemen Operasi. Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*. Edisi 11. Salemba Empat. Jakarta.
- Huda Qomarul dan Rokhmat Subagyo. Analisis Kesesuaian Harapan dan Persepsi atas Kualitas Layanan (*Service Quality*) pada Bank Umum Syariah di Tulungagung. *Jurnal Modernisasi* p-ISSN:0216-373X e-ISSN:2502-4078 volume 11 nomor 1 Februari 2015 hal.13-28
- Lovelock, Christoper, Jochen Wirtz dan Jacky Mussri. 2010. *Pemasaran Jasa, Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia*. Edisi 7 Erlangga. Jakarta
- Robbins, P Stephen & Judge A. Timothy. 2008. *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat. Jakarta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta Bandung.
- Sanusi, Anwar. 2016. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat. Jakarta.
- Tantrisna Christine dan Kanya Prawitasari. Analisa Harapan dan Persepsi Penumpang terhadap Kualitas Makanan yang Disediakan oleh Maskapai Penerbangan Domestik di Indonesia. *Jurnal Manajemen Perhotelan* volume 2 nomor 1 Maret 2006 hal. 36-46
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Andi. Jakarta
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. *Service, Quality & Satisfaction*. Andi. Jakarta.