

KUALITAS PELAYANAN PADA BANK JAWA TENGAH (Studi Kasus : Bank Jateng Cabang Tembalang)

Yosi Dhyas Monica¹, Abdul Hoyyi^{2*}, Moch. Abdul Mukid³

¹Mahasiswa Jurusan Statistika FSM UNDIP

^{2,3}Staf Pengajar Jurusan Statistika FSM UNDIP

ABSTRACT

Service attendance quality is superiority level which is be expected and control above its superiority level for satisfying konsumen's desire. In this case, there are 5 service quality dimensions. Those are *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, and *emphaty*. This research study was doing at Bank Jateng, where the respondents are the customer of Bank Jateng. *Importance Performance Analysis* consist of two components, there are quadrant analysis and discrepancy analysis (*gap*). Quadran analysis can find out the respond of cusumens against variable which has plotted based on interest and performance level from those variables. While gap analysis is being used for perceiving discrepancy between performance of a variable with the expectation from konsumen against its variable. *Customer Satisfaction Index (CSI)* is used for discovering overall satisfaction level of customers. The T^2 hotelling control chart is to know the qualiyy control of two or more related quality characteristics. Result of the research is showing that for quadran analysis, those variables which representing 5 service quality dimensions be located spread in different quadran. For gap analysis, the service perormance of a bank represented by 20 variables who representing 5 service quality dimensions, all of which is still under customers expectation. *CSI* value aa big as 72,22% which is mean customers satisfaction index is on the satisfaction criteria. On T Hotelling chart is said that the process is not restrained statistically yet because there are 4 points is on the top of control chart.

Keywords: Service Quality, Importance-Performance Analysis, Customer Satisfaction Index, Hotelling T2 Control Chart.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kualitas jasa yang baik merupakan hal yang sangat penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan, namun untuk memahami bagaimana mengevaluasi kualitas yang diterima oleh konsumen tidaklah mudah. Kualitas jasa lebih sukar untuk dievaluasi dibandingkan dengan kualitas barang, kualitas jasa tidak diciptakan melalui proses produksi dalam pabrik untuk kemudian diserahkan kepada konsumen sebagai kualitas barang. Sebagian besar kualitas jasa diberikan selama penyerahan jasa terjadi dalam proses interaksi diantara konsumen dan terdapat kontak personil dengan penyelenggara jasa tersebut.

Bank Jateng merupakan perbankan yang mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Dalam lembaga kepercayaan ini Bank Jateng harus menjaga kredibilitas kepada nasabahnya. Persaingan yang semakin ketat menuntut dunia perbankan untuk selalu meningkatkan pelayanannya terhadap nasabah. Dengan kualitas pelayanan yang baik akan diyakini dapat meningkatkan kepuasan nasabah, namun dimensi kualitas jasa sangat beragam, hal inilah yang mempersulit dalam penerapan strategi pelayanan yang baik.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, menganalisis tingkat kepuasan nasabah terhadap fasilitas yang disediakan oleh bank, menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah, dan memonitor kualitas pelayanan bank dengan grafik pengendali multivariat.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Dimensi Kualitas Jasa

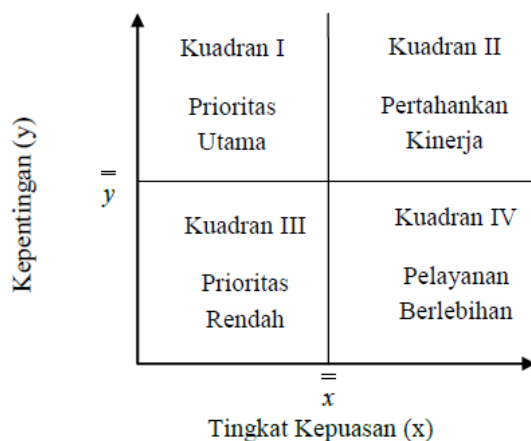
Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Ada 5 dimensi kualitas jasa yaitu :

1. Berwujud (*Tangible*) yaitu penampilan fisik, peralatan, personil dan media komunikasi.
2. Keandalan (*Reliability*) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
3. Responsif (*Responsiveness*) yaitu kemampuan membantu pelanggan dan memberikan layanan jasa dengan cepat.
4. Keyakinan (*Assurance*) yaitu pengetahuan dan kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.
5. Empati (*Emphaty*) yaitu syarat untuk peduli, memberikan perhatian pribadi bagi pelanggan^[7].

2.2. Importance-Performance Analysis

Importance-Performance Analysis terdiri atas dua komponen yaitu analisis kuadran dan analisis kesenjangan (*gap*). Dengan analisis kuadran dapat diketahui respon konsumen terhadap variabel yang diplotkan berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja dari variabel tersebut. Sedangkan analisis kesenjangan (*gap*) digunakan untuk melihat kesenjangan antara kinerja suatu variabel dengan harapan konsumen terhadap variabel tersebut.

Langkah pertama untuk analisis kuadran adalah menghitung rata-rata penilaian kepentingan \bar{y}_k dan rata-rata kinerja \bar{x}_k untuk setiap variabel dengan $k= 1,2,\dots,p$ dan p merupakan banyaknya variabel. Langkah selanjutnya adalah menghitung rata-rata tingkat kepentingan \bar{y} dan rata-rata kinerja \bar{x} untuk keseluruhan variabel. Nilai \bar{x} ini memotong tegak lurus pada sumbu horizontal yaitu sumbu yang mencerminkan kinerja variabel (x) sedangkan nilai \bar{y} memotong tegak lurus pada sumbu vertikal yaitu sumbu yang mencerminkan kepentingan variabel (y). Setelah diperoleh bobot kinerja dan kepentingan atribut serta nilai rata-rata kinerja dan kepentingan variabel. Kemudian nilai-nilai tersebut diplotkan ke dalam diagram kartesius seperti pada Gambar 1 berikut.



Gambar 1. Kuadran *Importance-Performance Analysis*^[6]

2.3. Customer Satisfaction Index (CSI)

CSI (Customer Satisfaction Index) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah secara menyeluruh dengan melihat tingkat kepentingan dari atribut-atribut produk atau jasa. Untuk mengetahui besarnya *CSI*, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut (Aritonang, dalam Oktaviani, 2006) :

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* tiap-tiap variabel.
2. Membuat *Weight Factors (WF)* per variabel. Bobot ini merupakan persentase nilai *MIS* per variabel terhadap total *MIS* seluruh variabel.
3. Menentukan *Mean Satisfaction Score (MSS)* tiap atribut.
4. Membuat *Weight Score (WS)* tiap variabel. Bobot ini merupakan perkalian antara WF_k dan MSS_k
5. Menentukan *Customer Satisfaction Index (CSI)*

$$CSI = \frac{\sum_{k=1}^p WSk}{HS} \times 100\%$$

Dengan HS : (*Highest Scale*) = skala maksimum yang digunakan^[4].

2.4. Grafik Pengendali Multivariat

Grafik pengendali multivariat menggunakan grafik pengendali T^2 Hotelling. Asumsi yang harus dipenuhi adalah data observasi berdistribusi normal multivariat^[3].

2.4.1 Distribusi Normal Multivariat

Distribusi normal multivariat mempunyai fungsi densitas normal multivariat p dimensi untuk vektor random $x' = [x_1, x_2, x_3, \dots, x_p]$ adalah:

$$f(x) = \frac{1}{(2\pi)^{\frac{1}{2}} |\Sigma|^{\frac{1}{2}}} \exp \left[-\frac{1}{2} (x - \mu) \Sigma^{-1} (x - \mu) \right]$$

diberi notasi $N_p(\mu_p, \Sigma)$ ^[2].

2.4.2 Konstruksi Grafik Pengendali

Grafik pengendali T^2 Hotelling digunakan untuk pengendalian kualitas bersama-sama dua atau lebih karakteristik kualitas yang berhubungan. Untuk membuat grafik pengendali Hotelling terlebih dahulu dicari vektor rata-rata sampel (\bar{x}) dan matriks varians kovarian (S). Kemudian dihitung nilai invers dari matriks S . Untuk observasi ke- j , sebanyak n observasi dengan masing-masing ukuran observasi adalah 1, dan p

adalah pengamatan karakteristik kualitas masing-masing observasi, nilai statistik T^2 nya adalah sebagai berikut :

$$T_j^2 = (x_j - \bar{x}) S^{-1} (x_j - \bar{x}), j = 1, 2, \dots, n$$

Kemudian dibuat plot antara nilai T_j^2 dengan satuan observasi.

Digunakan Batas Pengendali Bawah (BPB) = 0 , Batas Pengendali Atas (BPA) = $\chi^2_{\alpha, p}$. Tidak ada Garis Tengah (GT) pada grafik T^2 ^[3].

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Data Penelitian

3.1.1 Sumber Data

Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Untuk data primer diperoleh dari penyebaran kuesioner, wawancara dengan konsumen atau nasabah, dan pengamatan langsung di lapangan. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku dan internet antara lain berupa profil Bank dan fasilitas serta layanan Bank.

3.1.2 Metode Pengambilan Sampel

Pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* melalui metode *judgment sampling*, yaitu sampel dipilih berdasarkan penilaian peneliti bahwa dia adalah pihak yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitiannya karena dianggap memiliki informasi yang diperlukan. Sampelnya adalah nasabah Bank yang ada di tempat penelitian pada saat penelitian dilakukan. Karena keterbatasan waktu dan biaya, jumlah sampel yang diambil adalah 120. 120 responden tersebut dianggap sudah cukup mewakili karena sudah mencakup masyarakat Tembalang.

3.2. Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada minggu Pertama bulan Mei 2013. Penelitian dilakukan pada nasabah Bank Jateng Cabang Tembalang.

3.3. Variabel Penelitian

Penelitian ini untuk melihat bagaimana kepuasan nasabah bank berdasarkan 20 variabel yang mewakili lima dimensi kualitas jasa yaitu sebagai berikut:

- a. Dimensi *Tangibles* (Fisik)
 1. Penampilan karyawan yang rapi dan profesional
 2. Fasilitas yang berdaya tarik visual
 3. Fasilitas tempat parkir yang memadai
 4. Kebersihan lingkungan
- b. Dimensi *Reliability* (Keandalan)
 1. Jam pelayanan tepat waktu (buka ,istirahat ,tutup)
 2. Kecepatan karyawan dalam melayani nasabah
 3. Ketepatan karyawan dalam melayani nasabah
 4. Kemudahan dalam prosedur pelayanan
- c. Dimensi *Responsiveness* (daya tanggap)
 1. Karyawan selalu bersedia membantu nasabah
 2. Kemudahan nasabah untuk melaporkan bila ada gangguan
 3. Kesiapan untuk merespon permintaan masyarakat
 4. Kecepatan menyelesaikan keluhan nasabah
- d. Dimensi *Assurance* (Jaminan)
 1. Jaminan keamanan nasabah saat melakukan transaksi

2. Pelayanan yang sopan
 3. Karyawan yang mampu menjawab pertanyaan nasabah
 4. Karyawan menumbuhkan rasa percaya pada nasabah
- e. Dimensi *Empathy* (Empati)
1. Memberikan perhatian individual terhadap nasabah
 2. Sungguh-sungguh mengutamakan kepentingan nasabah
 3. Informasi yang jelas dan mudah dimengerti
 4. Melayani tanpa memandang status sosial
- Skala pengukuran yang digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan dan kinerja dari variabel-variabel tersebut adalah skala Semantik Diferensial..

3.4. Metode Analisis

Penelitian ini menggunakan tiga alat analisis. *Importance-Performance Analysis*, *Customer Satisfaction Index*. Grafik pengendali T².

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Validitas dan Reliabilitas Kuesioner

Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Agar hasil penelitian dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah, validitas dan reliabilitas kuesioner sebagai alat pengukur harus diperhatikan. Oleh karena itu sebelum melakukan penelitian perlu dilakukan survei pendahuluan yang kemudian akan digunakan untuk uji validitas dan reliabilitas kuesioner. Pada survei pendahuluan 35 responden diminta untuk mengisi kuesioner.

4.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur apakah instrumen-instrumen yang digunakan dapat mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas dilakukan pada item-item pernyataan pada tiap-tiap dimensi kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy*)^[1].

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai-nilai signifikansi untuk masing-masing item pernyataan sebagai berikut :

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas dengan $\alpha = 0.05$

Dimensi	Item	Signifikansi	Kesimpulan
<i>Tangible</i>	X1	0.009	Ho ditolak
	X2	0.000	Ho ditolak
	X3	0.000	Ho ditolak
	X4	0.000	Ho ditolak
<i>Reliability</i>	X5	0.000	Ho ditolak
	X6	0.002	Ho ditolak
	X7	0.004	Ho ditolak
	X8	0.011	Ho ditolak
<i>Responsiveness</i>	X9	0.000	Ho ditolak
	X10	0.000	Ho ditolak
	X11	0.000	Ho ditolak
	X12	0.001	Ho ditolak
<i>Assurance</i>	X13	0.003	Ho ditolak
	X14	0.006	Ho ditolak
	X15	0.030	Ho ditolak
	X16	0.002	Ho ditolak

Emphaty	X17	0.000	Ho ditolak
	X18	0.000	Ho ditolak
	X19	0.000	Ho ditolak
	X20	0.003	Ho ditolak

Dari hasil analisis pada Tabel 4.1 memberikan kesimpulan semua hipotesis nol ditolak. Hal ini dapat diartikan bahwa semua item pernyataan valid, artinya item-item pernyataan tersebut dapat mengukur masing-masing dimensi.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah istilah yang dipakai untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila alat ukur digunakan berulang kali. Pada penelitian ini teknik pengukuran reliabilitas yang digunakan adalah metode *Alpha Cronbach*. Dari pengolahan data diperoleh nilai $r_{Cronbach\ Alpha}$ untuk kepentingan dan kinerja^[5].

Berdasarkan hasil analisis, diperoleh nilai-nilai $r_{Cronbach\ Alpha}$ untuk masing-masing dimensi sebagai berikut :

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Per Dimensi

Dimensi	$r_{Cronbach\ Alpha}$	Kesimpulan
<i>Tangible</i>	0.667	Reliabel
<i>Reliability</i>	0.765	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0.849	Reliabel
<i>Assurance</i>	0.732	Reliabel
<i>Emphaty</i>	0.805	Reliabel

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel 4.2 dapat disimpulkan bahwa kelima dimensi yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* reliabel. Karena kuesioner telah memenuhi validitas dan reliabilitas, maka kuesioner ini dapat digunakan untuk pengambilan data pada penelitian ini.

4.2 Importance-Performance Analysis

Importance-Performance Analysis (Analisis Kepentingan-Kinerja) terdiri atas analisis kuadran dan analisis gap.

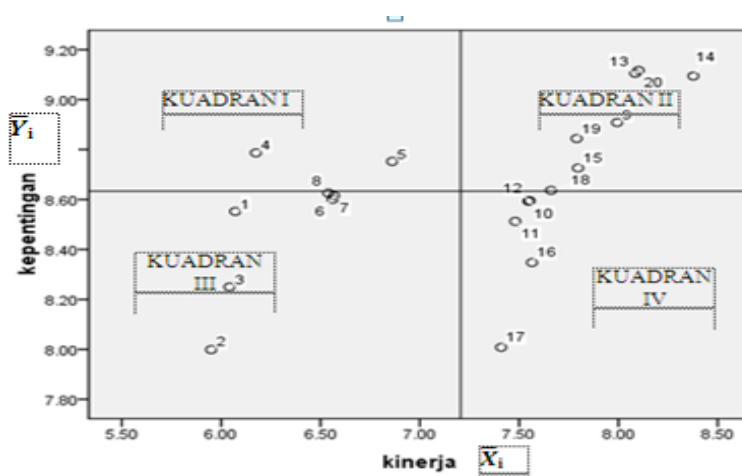
4.2.1 Analisis Kuadran

Analisis kuadran berfungsi untuk menunjukkan hubungan antara penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan nasabah. Variabel dijabarkan ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian *performance* (kinerja) bank dan *importance* (kepentingan) nasabah. Sebagai sumbu X adalah kinerja bank dan sumbu Y adalah kepentingan nasabah.

Tabel 4.3 Rata-rata Nilai Kinerja dan Kepentingan

Indeks (i)	Kinerja (\bar{X}_i)	Kepentingan (\bar{Y}_i)	Kuadran
1	6.07	8.55	III
2	5.95	7.99	III
3	6.041	8.25	III
4	6.175	8.78	I
5	6.86	8.75	I
6	6.56	8.60	III
7	6.57	8.61	III
8	6.54	8.62	III
9	7.99	8.91	II
10	7.55	8.59	IV
11	7.48	8.51	IV
12	7.55	8.59	II
13	8.08	9.10	II
14	8.37	9.09	II
15	7.79	8.72	II
16	7.56	8.34	IV
17	7.40	8.01	IV
18	7.66	8.64	II
19	7.79	8.84	II
20	8.10	9.12	II
Jumlah	144.1	173	
Rata-rata	7.206	8.63	

Dari Tabel 4.3 dapat diketahui rata-rata nilai kinerja dan kepentingan tiap variabel. Nilai-nilai tersebut yang dijadikan koordinat dalam diagram kartesius. Variabel 1 terletak di titik (6.07;8.55), variabel 2 terletak di titik (5.95;7.99), begitu selanjutnya sampai variabel ke 20. Rata-rata dari rata-rata nilai kinerja (\bar{X}) adalah 7.206 sedangkan rata-rata dari rata-rata nilai kepentingan (\bar{Y}) adalah 8.63. \bar{X} dijadikan titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan \bar{Y} dijadikan titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y. Maka dari itu diagram kartesius akan terbagi menjadi empat bagian. Berikut adalah diagram kartesius dari Tabel 4.3 :



Gambar 4.1 Analisis Kuadran Tingkat Kepentingan dan Kinerja Kualitas pelayanan Bank Jateng.

Pada Gambar 4.1 terlihat bahwa variabel-variabel yang mewakili lima dimensi kualitas jasa terletak menyebar pada kuadran yang berbeda, yaitu :

Variabel yang menjadi prioritas utama (Kuadran I) yaitu X4 dan X5. Variabel yang harus dipertahankan kinerjanya (Kuadran II) yaitu X9, X12, X13, X14, X15, X18, X19, dan X20. Variabel yang prioritasnya rendah (Kuadran III) yaitu X1, X2, X3, X6, X7, dan X8. Variabel yang pelayanannya berlebihan (Kuadran IV) yaitu X10, X11, X16, dan X17.

4.2.2 Analisis Gap

Gap yang dimaksud disini adalah selisih antara kinerja Bank dengan kepentingan nasabah. Nilai kepentingan dan kinerja didapatkan dari nilai rata-rata setiap variabel. Berikut adalah hasil perhitungan untuk analisis gap:

Tabel 4.4 Hasil Perhitungan Analisis Gap

Variabel	Kinerja	Kepentingan	GAP	Rata-rata Gap per dimensi
1	6.07	8.55	-2.48	-2.337
2	5.95	7.99	-2.05	
3	6.041	8.25	-2.21	
4	6.175	8.78	-2.61	-2.016
5	6.86	8.75	-1.89	
6	6.56	8.60	-2.04	
7	6.57	8.61	-2.04	
8	6.54	8.62	-2.08	
9	7.99	8.91	-0.91	-1.008
10	7.55	8.59	-1.04	
11	7.48	8.51	-1.03	
12	7.55	8.59	-1.04	
13	8.08	9.10	-1.02	-0.86
14	8.37	9.09	-0.71	
15	7.79	8.72	-0.92	
16	7.56	8.34	-0.78	
17	7.40	8.01	-0.59	-0.87
18	7.66	8.64	-0.96	
19	7.79	8.84	-1.05	
20	8.10	9.12	-1.01	

Dari Tabel 4.4 dapat dilihat bahwa semua nilai gap bernilai negatif, ini berarti kinerja bank yang diwakili oleh 20 variabel masih berada dibawah tingkat kepentingan nasabah. Sedangkan besar kecilnya nilai kesenjangan dilihat dari harga mutlak nilai gap. Semakin besar nilai kesenjangan maka variabel atau dimensi tersebut harus semakin diprioritaskan untuk diperbaiki.

4.3 Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen nasabah secara menyeluruh. Karena skala maksimum yang digunakan adalah 10 maka:

$$CSI = \frac{7.221789}{10} \times 100\% = 0.7221789 = 72.22\%$$

Berdasarkan hasil ini berarti berarti indeks kepuasan nasabah berada pada kriteria *puas*. Secara keseluruhan Bank Jateng Cabang Tembalang telah berhasil memuaskan nasabah sebesar 72,22%.

4.4 Grafik Pengendali T² Hotelling

Grafik pengendali T² Hotelling ini digunakan untuk melihat bagaimana proses pengendalian kualitas layanan jasa yang diwakili oleh lima dimensi kualitas jasa apakah sudah memenuhi spesifikasi atau belum. Data yang digunakan dalam analisis ini adalah data rata-rata per dimensi kinerja Bank Jateng Cabang Tembalang. Sebelum membuat grafik pengendali, terlebih dahulu dilakukan uji normalitas multivariat dilakukan dengan melihat plot antara d_j^2 dengan $q_{c,p}((j - \frac{1}{2})/n)$. Hasilnya terlihat bahwa plot membentuk garis linier dan $p\text{-value} = 0.2665 > \alpha = 0.05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal multivariat. Selanjutnya untuk menghitung nilai T² Hotelling dicari terlebih dahulu nilai rata-rata karakteristik yang diwakili lima dimensi.

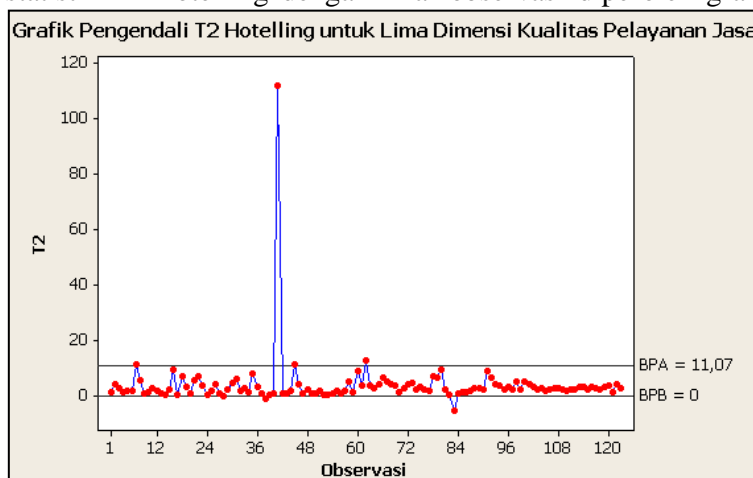
Tabel 4.5 Nilai Rata-rata Karakteristik yang diwakili Lima Dimensi

Dimensi	Rata-rata
<i>Tangible</i>	5.98
<i>Reliability</i>	6.63
<i>Responsiveness</i>	7.64
<i>Assurance</i>	8.08
<i>Emphaty</i>	7.74

Selanjutnya mencari matriks varians kovarian (Σ), diperoleh hasil dalam bentuk matriks sebagai berikut :

$$S = \begin{bmatrix} 1.810739 & & & & \\ 0.612683 & 1.570992 & & & \\ -0.056472 & 0.274494 & 0.838532 & & \\ 0.190736 & 0.177022 & 0.339909 & 2.132650 & \\ 0.109306 & 0.287573 & 0.555508 & 0.424772 & 0.837981 \end{bmatrix}$$

Dari rata-rata masing-masing dimensi dapat dibuat vektor \bar{x} . Kemudian dihitung $(x_j - \bar{x})$. Selanjutnya dapat dihitung nilai T² dari tiap-tiap observasi (T_j^2). Hasilnya $T_1^2 = 1,439$, $T_2^2 = 4,285$, $T_3^2 = 2,83$, $T_4^2 = 1,234$, $T_5^2 = 1,675$ dan seterusnya sampai observasi ke 120 digunakan software R untuk membantu dalam perhitungan. Dengan mengeplotkan nilai statistik T² Hotelling dengan nilai observasi diperoleh grafik pengendali sebagai berikut:



Gambar 4.4 Grafik Pengendali T² Hotelling untuk Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa

Dari Gambar 4.4 terlihat Batas Pengendali Atas (BPA) adalah $\chi^2_{0.05,5} = 11.07$ dan Batas Pengendali Bawah (BPB) adalah 0. Kemudian ada empat titik yang berbeda diatas batas kendali atas yaitu titik ke-7, 41, 45, dan 62, sehingga dapat dikatakan bahwa proses belum dalam keadaan terkendali secara statistik. Keempat titik yang dalam hal ini responden, merupakan pencilan yang menyebabkan grafik pengendali dalam keadaan tidak terkendali. Akan tetapi jika dikaji lebih dalam lagi nilai T^2 ini mewakili lima dimensi kualitas layanan jasa bank menurut persepsi responden tersebut memberikan nilai-nilai yang tinggi terhadap kinerja bank yang diwakili oleh lima dimensi tersebut.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan analisis dari penelitian ini, dapat disimpulkan:

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah:
 - a. Untuk analisis kuadran, variabel-variabel yang mewakili lima dimensi kualitas jasa terletak menyebar pada kuadran yang berbeda, yaitu :
 Variabel yang menjadi prioritas utama (Kuadran I) yaitu X4 dan X5.
 Variabel yang harus dipertahankan kinerjanya (Kuadran II) yaitu X9, X12, X13, X14, X15, X18, X19, dan X20.
 Variabel yang prioritasnya rendah (Kuadran III) yaitu X1, X2, X3, X6, X7, dan X8.
 Variabel yang pelayanannya berlebihan (Kuadran IV) yaitu X10, X11, X16, dan X17.
 - b. Untuk analisis *gap*, kinerja pelayanan bank yang diwakili 20 variabel yang mewakili lima dimensi kualitas pelayanan jasa semuanya masih berada di bawah harapan nasabah.
2. Indeks kepuasan nasabah (*CSI*) berada pada kriteria puas. Secara keseluruhan Bank Jateng Cabang Tembalang telah berhasil memuaskan nasabah sebesar 72.22%.
3. Pada grafik T^2 Hotelling, dikatakan bahwa proses belum dalam keadaan terkendali secara statistik, karena ada empat titik yang berada diatas batas kendali atas yaitu titik ke-7, 41, 45, dan 62, dan ada dua titik yang berada di bawah batas kendali yaitu titik 38 dan 83 . Keenam titik yang dalam hal ini responden, merupakan pencilan yang menyebabkan grafik pengendali dalam keadaan tidak terkendali

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ghazali, I. 2006. *Aplikasi Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang : BP Universitas Diponegoro.
- [2] Johnson, R. A. , Wichern, D. W. 2007. *Applied Multivariate Statistical Analysis*. New Jersey: University of Wisconsin.
- [3] Montgomery, D. C. 2001. *Introduction to Statistical Quality Control, Fourth Edition*. New York: John Wiley and Sons.
- [4] Oktaviani, R. W. , Suryana, R. N. 2006. *Analisis Kepuasan Pengunjung dan Pengembangan Fasilitas Wisata Agro (Studi Kasus di Kebun Wisata Pasirmukti, Bogor)*. Jurnal Agro Ekonomi , Volume 24 No.1, Mei 2006:41-58
- [5] Sujarweni, V. , Endrayanto, P. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- [6] Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- [7] Umar, H. 2003. *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*. Jakarta: Ghalia Indonesia.