

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perbankan merupakan kegiatan yang penting bagi suatu negara. Hampir seluruh negara di dunia melakukan kegiatan perbankan. Setiap negara memiliki Bank Sentralnya masing-masing. Belum lagi Bank Konvensional yang beragam dan memiliki banyak cabang, baik di dalam maupun di luar negeri. Saat ini, kegiatan dari Bank Syariah juga semakin marak dilakukan dan dikembangkan di negara-negara yang umat muslimnya cukup dominan. Kegiatan perbankan kaitannya erat dengan masalah keuangan. Oleh karena itu, keberadaan bank sangat penting bagi suatu negara (Muladi Ady, 2021).

Indonesia merupakan salah satu negara yang menganggap penting peran dari perbankan. Kecenderungan masyarakat Indonesia terhadap perbankan telah menyebar ke berbagai aktivitas. Kegiatan bank yang dulunya hanya menabung atau meminjam uang saja, kini memiliki kegiatan yang lain, mulai dari penggajian pegawai negeri maupun swasta, pembayaran tagihan-tagihan, seperti listrik, asuransi, telepon, dan juga pengisian saldo dari berbagai jenis e-wallet. Bahkan, bantuan-bantuan yang diberikan oleh pemerintah di masa pandemi kini disebarkan melalui nomor rekening bank (Prananda, 2019).

Semakin canggihnya teknologi masa kini membuat perbankan berinovasi dengan meluncurkan aplikasi *Mobile banking* bagi nasabahnya. Dengan aplikasi *Mobile banking* ini nasabah dapat melakukan transaksi perbankan kapan dan dimana saja. Nasabah dapat melakukan berbagai macam transaksi melalui smartphone mereka dan tidak perlu datang ke bank atau mesin ATM (Meliana, 2020).

Trend *Mobile banking* tersebut nampaknya telah menjadi solusi tersendiri bagi kegiatan perbankan di masa pandemi seperti sekarang ini. Dengan adanya *Mobile banking* ini nasabah dapat melakukan transaksi perbankan lainnya dari rumah dan bank pun dapat tetap memberikan pelayanan kepada nasabahnya tanpa harus melakukannya secara tatap muka. Beberapa contoh transaksi lain yang dapat dilakukan adalah ketika nasabah ingin melakukan transfer uang, mereka dapat

mengirim uang tersebut langsung melalui smartphone mereka tanpa harus datang ke bank atau mesin ATM. Pembayaran tagihan-tagihan juga dapat dilakukan melalui smartphone, bahkan jika tagihan-tagihan tersebut bersifat mendadak nasabah tidak perlu lagi merasa khawatir. Untuk kegiatan menabung, nasabah juga dapat melakukannya dengan memindahkan saldo dari e-wallet ke rekening bank. Begitu pula sebaliknya, pengisian saldo e-wallet juga dapat dilakukan melalui transfer dari aplikasi *Mobile banking* tersebut. Pada saat pandemi seperti sekarang

ini, sebagian masyarakat lebih memilih untuk menggunakan *Mobile banking* dan enggan untuk datang ke bank ataupun mesin ATM. Hal ini disebabkan oleh rasa takut dari sebagian masyarakat tersebut untuk ke luar rumah karena penyebaran virus corona masih berlangsung. Sebagian masyarakat ini belum mau untuk datang ke bank karena takut akan terjadi kerumunan. Mereka juga enggan untuk bertatap muka langsung dengan teller bank tersebut meskipun protokol kesehatan sudah dilaksanakan. Mereka pun tidak ingin repot-repot datang ke mesin ATM dan membuang waktu mereka untuk mengantre. Apalagi di masa pandemi seperti saat ini, antrean di mesin ATM juga dapat memicu kerumunan, dan mesin ATM itu sendiri pun tidak dapat dipastikan kesterilannya (Barusman, 2010).

Meskipun demikian, di saat pandemi dan berlakunya pembatasan kegiatan masyarakat, perbankan merupakan salah satu sektor lembaga yang boleh dibuka. Hal ini pun akhirnya menjadi alasan bagi sebagian masyarakat yang justru lebih memilih untuk datang langsung ke bank maupun mesin ATM. Alasannya pun beragam, diantaranya yaitu masih terdapatnya masyarakat yang belum paham teknologi. Mereka tidak bisa dan tidak mengerti bagaimana cara menggunakan smartphone sehingga mereka tidak dapat mengoperasikan *Mobile banking*. Ada juga beberapa masyarakat yang memilih untuk datang langsung ke bank atau mesin ATM karena menganggap protokol kese

hatan yang berlaku di bank sudah cukup ketat, misalnya dengan memakai masker, tersedianya hand sanitizer, pembatasan jarak tempat duduk nasabah, dan juga adanya pembatas antara nasabah dengan teller. Selain itu, banyak dari masyarakat yang masih enggan untuk menggunakan *Mobile banking* karena menganggap bahwa hal-hal yang penting apalagi berkaitan dengan keuangan harus dilakukan secara langsung. Belum lagi untuk kegiatan transfer uang, jika menggunakan *Mobile banking* maka akan ada tarif atau biayanya, sedangkan di bank atau mesin ATM tidak ada tarif atau biaya yang harus dikeluarkan oleh nasabah (Barusman, 2010).

Covid-19 telah mengubah gaya konsumen secara signifikan di berbagai bidang dalam melakukan pekerjaan profesional, menjalankan tanggung jawab harian hingga merencanakan atau mengelola keuangan, semua didorong untuk mengadopsi teknologi digital. Penarikan tunai ATM turun, sedangkan e-commerce dan pembayaran nirsentuh (contactless) meningkat secara signifikan. Di Sydney menunjukkan bahwa penggunaan ATM turun sekitar 40% sedangkan transaksi menggunakan *Mobile Banking* sejenisnya naik 65% selama pandemi Covid-19, hal ini menyebabkan pertumbuhan 400% dari bisnis pembayaran seluler. Hal ini juga mengakibatkan lonjakan permintaan untuk menggunakan saluran digital untuk melakukan transaksi perbankan (Muladi Ady, 2021).

Meski demikian Beberapa kendala yang dihadapi dalam penggunaan *Mobile Banking* menurut laporan Statistik Perbankan bahwa transaksi penipuan aplikasi seluler telah meningkat lebih dari 600% sejak tahun 2015 dan menyebabkan kerugian mencapai 89% akibat penipuan digital disebabkan oleh pengambilalihan akun. Sekitar satu dari setiap 20 serangan penipuan dikaitkan dengan aplikasi seluler nakal. Rata-rata, ada 82 lamaran nakal baru yang dikirimkan per hari. Kerugian penipuan seluler berjumlah lebih dari \$ 40 juta di 14.392 pelanggaran pada tahun 2019 (Zuhirsyan, 2021).

Melalui Metode *Servqual* yang merupakan suatu metode untuk mengukur tingkat persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan atas apa yang mereka rasakan dan mereka harapkan. Dalam upaya membangun konsepsi seputar kualitas pelayanan, Parasuraman, menyatakan: Dalam membandingkan antara harapan dan

kinerja tercipta kesenjangan (*Discrepancies*) yang disebut dengan GAP. Terdapat lima GAP yang berhubungan dengan masalah kualitas pelayanan. GAP 1 adalah persepsi manajemen, GAP 2 adalah spesifikasi kualitas pelayanan, Gap 3 adalah GAP penyelenggaraan pelayanan, Gap 4 adalah komunikasi eksternal dan GAP 5 adalah *expected service*. , (Tjiptono, 2008)

.Penggunaan *Mobile Banking* dalam teori Penerimaan dan Penggunaan teknologi terpadu yang dipopulerkan oleh (Venkatesh et al., 2007) adalah teori yang berfokus pada prediksi adopsi dan penggunaan teknologi. Penggunaan teknologi informasi pada industri perbankan lebih berfokus pada sistem pelayanan. Hal tersebut dikarenakan bank merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, dimana kepuasan konsumen dalam hal ini adalah nasabah ditentukan oleh kualitas layanan. Selain pelayanan yang baik, fasilitas-fasilitas penunjang yang dapat mempermudah transaksi juga mempengaruhi penilaian nasabah terhadap suatu produk perbankan (Prananda, 2019).

Secara hasil observasi awal yang di lakukan oleh peneliti bahwa nasabah PT Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Medan Ringroad masih banyak juga belum memaksimalkan penggunaan fasilitas layanan *Mobile Banking* dan bahkan hanya sebatas mendownload aplikasi. Maka dari itu nasabah berbondong-bondong datang dan melakukan antri di bank untuk melakukan transaksi pembukaan rekening, cetak mutasi, cek saldo, tarik tunai, dan pembayaran atau transfer uang walaupun kondisi saat ini masih *Pandemic Covid-19*. (Muladi Ady, 2021).

Hal ini mengindikasikan bahwa terdapat masalah dalam pencapaian efektivitas pelayanan *Mobile Banking*. Berdasarkan Penelitian Terdahulu Sindhu Prastomo “Pemahaman Fasilitas *Electronic Banking* Pada Bank Syariah Mandiri” Berangkat dari pemaparan tersebut peneliti tertarik meneliti rancangan judul penelitian “**Pengaruh *Elektronik Banking* Terhadap Kepuasan Nasabah Di Era Pandemi Covid-19 Pada PT. Bank Syariah Indonesia, Tbk KCP Medan Ringroad**”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan penerapan latar belakang diatas, maka Penulis merumuskan masalah yang dapat diajukan dalam penelitian ini, antara lain adalah sebagai berikut :

1. Apakah Penggunaan *Electronic Banking* Memenuhi Kualitas Pelayanan Terhadap Nasabah?
2. Apa saja yang menjadi Prioritas utama dalam Perbaikan kualitas Pelayanan Nasabah dalam Menerapkan Penggunaan *Electronic Banking*?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menentukan seberapa besar tingkat kepuasan Nasabah dalam Menggunakan *Elektronik Banking*
2. Mengetahui prioritas utama dalam perbaikan kualitas pelayanan Nasabah dalam Menerapkan Penggunaan *Elektronik Banking*

1.3.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Bagi Penulis, hasil penelitian dapat Menjelaskan Secara Umum penelitian berkaitan dengan perbankan syariah.
2. Bagi Akademisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi keilmuan dalam bidang perbankan syariah dan marketing bank syariah serta sebagai partisipasi serta dukungan dalam pengembangan perbankan syariah.
3. Bagi Bank, hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi bank syariah dalam menyikapi atau mengambil keputusan menghadapi era revolusi industri 4.0.

1.4 Batasan Masalah

Ruang lingkup yang dibatasi dalam masalah adalah :

1. Objek penelitian dilakukan hanya pada Nasabah Yang Berada Didalam *Banking Hall Bank Syariah Indonesia KCP Medan Ringroad*.
2. Analisa dilakukan hanya untuk mengetahui nilai Perbandingan Pemahaman Nasabah Dalam menggunakan *Electronic Banking*.
3. Metode yang digunakan dengan Observasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk menggambarkan secara garis besar batas dan luasnya penelitian, maka berikut ini diberikan suatu gambaran ringkas tentang sistematika penulisan. Adapun sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menguraikan tentang beberapa Landasan teori atau tinjauan kepustakaan yang menguraikan terkait penjelasan mengenai arti dari *Electronic Banking*, menjelaskan layanan , dan serta fitur-fitur yang bisa digunakan yang melandasi penelitian, baik yang berhubungan dengan penganalisaan dan penjabaran konsep-konsep dalam pengolahan data.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini terdiri dari bagaimana cara yang akan digunakan dalam memecahkan masalah yang ada dalam penelitian berupa langkah-langkah yang terdiri dari jenis penelitian, variable penelitian, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data serta teknik analisis data.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Dalam bab ini membahas tentang pengumpulan data yang diperoleh dan yang diperlukan dalam pemecahan masalah serta pembahasan tentang hasil-hasil analisa dari data yang diperoleh di tempat penelitian.

BAB V ANALISA DAN EVALUASI

Pada bab ini menguraikan tentang analisa dan evaluasi

Mandiri dan temuan analisi serta pembahasannya terkait masalah yang dibicarakan dalam penelitian ini yaitu pemahaman dan ketertarikan nasabah menggunakan *Electronic Banking* yang di kolerasikan dengan teori teknologi dari davis.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab terakhir ini dibahas tentang kesimpulan-kesimpulan yang merupakan pernyataan singkat dan tepat yang dijabarkan dari hasil penelitian dan berisi tentang saran-saran untuk perusahaan dan para pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian *Elektronic Banking*

Electronic Banking atau *E-banking*, adalah istilah yang menggambarkan semua transaksi yang terjadi antara perusahaan, organisasi, individu, dan lembaga perbankan mereka. Pertama dikonseptualisasikan dalam pertengahan 1970-an, Inggris negara pertama yang mempunyai layanan perbankan *Online*, didirikan oleh Bank of Scotland bagi para pelanggan dari *Nottingham Building Society* (NBS) pada tahun 1983. Beberapa bank yang ditawarkan nasabah perbankan elektronik pada tahun 1985. Namun, kurangnya penggunaan internet, dan biaya yang terkait dengan penggunaan *Online banking*, terhambat pertumbuhan. Ledakan internet di akhir 1990-an membuat orang lebih nyaman dengan membuat transaksi melalui web. (Shindu, 2020)

Pertumbuhan transaksi digital selama mewabahnya virus Corona di Indonesia. Pada kuartal pertama meningkat sebesar periode yang sama tahun 2019, baik transaksi melalui *SMS banking*, *internet banking*, maupun *Mobile Banking*. Kenaikan tersebut terutama disumbangkan oleh pertumbuhan transaksi pada PT Bank Syariah Indonesia secara nasional mencatat naiknya transaksi digital selama bulan juni tahun 2021 mencapai 2,2 juta pengguna (Indah, 2016).

Perbankan pada umumnya memanfaatkan teknologi informasi sebagai alat untuk mengakomodir kebutuhan interaksi antara perusahaan dengan nasabah, dimana nasabah dapat memperoleh informasi, dan melakukan transaksi perbankan. Salah satu layanan yang disediakan oleh bank untuk memenuhi kebutuhan tersebut adalah *Electronic Banking* (Muladi, 2021).

PT Bank Syariah Indonesia terus melakukan terobosan dengan menghadirkan fitur tunai tanpa kartu di ATM dan outlet Indomaret di seluruh Indonesia yaitu hanya dengan menggunakan aplikasi *Mobile Banking* yang memberikan kemudahan dan manfaat bagi masyarakat di masa *Pandemic* melalui *Online* dengan efektif dan efisien tanpa harus ke lokasi dan mengantre untuk menarik dan mengirim uang. (Muladi, 2021).

Meski demikian Beberapa kendala yang dihadapi dalam penggunaan *Mobile Banking* menurut laporan Statistik Perbankan bahwa transaksi penipuan aplikasi seluler telah meningkat lebih dari 60% sejak tahun 2015 dan menyebabkan kerugian mencapai 89% akibat penipuan digital disebabkan oleh pengambilalihan akun. Sekitar satu dari setiap 20 serangan penipuan dikaitkan dengan aplikasi seluler nakal. Rata-rata, ada 82 lamaran nakal baru yang dikirimkan per hari. Kerugian penipuan seluler berjumlah lebih dari \$ 40 juta di 14.392 pelanggaran pada tahun 2019 (Barusman, 2010).

Masalah lain yang muncul akibat dari *Mobile Banking* adalah adanya keraguan keamanan yang sudah mendaftar seperti biodata, kartu kredit setelah melakukan pendaftaran *Mobile Banking* (Meliana, 2020).

Di Indonesia, besar memiliki keterbatasan akses ke layanan keuangan karena tidak tercapainya penempatan sasaran yang meliputi pemahaman nasabah, target nasabah, geografis, infrastruktur dan hambatan biaya. Terdapat 50-60 juta orang Indonesia, yang memiliki akses tersebut. Selain itu, kesenjangan antara pemegang rekening bank dan pelanggan seluler (Barusman, 2010).

Timbulnya berbagai masalah menimbulkan pertanyaan besar bagi peneliti bagaimana tingkat efektivitas 2embag layanan *Mobile Banking* dalam merespon kebutuhan nasabah di era *Pandemic Covid-19*, meski beberapa penelitian telah memberikan argument tentang peran *Mobile Banking* pada bank syariah seperti penelitian menunjukkan bahwa masyarakat memiliki kepercayaan, penerimaan, dan kepuasan terhadap layanan perbankan digital teknologi perbankan syariah. Dalam penelitian terdahulu terdapat dua konstruk yang selalu dihubungkan dengan layanan *Mobile Banking* pada perbankan syariah yaitu kepercayaan nasabah dan Kepuasan Pelanggan (Muladi Ady, 2021).

2.2 Pengertian Efektivitas

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia, efektivitas berasal dari kata efektif yang berarti mempunyai nilai efektif, pengaruh atau akibat, biasa diartikan sebagai kegiatan di dapatkan oleh pengguna teknologi tersebut. Efektivitas menunjukkan kemampuan suatu perusahaan dalam mencapai sasaran-sasaran

(hasil akhir) yang telah ditetapkan secara tepat. Pencapaian hasil akhir yang sesuai target waktu yang telah ditetapkan untuk ukuran maupun standar yang berlaku mencerminkan suatu perusahaan tersebut telah memperhatikan efektivitas operasional (Muladi Ady, 2021).

Efektivitas dapat diketahui dengan cara membandingkan antara rencana dengan hasil yang telah diwujudkan. Apabila tujuan diciptakannya suatu produk tidak sesuai dengan apa yang diharapkan, maka hal tersebut dapat dikatakan belum efektif. Efektivitas merupakan pokok utama yang menyatakan berhasil tidaknya suatu perusahaan dalam menciptakan suatu produk. Penilaian efektivitas dalam penggunaan *Mobile Banking* perlu dilakukan untuk mengetahui sejauh mana manfaat dan tujuan diciptakannya *Mobile Banking* telah tercapai. Efektivitas dalam penelitian ini cenderung kepada persepsi atau pandangan nasabah terhadap layanan *Mobile Banking* (Muladi Ady, 2021).

2.3 Pengukuran Efektivitas

Pengukuran mengenai pencapaian tujuan efektif atau tidak berdasarkan pada (Wachidatus Sa'adiyah, Novi Marlina, 2018):

- a. Pemahaman program Pemahaman program dapat dilihat dari sejauh mana masyarakat dapat memahami pengetahuan atas program tersebut serta kemampuan masyarakat melakukan kegiatan atau program tersebut.
- b. Tepat sasaran Mengukur sejauh mana lembaga dapat berhasil dalam merealisasikan sasaran yang hendak dicapai. Penempatan sasaran ini bersifat menyeluruh dalam sistem informasinya serta memberikan informasi yang tepat agar tujuannya dapat diukur tingkat keberhasilannya.
- c. Tepat waktu Faktor waktu berkaitan dengan apakah layanan tersebut dapat menjadi lebih cepat dan efisien. Dalam hal ini diperlukan pengoptimalan kinerja sistem dari suatu program baik dari sisi internal maupun eksternal agar pelayanan menjadi semakin lebih cepat dan lebih efektif.
- d. Pencapaian tujuan Pencapaian tujuan merupakan keseluruhan upaya pencapaian tujuan dari suatu proses yang dilakukan. Hal yang paling penting adalah sebuah pelayanan dapat dilakukan dengan mudah. Layanan

lebih mudah menjadikan tujuan lebih terorganisir sehingga tujuan akan semakin goal. Jika seseorang mendapati fasilitas pelayanan yang lebih mudah, maka akhirnya ia akan 16 mendapatkan apa yang ia inginkan sehingga suatu program dapat berjalan efektif dan tercapai tujuan serta visi misinya.

- e. Perubahan nyata Perubahan nyata dinyatakan efektif jika suatu program atau kegiatan dapat memberikan dampak dan perubahan nyata dengan mengetahui kondisi sebelum dan sesudah adanya program tersebut sehingga dapat diukur melalui sejauh mana kegiatan tersebut memberikan efek atau dampak perubahan nyata bagi masyarakat (Meliana, 2020).

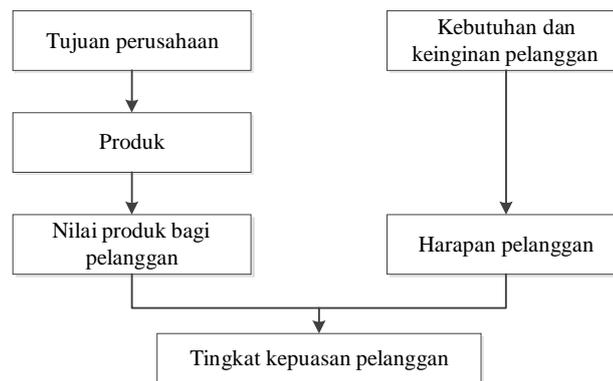
2.4 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan adalah tanggapan pelayanan atas terpenuhinya kebutuhan. Kepuasan sebagai persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapan-harapan. Fokus dari kualitas terletak pada kepuasan pelanggan. Menurut (Kolter & Keller, 2006) kepuasan pelanggan adalah sebuah perasaan senang atau kecewa dari pelanggan yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipresepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita untuk memenuhi standar kualitas tertentu.

Kepuasan konsumen sebagai evaluasi secara sadar atau penilaian kognitif menyangkut apakah kinerja produk relatif bagus atau jelek atau apakah produk bersangkutan cocok atau tidak cocok dengan tujuan pemakainya, pengertian secara umum kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya. Pelanggan merasa puas apabila harapan mereka terpenuhi, dan merasa amat gembira jika harapan mereka terlampaui. Pelanggan yang puas cenderung tetap loyal lebih lama, membeli lebih banyak, kurang peka terhadap perubahan dan pembicaraannya menguntungkan perusahaan. Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan organisasi/perusahaan harus berkualitas. Kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat

(benefit) bagi pelanggan. (Indah, 2016).

Secara konseptual, kepuasan pelanggan dapat digambarkan seperti yang ditunjukkan dalam gambar berikut :



Gambar 2.1 Konseptual Kepuasan Pelanggan

2.5 Metode Servqual

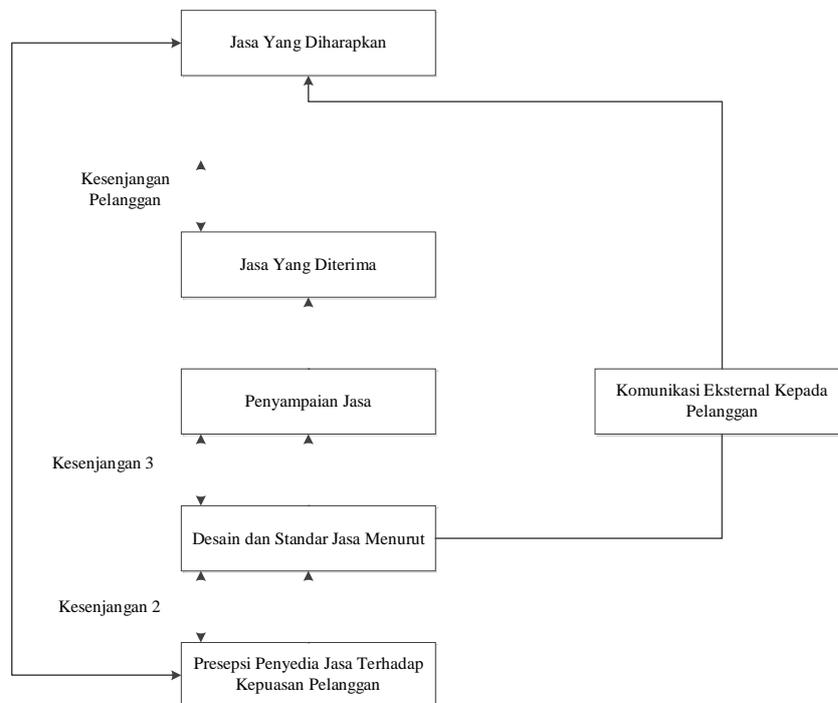
Model kualitas jasa *Servqual* (singkatan dari *Service Quality*) dikembangkan oleh (Parasuraman & Berry, 1985), dalam serangkaian penelitian mereka terhadap enam sektor jasa, yaitu: reparasi peralatan rumah tangga, kartu kredit, asuransi, sumbangan telepon interlokal, perbangkan ritel, dan pialang sekuritas. *Servqual* ini dikenal pula dengan *GAP Analysis model*.

Servqual ini dikembangkan dengan maksud untuk membantu para manajer dalam menganalisis sumber masalah kualitas dan memahami cara-cara memperbaiki kualitas jasa. Metode ini dikembangkan (Zeithaml, et al., 1990), yang mengukur kualitas secara kuantitatif dalam bentuk kuesioner yang mengandung dimensi-dimensi kualitas jasa, yaitu *Tangibles*, *Reability*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* (Anisah, 2017).

Metode *Servqual* dibangun atas adanya perbandingan dua faktor utama yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*Perceived Service*)

dengan layanan sesungguhnya diharapkan pelanggan (*Expected Service*). Jika kenyataan lebih dari yang pelanggan harapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataan kurang dari yang pelanggan harapkan, maka dikatakan tidak bermutu. Dengan demikian, metode *SERVQUAL* ini mengidentifikasi kualitas jasa sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan atas layanan yang pelanggan terima (Anisah, 2017).

Dengan kata lain, model ini menganalisis kesenjangan antara dua variabel pokok, yakni jasa yang diharapkan (*Expected Service*) dengan jasa yang dipresepsikan (*Perceived Service*).



Gambar 2.2 Bagan Model Kesenjangan Untuk Kualitas Jasa

2.6 Diagram Kartesius

Diagram kartesius merupakan suatu bangunan yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik (x,y) , dimana X merupakan rata-rata dari skor rata-rata pelaksanaan atau kinerja

perusahaan seluruh faktor-faktor yang mempengaruhi dan Y merupakan rata-rata dari skor rata-rata kepentingan konsumen seluruh faktor-faktor yang mempengaruhinya.

Harapan (y)	Kuadran I Prioritas Utama	Kuadran II Pertahankan Prestasi
	Kuadran III Prioritas Rendah	Kuadran IV Berlebihan
Kinerja (x)		

Gambar 2.3 Diagram Kartesius

Keterangan :

Kuadran I :Faktor-faktor yang terletak dalam kuadran ini dianggap sebagai prioritas utama yang harus dibenahi karena harapan tinggi sedangkan persepsi rendah, merupakan prioritas untuk ditingkatkan.

Kuadran II :Faktor-faktor yang terdapat didalam kuadran ini dianggap penting. Pertahankan prestasi, daerah yang harus dipertahankan dimana harapan dan persepsi sama-sama tinggi.

Kuadran III :Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting dan atau terlalu diharapkan oleh konsumen. Kuadran prioritas rendah karena harapan dan persepsi sama-sama rendah.

Kuadran IV :Faktor-faktor yang terdapat pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting dan atau tidak terlalu diharapkan. Kuadran yang berlebihan karena tingkat harapan rendah sedangkan persepsi tinggi. (Afif, 2017)

2.7 Uji Validitas

Suatu angket dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Bila seseorang ingin mengukur berat suatu benda, maka ia harus menggunakan timbangan. Timbangan adalah alat yang valid bila dipakai untuk mengukur berat, karena timbangan memang untuk mengukur berat. (Afif, 2017).

Jika peneliti menggunakan angket atau kuesioner dalam pengumpulan data penelitian, maka kuesioner yang disusun harus dapat mengukur apa yang akan diukur. Langkah-langkah yang dilakukan dalam uji validitas yaitu :

1. Menentukan hipotesis

H_0 : Butir kuesioner valid

H_1 : Butir kuesioner tidak valid

2. Menentukan nilai r_{tabel} Dengan tingkat signifikansi 10% derajat kebebasan (df) = n-2, maka r_{tabel} Dapat dilihat ditabel r.
3. Menentukan nilai r_{hitung}

Menghitung korelasi momen tangkar antar skor butir (X) dengan skor faktor (Y) menggunakan rumus :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[N \sum x^2 - (\sum x)^2][N \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Dimana :

r_{xy} : korelasi momen tangkar

N : jumlah responden

$\sum X$: jumlah skor butir X yang didapat dari rekap data kepentingan pelanggan.

$\sum Y$: jumlah skor butir Y yang didapat dari rekap data kepuasan.

$\sum X^2$: jumlah skor X kuadrat

$\sum Y^2$: jumlah skor Y kuadrat

$\sum XY$: perkalian antara jumlah skor butir X dengan jumlah perkalian faktor Y

1. Membandingkan besarnilai r_{tabel} dengan r_{hitung} jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka H_0 diterima, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

2. Kesimpulan.

Hasil perhitungan dari nilai korelasi diatas harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r. Adapun uji hipotesis untuk validitas adalah sebagai berikut :

Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, H_0 ditolak, maka valid

Jika $r_{hitung} \leq r_{tabel}$, H_1 diterima, maka tidak valid

2.8 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau diandalkan hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subjek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama objek yang diukur dalam diri subjek belum berubah. Pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan 2 cara, yaitu :

1. *Repeat Measure* atau ukur ulang. Disini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda (sebulan lagi, dua bulan lagi dan seterusnya), kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.
2. *One Shot* atau diukur sekali saja. Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan hasil pertanyaan lain.

Dalam penelitian ini, untuk mengetahui reliabilitas peneliti menggunakan cara *One shot* atau mengukur sekali saja. Sementara itu, teknik sekaliukur yang digunakan adalah teknik alpha (*koefisien alpha*). *Cronbach's alpha* ($\alpha_{Cronbach}$) merupakan teknik pengujian reliabilitas suatu tes atau angket yang paling sering digunakan karena dapat digunakan pada tes-tes atau angket-angket yang jawaban atau tanggapannya berupa pilihan. Pilihannya dapat terdiri dari dua pilihan atau lebih dari dua pilihan.

Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik

ini, bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$. Tahapan perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik alpha cronbach, yaitu :

1. Menentukan hipotesis

H0 : Butir kuesioner reliabel

H1 : Butir kuesioner tidak reliabel

2. Menentukan nilai r_{tabel}

Dengan tingkat signifikansi 10% derajat kebebasan (df) = n-2, maka r_{tabel} Dapat dilihat ditabel r.

$$r_{tabel} = \frac{(k-1) (1 - \sum \sigma_i^2)}{\sigma^2}$$

3. Menentukan nilai $r_{cronbach's\ alpha}$

Dimana:

r = koefisien reliabilitas instrumen

k = banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma^2$ = total variansi butir

σ^2 = total varian

Hasil perhitungan $r_{cronbach's\ alpha}$ pada software SPSS dapat dilihat pada nilai *Cronbach's Alpha*.

Adapun uji hipotesis untuk reliabilitas adalah sebagai berikut :

a. Tingkat Signifikansi (resiko kesalahan) : $\alpha = 0,1 = 10\%$

b. Uji Hipotesis :

Jika, $r_{hitung} > r_{tabel}$, H_0 diterima, maka data reliable

2.9 Penentuan Jumlah Responden

Dalam melakukan penelitian penentuan besar Responden tergantung pada tiga hal yaitu: keragaman (variasi) dari populasi, batas kesalahan Responden yang dikehendaki (*Responden error*) dan interval kepercayaan (*confidence interval*). Terdapat dua hal yang perlu diperhatikan dalam penentuan besaran Responden, apakah populasi yang diambil besar (tidak diketahui) ataukah populasi yang

diambil kecil (diketahui) (Anisah, 2017).

1. Rumus Jumlah Responden Untuk Populasi Besar (Tidak Diketahui)

Rumus ini digunakan untuk menentukan jumlah Responden dari populasi yang besar. Dengan kata lain tidak ada ukuran yang pasti berapa jumlah anggota populasi yang bisa disebut sebagai populasi besar. Populasi ini bisa disebut juga sebagai populasi yang tidak terbatas (*infinite population*). Disebut demikian karena populasi yang besar umumnya ditandai dengan tidak adanya kerangka sampel yang memuat daftar nama anggota populasi.

Sehingga dalam populasi besar (tidak diketahui), ukuran populasi sama sekali tidak menjadi dasar dalam penentuan besar sampel. Besar kecilnya sampel hanya ditentukan oleh tiga faktor yaitu: tingkat kepercayaan, *sampling error* dan porsi populasi. Rumus menentukan jumlah sampel untuk populasi demikian sebagai berikut (Rea & Parker, 2005):

$$n = \frac{Z^2 \cdot p(1 - p)}{E^2}$$

Dimana:

Z : mengacu pada nilai z (tingkat kepercayaan). Jika tingkat kepercayaan yang dipakai 90% nilai z adalah 1,65. Tingkat kepercayaan 95% nilai z adalah 1,96. Sedangkan tingkat kepercayaan 99% nilai z adalah 2,58.

p(1-p) : variasi populasi. Variasi populasi dinyatakan dalam bentuk proporsi.

Proporsi dibagi kedalam dua bagian dengan total 100% (atau 1)

E : kesalahan sampel yang dikehendaki (*sampling error*).

2. Rumus Jumlah Sampel Untuk Populasi Kecil (diketahui)

Rumus ini dipakai untuk menentukan jumlah sampel dari populasi yang kecil. Populasi kecil dapat disebut juga sebagai populasi diketahui karena tidak hanya mengetahui jumlah anggota populasi, tetapi juga nama-nama mereka. Populasi kecil ditandai dengan adanya kerangka sampel yang memuat secara lengkap daftar nama anggota populasi.

Rumus untuk menentukan jumlah sampel dari populasi demikian tidak jauh berbeda dengan populasi besar. Ysng membedakan, selain faktor tingkat kepercayaan, *sampling error* dan proporsi populasi. Rumus menentukan jumlah sampel untuk populasi sebagai berikut (Rea & Parker, 2005):

$$n = \frac{Z^2 \cdot [p(1 - p)]N}{Z^2[p(1 - p)]N + (N - 1)E^2}$$

Dimana:

Z :mengacu pda nilai z (tingkat kepercayaan). Jika tingkat kepercayaan yang dipakai 90% nilai z adalah 1,65. Tingkat kepercayaan 95% nilai z adalah 1,96. Sedangkan tingkat kepercayaan 99% nilai z adalah 2,58.

p(1-p) :variasi populasi. Variasi populasi dinyatakan dalambentuk proporsi.

Proporsi dibagi kedalam dua bagian dengan total 100% (atau 1)

E :kesalahan sampel yang dikehendaki (*sampling error*).

N :jumlah populasi

Karena besarnya proporsi sampel p tidak diketahui, dan $p(1 - p)$ juga tidak diketahui, maka pengujian ini belum dapat dilakukan. Tetapi nilai p selalu diantara 0 sampai 1 dengan nilai p maksimal

$$f(p) = p - p^2$$

$$\frac{df(p)}{dp} = 1 - 2p$$

$$\frac{df(p)}{dp} \text{ maksimal jika } \frac{df(p)}{dp} = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$-1 = -2p$$

$$p = 0,5$$