

# DIMENSI-DIMENSI KUALITAS JASA PERBANKAN DI INDONESIA

**Firman Sihol Parningotan**

*Institut Keuangan Perbankan & Informatika Asia Perbanas*

**Lerbin R. Arltonang R.**

*Universitas Tarumanegara*

**Novianta L.T. Hutagalung**

*Institut Keuangan Perbankan & Informatika Asia Perbanas*

*The aim of this article is to address the importance of measuring service quality in the Indonesian banking industry. A questionnaire was developed to identify underlying dimensions of bank quality of the importance of each of these dimensions. Service quality is presented as a multi-dimensional construct which is measured by SERVQUAL along the five key dimensions: reliability, assurance, tangibles, empathy, and responsiveness. Three large banks were selected, and service quality questionnaires were sent to 250 bank customers. Using 22 items on expectations and perceived performance, it is found that 21 items as individual indicators of one latent variable for the confirmatory factor analysis (CFA) test of SERVQUAL models might result in reliable and valid instrument. Results for this study verify the SERVQUAL dimensions are applicable to the Indonesian Banking industry.*

---

*Keywords: bank customers, service quality, SERVQUAL, confirmatory factor analysis (CFA)*

## PENDAHULUAN

Akhir-akhir ini, perhatian para akademisi dan praktisi mengenai jasa sangat intensif. Hal itu berkaitan dengan kenyataan yang menunjukkan bahwa bidang pekerjaan maupun bisnis akhir-akhir ini didominasi oleh jasa. Di Amerika Serikat, misalnya, sektor jasa mencakup 75% dari produk domestik bruto dan sekitar 80% dari semua pekerjaan (Najjar dan Bishu, 2006). Di Indonesia sendiri, sektor jasa berkontribusi sekitar 48% terhadap perekonomian Indonesia dan merupakan sektor terbesar dalam perekonomian nasional (Mari Pangestu, Jakarta, 27/2/2008, Kominfo – Newsroom).

Menurut Dotching dan Oakland (1994), jasa merupakan unsur utama keunggulan bersaing. Konsumen, bahkan yang membeli *hard goods*, jauh lebih memperhatikan jasa daripada hanya spesifikasi teknis, dan bahwa dalam jangka panjang persepsi konsumen atas perhatian dan *responsiveness* bahkan lebih penting daripada komponen yang nyata dari suatu produk (Peters sebagaimana dikutip oleh Dotching dan Oakland, 1994).

Menurut Levitt (sebagaimana dikutip oleh Dotching dan Oakland, 1994), diferensiasi produk mungkin dicapai melalui pendefinisian kembali produk itu berdasarkan jasa dan hal tak nyata yang ditambahkan. Gronroos (sebagaimana

dikutip oleh Dotching dan Oakland, 1994) juga menyatakan bahwa dalam industri yang sudah dewasa adalah sulit untuk menghasilkan barang yang "lebih baik" sehingga pemanufaktur perlu menawarkan jasa (teknis, pemeliharaan, pelatihan, konsultasi, dll.) kepada konsumennya untuk dapat bertahan terus atau memperoleh keunggulan tambahan.

Selama sekitar dua dekade yang lalu, faktor peraturan, struktural dan teknologi telah mempengaruhi secara signifikan lingkungan perbankan di seluruh dunia (Angur, Natarajaan, dan Jahera, 1999). Terkait dengan itu, dalam lingkungan yang makin bersaing, kualitas jasa merupakan ukuran penting kinerja organisasi untuk terus mendorong perhatian lembaga perbankan dan tetap sebagai bagian terdepan dalam literatur dan praktek pemasaran jasa (Lassar, Manolis, dan Winsor, 2000; Yavas dan Yasin, 2001).

Pencarian kualitas secara khusus penting dalam konteks jasa keuangan karena pemberi jasa cenderung dipandang relatif tidak terdiferensiasi, dan karena itu kualitas jasa menjadi utama untuk keunggulan bersaing. Kualitas jasa telah menjadi faktor yang makin penting untuk keberhasilan dan kelanggengan sektor perbankan (Cui, Lewis, dan Park, 2003).

SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry atau disingkat PZB (1985, 1988, 1991) merupakan instrumen yang paling luas digunakan untuk mengukur kualitas jasa (Angur, Natarajaan, dan Jahera 1999). SERVQUAL dikembangkan berdasarkan model kesenjangan, yaitu sebagai selisih antara persepsi (*P, perception*) dan harapan (*E, expectation*) atas kinerja jasa. Dalam instrumen itu, kualitas jasa merupakan skor perbedaan (kesenjangan) antara P dan E.

Namun demikian, SERVQUAL memiliki beberapa kelemahan (Babakus dan Boller, 1992; Bolton dan Drew, 1991; Brady dan

Cronin, 2001; Brown dan Swartz, 1989; Buttle, 1996; Carman, 1990; Cronin dan Taylor, 1991, 1994; Hussey, 1999; Teas, 1993, 1994). Sementara PZB menyatakan bahwa kualitas jasa terdiri dari lima dimensi, misalnya, tetapi ada peneliti yang menemukan satu dimensi (Cronin dan Taylor, 1991) dan tujuh dimensi (Carman, 1990).

Beberapa hasil penelitian juga telah menunjukkan bahwa dimensi kualitas jasa berbeda antarbudaya (Athanassopoulos, Gounaris, dan Stathakopoulos, 2001; Jamal dan Nasser, 2002; Lam, 2002; Yavas, Bilgin, dan Shemwell, 1997). Namun demikian, di Indonesia sendiri, berdasarkan hasil penelusuran yang dilakukan melalui *proquest.com*, belum ada penelitian mengenai kualitas jasa dalam perspektif budaya. Selain itu, menurut Babakus dan Boller (1992), hasil penelitian mengenai dimensi kualitas jasa sangat bergantung pada situasi spesifik jasanya. Didalam paper ini akan dibahas dimensi apa sajakah yang terdapat dalam kualitas jasa perbankan di Indonesia.

## LANDASAN TEORITIS

### Model Kesenjangan

SERVQUAL dikembangkan oleh PZB (1988) dengan menggunakan harapan (*E, expectation*) dan persepsi (*P, perception*) dalam mengukur kualitas jasa. Instrumen itu terdiri dari 22 pernyataan berpasangan, yaitu 22 pernyataan mengenai E dan 22 pernyataan mengenai P. Untuk mengukur kualitas jasa, 22 pernyataan mengenai E diadministrasikan lebih dulu. Kemudian, 22 pernyataan mengenai P diadministrasikan kemudian. Kualitas jasa sendiri diukur dengan rumus P-E.

Menurut Bouman dan van der Wiele (1992 dalam Buttle, 1996), penggunaan kedua komponen itu dapat menimbulkan rasa bosan dan kebingungan pada responden sehingga mempengaruhi kualitas data yang diperoleh (Buttle, 1996). Untuk

mengatasi hal itu, ada yang mengukur kedua komponen itu sekaligus dengan cara membuat pernyataan-pernyataan mengenai E di sebelah kiri dan P di sebelah kanan instrumen (Bouman dan van der Wiele, 1992 dalam Buttle, 1996). Selain itu, ada juga yang menyarankan untuk mengukur kedua komponen sekaligus (Carman, 1990; Koleimeijr, 1991 dalam Llosa, Chandon, dan Orsingher, 1998; Lewis, 1993 dalam Buttle, 1996). Caranya adalah dengan meminta responden mengekspresikan apakah persepsinya atas kualitas suatu jasa lebih rendah atau lebih tinggi daripada atau sama dengan harapannya. Dalam perkembangan selanjutnya, cara yang terakhir ini yang lebih banyak digunakan dalam mengukur kualitas jasa.

### Harapan

Penggunaan komponen E dalam konsep kualitas jasa dapat mempengaruhi tanggapan sedemikian sehingga responden memberikan skor yang tinggi agar sesuai dengan yang diinginkan masyarakat (Babakus dan Inhofe, 1991 dalam Buttle, 1996). Hal itu mungkin sesuai dengan hasil penelitian PZB (1988) yang menunjukkan bahwa skor pernyataan-pernyataan mengenai E tergolong tinggi jika dibandingkan dengan skor pernyataan-pernyataan mengenai P, yaitu minimal 6 pada skala 7-nilai. Terkait dengan itu, PZB (1991) melakukan penyesuaian atas pernyataan-pernyataan E dalam SERVQUAL, yaitu dengan menggunakan istilah "*would*" untuk menggantikan "*should*" pada versi tahun 1988. Hal itu dimaksudkan agar komponen harapan yang diukur menjadi lebih realistis dan tidak ideal. Ternyata, hasilnya menunjukkan bahwa kualitas instrumennya menjadi lebih baik.

Namun demikian, menurut Peter, Churchill, dan Brown (1993), reliabilitas skor perbedaan yang diperoleh dari komponen E dan P itu adalah rendah. Selain itu, penggunaan skor perbedaan tidak meng-

hasilkan informasi tambahan apa pun melebihi yang sudah tercakup dalam komponen persepsi SERVQUAL (Babakus dan Boller, 1992). Penelitian Boulding dkk. (1993 dalam Buttle, 1996), termasuk Zeithaml, juga menunjukkan bahwa kualitas jasa hanya dipengaruhi oleh persepsi. Sejalan dengan itu, Cronin dan Taylor (1994) menyatakan bahwa persepsi konsumen bukan kalkulasi, yang menentukan perilakunya. Penelitian mereka juga menunjukkan bahwa ukuran yang tidak menyertakan komponen E memiliki kualitas yang lebih lebih karena menjelaskan lebih banyak variasi kualitas jasa.

### Dimensi dan Atribut

Umumnya para penulis berpendapat bahwa kualitas jasa memiliki beberapa dimensi. Sasser, Olsen, dan Wyckoff (1978 dalam PZB, 1985), misalnya, menyatakan bahwa kualitas jasa terdiri dari dimensi material, fasilitas, dan personel. Pendapat lainnya dikemukakan oleh Gronroos (1982 dalam PZB, 1985) bahwa kualitas jasa terdiri dari dimensi teknis dan fungsional. Dimensi teknis kualitas jasa berkaitan dengan apa yang secara aktual diterima konsumen dari jasa itu. Dimensi fungsional kualitas jasa berkaitan dengan cara jasa diberikan.

Pendapat lainnya dikemukakan oleh Lehtinen dan Lehtinen (1982 dalam PZB, 1985) bahwa kualitas jasa terdiri dari dimensi fisik, korporasi, dan interaksi. Dimensi fisik berkaitan dengan aspek fisik jasa, seperti peralatan dan bangunan. Dimensi korporasi berkaitan dengan citra atau profil perusahaan. Dimensi interaksi berkaitan dengan kualitas hubungan antara pekerja kontak dan konsumen maupun antara konsumen dan konsumen. Hal itu didasarkan pada premis dasar bahwa kualitas jasa diprediksi dalam interaksi antara konsumen dan unsur-unsur dalam organisasi jasa. Sejalan dengan itu, mereka juga membedakan antara kualitas yang terkait dengan proses

pemberian jasa dan kualitas yang terkait dengan hasil jasa.

Hasil penelitian yang banyak dijadikan acuan mengenai dimensi kualitas jasa adalah yang dilakukan oleh PZB (1985, 1988). Dari hasil penelitian-penelitian itu mereka berkesimpulan bahwa kualitas jasa terdiri dari lima dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Terkait dengan itu, PZB (1991: 430) juga menyatakan bahwa "*The instrument has been designed to be applicable across a broad spectrum of services.*" Itu berarti bahwa kelima dimensi itu berlaku dalam berbagai konteks jasa lainnya.

Namun demikian, banyak penelitian menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas jasa yang diidentifikasi melalui SERVQUAL maupun instrumen lain yang hanya menyertakan komponen P tidak menunjukkan struktur faktor yang konsisten. Dimensi yang dihasilkan bervariasi, mulai dari satu dimensi (Cronin dan Taylor, 1991; Babakus dkk., 1993 dalam Buttle, 1996) sampai dengan sembilan dimensi (Carman, 1990). Hasil-hasil penelitian PZB (1988, 1991) juga sebenarnya tidak menunjukkan struktur faktor yang stabil, termasuk mengenai kesesuaian antara atribut dengan dimensinya.

### **Konteks Jasa dan Budaya**

Terkait dengan ketidakkonsistenan jumlah dimensi, struktur faktor, maupun atribut yang dihasilkan lintas berbagai penelitian, Babakus dan Boller (1992) menyatakan bahwa dimensi kualitas jasa bergantung pada jasa tertentu. Carman (1990) juga menyatakan bahwa paling sedikit sebagian konsumen bersifat *context-specific* mengenai dimensi yang digunakannya dalam menilai kualitas jasa. Babakus dkk. (1993 dalam Buttle, 1996) maupun Ennew, Reed, dan Binks (1993) juga menyarankan agar sifat jasa yang diukur juga dipertimbangkan.

Menurut Buttle (1996), pengukuran kualitas jasa dalam konteks yang spesifik dengan menyertakan hanya empat hingga lima atribut sering tidak memadai (Buttle, 1996). Mengenai hal itu, PZB (1991) menyatakan bahwa SERVQUAL dapat dilengkapi dengan pernyataan-pernyataan baru sesuai dengan kebutuhan konteks penelitian yang dilakukan.

Selain berkaitan dengan konteks jasa yang diteliti, Buttle (1996) menyatakan bahwa instrumen yang dikembangkan dalam konteks suatu budaya mungkin tidak selalu berfungsi dengan baik jika digunakan dalam budaya yang berbeda. Terkait dengan itu, penelitian mengenai kaitan antara kualitas jasa dan kebudayaan umumnya dilakukan dengan mengacu pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Hofstede (dalam Furrer, Liu, dan Sudharshan, 2000). Menurut Hofstede (dalam Hodgetts dan Luthans, 2003), kebudayaan antrarbangsa (negara) memiliki lima dimensi, yaitu jarak kekuasaan, individualisme, maskulinitas, penghindaran ketidakpastian, serta orientasi jangka panjang. Berdasarkan kelima dimensi itu, menurut Hofstede, negara-negara Asia memiliki budaya yang berbeda jika dibandingkan dengan negara-negara barat. Terkait dengan itu, beberapa hasil penelitian telah menunjukkan bahwa kelima dimensi kebudayaan itu berkaitan dengan kelima dimensi kualitas jasa yang diukur dengan SERVQUAL (Blunt, 1988; Donthu dan Yoo, 1998; Furrer, Liu, dan Sudharshan, 2000; Malai, 2007; Mattila, 1999; Tao, Horn, dan Merritt, 2004; Winsted, 1997). Penelitian lainnya dalam jasa perbankan di beberapa negara yang memiliki budaya yang berbeda menunjukkan hasil yang berbeda juga, sebagaimana diringkas pada Tabel 1. Dapat disimpulkan bahwa kualitas jasa berkaitan dengan konteks jasa dan budaya di mana penelitian dilakukan.

**Tabel 1**  
**Kualitas Jasa Perbankan Berdasarkan Negara**

<b>Peneliti</b>	<b>Negara (Budaya)</b>	<b>Dimensi</b>
PZB (1988, 1991)	Amerika Serikat	Tangibles, reliability, assurance, empathy, responsiveness
Cronin, Jr., dan Taylor (1991)	Amerika Serikat	Satu dimensi
Avkiran (1994)	Tidak disebutkan	Staff conduct, credibility, communication, access to teller services
Llosa, Chandon, dan Orsingher	Perancis	Enlarged tangibles, contract performance, task related receptiveness, formal receptiveness, (1998) confidence.
Angur (1999)	India	5 dimensi SERVQUAL tidak teruji.
Oppewal dan Vriens (2000)	Belanda	Accessibility, competence, accuracy and (1998) friendliness, tangibles

### Konsep Jenjang yang lebih tinggi

Penelitian mengenai kualitas jasa didasarkan pada beberapa dimensi yang melatar belakangnya (PZB, 1985, 1988). Itu berarti bahwa kualitas jasa diperlakukan sebagai konsep jenjang yang lebih tinggi (Buttle, 1996) dengan dimensi-diemnsinya sebagai jenjang pertama dan kualitas jasa sebagai jenjang kedua.

Dari hasil studi kepustakaan yang dijelaskan di atas dapat diketahui beberapa hal berikut. Satu, konsep kualitas jasa merupakan hasil perbandingan antara persepsi konsumen dan harapannya terhadap jasa itu. Dua, operasionalisasi model kesenjangan itu menimbulkan beberapa masalah sehingga kualitas hasil pengukurannya menjadi rendah. Tiga, terkait dengan itu, komponen E lebih baik diukur secara langsung sehingga pernyataan yang disertakan hanya yang berkaitan dengan komponen P. Empat, dimensi dan atribut kualitas jasa bersifat spesifik, baik dari segi

jenis jasa maupun budaya. Terkait dengan keempat hal itu, pengembangan instrumen kualitas jasa dalam konteks perbankan di Indonesia masih harus dieksplorasi. Lima, kualitas jasa merupakan konsep jenjang yang lebih tinggi. Jadi, kualitas jasa dapat dikatakan merupakan konstruk jenjang yang lebih tinggi, yaitu dua-jenjang (*second-order*) yang terdiri dari lima dimensi, yaitu *reliability*, *assurance*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*. Dalam hal ini, jenjang pertamanya adalah kelima dimensi itu, dan jenjang keduanya adalah kualitas jasa (*service quality*).

### METODE PENELITIAN

#### Instrumen

SERVQUAL merupakan instrumen yang paling luas digunakan untuk mengukur kualitas jasa (Angur, Nataraajan, dan Jahera 1999) walaupun memiliki kelemahan dari segi konteks jasa, budaya, dan lain-lain. Terkait dengan kelemahan itu, PZB (1988, 1991) menyatakan bahwa instrumen itu dapat

dilengkapi dan diadaptasi sesuai dengan konteks jasa yang diteliti. Sejalan dengan itu, Carman (1990) menyarankan agar pengukuran kualitas jasa mengacu pada 10 dimensi kualitas jasa yang diidentifikasi oleh PZB (1985). Menurut Yavas, Benkenstein, dan Stuhldreier (2004), penggunaan SERVQUAL akan membantu untuk membandingkan hasil penelitian yang dilakukan dengan penelitian lainnya mengenai kualitas pelayanan. Hal itu dapat dimengerti karena SERVQUAL merupakan instrumen yang paling sering digunakan dan dijadikan acuan dalam penelitian kualitas jasa.

Instrumen penelitian ini dikembangkan berdasarkan kesepuluh dimensi tersebut tetapi dengan mengukur komponen E secara langsung. Pernyataan dibuat dalam bentuk skala Likert dengan 10-nilai, sebagaimana yang digunakan oleh PZB (1988, 1991). Selain itu, adaptasi juga akan dilakukan sehingga sesuai dengan jasa perbankan di Indonesia.

### **Populasi dan Sampel**

Populasi penelitian ini adalah semua nasabah bank BCA, BNI dan bank Mandiri yang terpilih. Dari tiap bank dipilih secara acak sebanyak 3 gerai. Pemilihan gerai itu dilakukan dengan acak sederhana. Selama hari kerja yang tertentu dipilih nasabah dengan tidak acak *convenient* sehingga diperoleh 250 nasabah. Menurut Rust dan Golombok (1989), ukuran sampel untuk menguji reliabilitas instrumen minimal 200. Dengan demikian, ukuran sampel penelitian ini telah memenuhi syarat. Sampel terbanyak berasal dari nasabah Bank BNI (106 nasabah atau 42.4 persen), Mandiri (97 nasabah atau 38.8 persen) dan yang paling sedikit berasal dari nasabah Bank BCA (47 nasabah atau 18.8 persen).

### **Validitas dan Reliabilitas**

Validitas yang diuji dalam penelitian ini terdiri dari validitas konvergen dan diskrimi-

nan maupun reliabilitas, yaitu dengan menggunakan analisis faktor konfirmasi. Validitas konvergen diuji dengan beberapa cara. Satu, jika muatan atribut (Daniel dalam Byrne, 1998) lebih besar atau sama dengan 0.20 (Chin, 1998) dan/atau signifikan (Fornell dan Larcker, 1981) maka validitas konvergen atribut itu teruji. Dua, jika AVE (*Average Variance Extracted*) lebih besar atau sama dengan 0.50 maka validitas konvergen instrumen teruji (Fornell dan Larcker, 1981).

Jika AVE suatu kontrak lebih besar daripada variansi bersama (*shared variance*) antara kontrak itu dan semua kontrak lainnya maka validitas diskriminan kontrak itu dinyatakan teruji (Fornell dan Larcker, 1981).

Reliabilitas diuji dengan empat cara. Satu, jika  $R^2$  dari suatu atribut (Jöreskog dan Sörbom, 1993) lebih besar atau sama dengan 0.40 maka atribut itu dinyatakan reliabel (Bagozzi dan Baumgartner, 1994). Dua, jika rata-rata variansi yang diekstrak dari atribut-atribut suatu kontrak (Anderson dan Gerbing, 1988) minimal sebesar 0.50 maka reliabilitas kontrak itu teruji (Bagozzi dan Yi, 1988). Tiga, jika suatu kontrak memiliki  $R^2$  minimal sebesar 0.60 maka kontrak itu dinyatakan reliabel (Bagozzi dan Yi, 1998). Empat, jika suatu variabel memiliki  $R^2$  minimal sebesar 0.60 maka variabel itu dinyatakan reliabel (Fornell dan Larcker, 1981).

Selain uji validitas dan reliabilitas di atas, instrumen penelitian ini juga diuji kesesuaian menyeluruhnya. Karena tidak ada satu uji statistik tunggal yang dapat digunakan untuk menilai kesesuaian menyeluruh suatu model (Hair, Jr., dkk., 1998; Jöreskog dan Sörbom, 1996) sehingga perlu digunakan beberapa uji statistik (Hu dan Bentler, 1999; Byrne, 1998; Arbuckle, 1997; Schumacker dan Lomax, 1996; Bagozzi dan Yi, 1988). Sesuai dengan rekomendasi dari Jöreskog dan Sörbom (1996) dan Bentler (1990), uji

statistik yang digunakan terdiri dari uji kai-kuadrat, GFI, AGFI, CFI, dan RMSEA. Uji kai-kuadrat sebenarnya bukan ukuran yang baik karena sangat peka terhadap ukuran sampel sehingga kai-kuadrat yang signifikan tidak mesti menjadi indikator kesesuaian yang jelek (Bagozzi dan Yi, 1988). Sesuai dengan rekomendasi Jöreskog dan Sörbom (1996), rasio statistik kai-kuadrat terhadap derajat kebebasannya dapat digunakan sebagai ukuran kesesuaian menyeluruh yang baik, dan maksimum sebesar 1.7 (Medsker, Williams, dan Holahan, 1994). Statistik uji GFI, AGFI, dan CFI minimum 0.9 merupakan indikasi kesesuaian menyeluruh suatu model (Bagozzi dan Yi, 1988; Baumgarten dan Homburg, 1996). Untuk RMSEA biasanya nilai sampai dengan 0.08 dipandang mengindikasikan kesesuaian

model yang masuk akal (Browne dan Cudeck, 1993 dalam Walter, Mueller, dan Helfert, 1998).

#### HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Penilaian atas model pengukuran *service quality* diawali dengan penilaian atas kecocokan menyeluruh model terhadap datanya. Setelah itu, penilaian dilanjutkan atas reliabilitas dan validitas model pengukuran itu.

Statistik kecocokan menyeluruh model pengukuran Sq dengan datanya terdapat pada Tabel 2. Paling sedikit tiga statistik menunjukkan bahwa kecocokan modelnya sebagai satu keseluruhan dengan datanya masih tergolong baik. Atas dasar itu, penilaian atas reliabilitas dan validitas model pengukuran Sq dapat dilanjutkan.

**Tabel 2**  
**Statistik Kecocokan Menyeluruh Model**  
**Pengukuran *Service Quality***

	HASIL	KRITERIA	KETERANGAN
P	0.00	> 0.05	Tidak cocok
RMSEA	0.07	≤ 0.10	Cocok
CFI	0.99	≥ 0.90	Cocok
GFI	0.86	≥ 0.90	Tidak cocok
AGFI	0.82	≥ 0.90	Tidak cocok
CS/DF*	2.22	≥ 1.70	Cocok
* <i>chi-square / degree of freedom</i>			

Hasil analisis mengenai reliabilitas model pengukuran terdapat pada Tabel 3. Dapat diketahui bahwa hanya indikator Q5 untuk dimensi *Reliability* yang memiliki koefisien reliabilitas ( $R^2$ ) yang lebih kecil daripada

0.40, yaitu 0.37, sehingga dinyatakan tidak reliabel. Indikator lainnya untuk tiap dimensi Sq memiliki koefisien reliabilitas yang lebih besar daripada 0.40 sehingga dinyatakan reliabel.

**Tabel 3**  
**Reliabilitas Indikator**

Reliability		Assurance		Tangible		Empathy		Responsiveness	
Q	R <sup>2</sup>	Q	R <sup>2</sup>	Q	R <sup>2</sup>	Q	R <sup>2</sup>	Q	R <sup>2</sup>
1	0.65	6	0.71	10	0.43	14	0.60	19	0.57
2	0.70	7	0.71	11	0.63	15	0.47	20	0.73
3	0.64	8	0.60	12	0.65	16	0.71	21	0.72
4	0.69	9	0.68	13	0.68	17	0.63	22	0.80
5	<b>0.37</b>					18	0.60		

Untuk analisis selanjutnya, indikator Q5 tidak disertakan karena tidak reliabel. Reliabilitas tiap dimensi Sq dihitung dengan rumus

$$CR = \frac{(\sum\lambda)^2}{(\sum\lambda)^2 + \sum\delta} \dots\dots\dots 1$$

Dimana: CR: koefisien reliabilitas dimensi, λ (lambda): koefisien validitas standar indikator, dan δ (delta): eror pengukuran indikator. Hasil penghitungan koefisien reliabilitas tiap dimensi Sq terdapat pada Tabel 4. Dari tabel itu dapat diketahui bahwa kelima dimensi Sq tergolong reliabel karena masing-masing dimensi memiliki koefisien reliabilitas (CR) yang lebih besar daripada 0.60.

**Tabel 4.**  
**Reliabilitas Dimensi Sq**

Reliability			Assurance			Tangible			Empathy			Responsiveness		
Q	λ	δ	Q	λ	δ	Q	λ	δ	Q	λ	δ	Q	λ	δ
1	0.81	0.34	6	0.85	0.28	10	0.65	0.58	14	0.78	0.40	19	0.75	0.43
2	0.84	0.29	7	0.84	0.29	11	0.79	0.37	15	0.69	0.53	20	0.85	0.27
3	0.80	0.36	8	0.77	0.41	12	0.80	0.34	16	0.84	0.29	21	0.85	0.28
4	0.83	0.31	9	0.83	0.31	13	0.83	0.32	17	0.80	0.37	22	0.90	0.20
								18	0.77	0.40				
Σ	3.28	1.31	Σ	3.29	1.29	Σ	3.07	1.62	Σ	3.88	1.98	Σ	3.35	1.18
<b>CR = 0.71</b>			<b>CR = 0.72</b>			<b>CR = 0.65</b>			<b>CR = 0.66</b>			<b>CR = 0.74</b>		

Penghitungan reliabilitas variabel laten Sq terdapat pada Tabel 5. Dari tabel itu dapat diketahui bahwa Sq tergolong reliabel karena memiliki koefisien reliabilitas (CR = 0.92) yang lebih besar daripada 0.70.



**Tabel 5**  
**Reliabilitas Sq**

Dimensi	$\gamma$	$1 - \gamma^2$
Reliability	0.94	0.10
Assurance	0.96	0.08
Tangible	0.96	0.08
Empathy	0.97	0.06
Responsiveness	0.97	0.06
$\Sigma$	4.80	0.39
<b>CR = 0.92</b>		

Statistik validitas konvergen indikator-indikator dimensi Sq terdapat pada Tabel 6. Dari tabel itu dapat diketahui bahwa semua indikator memiliki koefisien validitas yang lebih besar daripada 0.20. Selain itu,

tiap indikator juga memiliki nilai t yang lebih besar daripada 1.96. Atas dasar itu dapat dinyatakan bahwa indikator-indikator tiap dimensi Sq tergolong memiliki validitas konvergen yang signifikan.

**Tabel 6**  
**Validitas Indikator tiap Dimensi Service Quality**

Q	$\lambda$	t	Q	$\lambda$	t	Q	$\lambda$	t	Q	$\lambda$	t	Q	$\lambda$	t
1	0.81	-	6	0.85	-	10	0.65	-	14	0.78	-	19	0.75	-
2	0.84	15.32	7	0.84	16.70	11	0.79	10.86	15	0.69	11.52	20	0.85	14.32
3	0.80	14.36	8	0.77	14.59	12	0.80	10.99	16	0.84	14.79	21	0.85	14.21
4	0.83	15.08	9	0.83	16.23	13	0.83	11.23	17	0.80	13.72	22	0.90	15.15
									18	0.77	0.77			

Validitas konvergen tiap dimensi Sq dihitung berdasarkan rumus

$$AVE = \frac{\sum \lambda^2}{q} \dots\dots\dots 2$$

Dimana: AVE (Average Variance Extracted): koefisien reliabilitas dimensi,  $\lambda$  (lambda): koefisien validitas standar indikator, dan q = jumlah indikator.

Penghitungan AVE untuk tiap dimensi Sq terdapat pada Tabel 7. Dari tabel itu dapat diketahui bahwa kelima dimensi Sq memiliki AVE yang lebih besar daripada 0.50. Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa kelima dimensi memiliki validitas konvergen yang baik.

**Tabel 7**  
**AVE Dimensi Sq**

<i>Reliability</i>		<i>Assurance</i>		<i>Tangible</i>		<i>Empathy</i>		<i>Responsiveness</i>	
Q	$\lambda^2$	Q	$\lambda^2$	Q	$\lambda^2$	Q	$\lambda^2$	Q	$\lambda^2$
1	0.66	6	0.72	10	0.42	14	0.61	19	0.56
2	0.71	7	0.71	11	0.62	15	0.48	20	0.72
3	0.64	8	0.59	12	0.66	16	0.71	21	0.72
4	0.69	9	0.69	13	0.69	17	0.64	22	0.81
						18	0.59		
<b><math>\Sigma</math></b>	<b>2.69</b>		<b>2.71</b>		<b>2.39</b>		<b>3.02</b>		<b>2.82</b>
<b>AVE</b>	<b>0.54</b>		<b>0.68</b>		<b>0.66</b>		<b>0.60</b>		<b>0.70</b>

Informasi yang berkaitan dengan validitas diskriminan semua dimensi tidak diskriminan dimensi-dimensi Sq terdapat teruji. Dengan pernyataan lain, variabilitas pada Tabel 8. Dari tabel itu dapat diketahui yang dapat diekstrak dari tiap dimensi lebih bahwa tidak ada dimensi yang memiliki AVE kecil daripada variabilitas bersama antara yang lebih besar daripada R<sup>2</sup>-nya. Jadi, dimensi itu dengan dimensi lainnya.

**Tabel 8**  
**AVE dan R<sup>2</sup> Tiap Dimensi Sq**

	AVE	<i>Reliability</i>	<i>Assurance</i>	<i>Tangible</i>	<i>Empathy</i>	<i>Responsiveness</i>
<i>Reliability</i>	0.54		0.81	0.81	0.85	0.83
<i>Assurance</i>	0.68	0.81		0.85	0.86	0.86
<i>Tangible</i>	0.60	0.81	0.85		0.86	0.86
<i>Empathy</i>	0.60	0.85	0.86	0.86		0.88
<i>Responsiveness</i>	0.70	0.83	0.86	0.86	0.88	

Penghitungan koefisien reliabilitas variabel yang lebih besar daripada 0.50 sehingga laten Sq terdapat pada Tabel 9. Dari tabel validitas konvergennya tergolong teruji. itu dapat diketahui bahwa Sq memiliki AVE

**Tabel 9**  
**AVE Sq**

Dimensi	$\gamma$	$\gamma^2$
Reliability	0.94	0.88
Assurance	0.96	0.92
Tangible	0.96	0.92
Empathy	0.97	0.94
Responsiveness	0.97	0.94
$\Sigma$	4.80	4.61
<b>AVE = 0.92</b>		

Pengukuran variabel *service quality* termanifestasi dalam lima dimensi, yaitu *reliability*, *assurance*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness* [Parasuraman, Zethaml, dan Berry (PZB), 1985, 1988]. Hal itu sesuai dengan hasil analisis yang dijelaskan pada penelitian ini. Selain itu, hasil yang sama juga ditemukan oleh Najjar dan Ram (2006) maupun Mukherjee dan Nath (2005) dalam konteks jasa perbankan. Namun demikian, hasil yang berbeda ditemukan oleh Arasli, Katircioglu, dan Mehtap-Smadi (2005), yaitu *service quality* dalam konteks jasa perbankan termanifestasi dalam empat dimensi, yaitu *tangibles*, *reliability*, *assurance*, dan *empathy*. Jadi, atribut-atribut dimensi *responsiveness* menyebar ke dimensi lainnya. Penelitian lainnya menunjukkan bahwa *service quality* termanifestasi dalam tiga dimensi, yaitu *empathy/responsiveness*, *reliability/assurance*, dan *tangibility* (Zhou, 2004). Dalam hal ini, ada dua dimensi yang menjadi satu dengan dimensi lainnya.

Perbedaan hasil-hasil penelitian di atas terkait dengan masalah validitas diskriminan yang juga ditemukan dalam penelitian ini. Sebagaimana hasil penelitian ini, validitas konvergen *service quality* tergolong baik tetapi validitas diskriminan dimensi-dimensi *service quality* itu tidak tergolong baik. Hasil yang sama juga, sebenarnya, ditemukan oleh PZB. Namun demikian, mereka menggunakan metode analisis tertentu sehingga hasil uji validitas diskriminannya menjadi baik. Sebaliknya, penelitian lain tidak menggunakan metode tersebut sehingga diperoleh hasil yang berbeda, khususnya mengenai validitas diskriminan model pengukurannya.

## KESIMPULAN

Dari 22 butir yang digunakan sebagai manifestasi variabel laten *sq*, satu butir yang dimaksudkan sebagai manifestasi dimensi *reliability* tergolong tidak reliabel sehingga harus ditiadakan. Dengan demikian, butir

yang merupakan manifestasi *sq* adalah 21 butir, yaitu 4 butir untuk dimensi *reliability*, 4 butir untuk dimensi *assurance*, 4 butir untuk dimensi *tangibles*, 5 butir untuk dimensi *empathy*, dan 4 butir untuk dimensi *responsiveness*.

Reliabilitas tiap butir yang merupakan manifestasi *sq* tergolong reliabel. Tiap dimensi maupun *sq* juga tergolong reliabel. Validitas konvergen tiap butir maupun tiap dimensi yang merupakan manifestasi *sq* tergolong baik. *Sq* termanifestasi dalam lima dimensi, yaitu *reliability*, *assurance*, *tangibles*, *empathy*, dan *responsiveness*. Koefisien validitas konvergen tiap dimensi tergolong baik, dan secara berurutan adalah 0.54, 0.68, 0.66, 0.60, dan 0.70. Validitas diskriminan tiap dimensi yang merupakan manifestasi dari *sq* tidak teruji secara empiris.

Untuk penelitian yang akan datang dapat dieksplorasi atribut-atribut *sq* menurut nasabah bank yang diteliti sehingga orisinalitasnya lebih terjamin. Selain itu, agar validitas diskriminan yang teruji diperoleh seperti yang dihasilkan oleh PZB (1985, 1988), metode analisis yang digunakan harus sama. Terkait dengan kerepresentativan subyek penelitian, perlu diperluas dengan mencakup bank lain dan di berbagai daerah sehingga validitas eksternal hasil penelitian yang diperoleh lebih terjamin.

## REFERENSI

- Anderson, James C. and Gerbing, D. W. (1988), "Structural equation modeling in practice: A review and recommended two-step approach", *Psychological Bulletin*, Vol. 103, No. 3: 411-23
- Angur, M. G., R. Natarajan, and J. S. Jahera (1999), "Service quality in the banking industry: an assessment in a developing economy", *The International Journal of Bank Marketing*, 3, 116-23
- Arbuckle, James L. (1997), *Amos users'*

- guide version 3.6. Chicago, IL: SmallWaters Corporation
- Athanassopoulos, A., S. Gounaris, and V. Stathakopoulos (2001), "Behavioral responses to customer satisfaction: an empirical study" *European Journal of Marketing*, 3, 687-707
- Avkiran, Necmi Kemal (1994), "Developing an instrument to measure customer service quality in branch banking", *The International Journal of Bank Marketing*, 12 (6), 10-18
- Babakus, Emin and Boller, Gregory W. (1992), "An empirical assessment of the SERVQUAL scale", *Journal of Business Research*, 24 (3), 253-70
- Bagozzi, R. and Baumgartner (1994), "The evaluation of structural equation models and hypothesis testing", *Principles of Marketing Research*, R. Bagozzi (ed.), Cambridge, 386-422
- and Yi, Y. (1988), "On the evaluation on structural equation models", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 16, No. 1: 74-94
- Baumgartner, Hans and Homburg, Christian (1996), "Applications of structural equation modeling in marketing and consumer research: a review", *International Journal of Research in Marketing*, 13 (A-ril), 139-61
- Bentler, Peter M. (1990), "Comparative fit indexes in structural models", *Psychological Bulletin*, 197 (2), 238-46
- Blunt, Peter (1988), "Cultural consequences for organization change in a Southeast Asian State: Brunei", *The Academy of Management Executive*, 2 (3), 235-240
- Bolton, Ruth N. and Drew, James H. (1991), "A multistage model of customers' assessments of service quality and value", *Journal of Consumer Research*, 17 (March), 375-84
- Brady, Michael K. and Cronin, J. Joseph, Jr. (2001), "Some new thoughts on conceptualizing perceived service quality: a hierarchical approach", *Journal of Marketing*, 65 (July), 34-49
- Brown, Stephen W. and Swartz, Teresa A. (1989), "A gap analysis of professional service quality", *Journal of Marketing*, 53 (2), 42
- Buttle, Francis (1996), "SERVQUAL: review, critique, research agenda", *European Journal of Marketing*, 30 (1), 8-32
- Byrne, Barbara M. (1998). *Structural equation modeling with LISREL, PRELIS, and SIMPLIS: basic concepts, applications, and programming*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers
- Carman, James M. (1990), "Consumer perceptions of service quality: an assessment of the SERVQUAL dimensions", *Journal of Retailing*, 66 (1), 33-55
- Chin, W. (1998), "Issues and opinions on structural equation modeling", *MIS Quarterly*, Vol. 22 No. 1, pp. 7-16
- Cronin, J. Joseph, Jr. and Taylor, Steven A. (1992), "Measuring service quality: a reexamination and extension", *Journal of Marketing*, 56 (July), 55-68
- and ----- (1994), "SERVPERF versus SERVQUAL: reconciling performance-based and perceptions-minus-expectations measurement of service quality", *Journal of Marketing*, 58 (January), 125-131
- Cui, Charles Chi, Barbara R. Lewis, and Won Park (2003), "Service quality measurement in the banking sector in South Korea", *The International Journal of Bank Marketing*, 21 (4/5), 191-202
- Donthu, Naveen and Yoo, Boonghee (1998), "Cultural influences on service quality expectations", *Journal of Service Research*, 1 (2), 178-86
- Dotchin, John A. and Oakland, John S. (1994), "Total quality management in services: Part 1: Understanding and classifying services", *The International*

- Journal of Quality & Reliability Management*, 11 (3), 9-26
- Ennew, Christine T., Geoffrey V. Reed, and Martin R. Binks (1993), "Importance-performance analysis and the measurement of service quality", *European Journal of Marketing*, 27 (2), 59-70
- Fornell, Claes and Larcker, David F. (1981), "Evaluating structural equation models with unobservables and measurement error", *Journal of Marketing Research*, Feb., Vol. 18, Iss. 1, 39-50
- Furrer, Olivier, Ben Shaw-Ching Liu, and D. Sudharshan (2000), "The relationships between culture and service quality perceptions. Basis for cross-cultural market segmentation and resource allocation", *Journal of Service Research*, 2 (4), 355-71
- Hair, Jr., Joseph F., William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson, and Ronald L. Tatham (2006). *Multivariate data analysis*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall International, Inc.
- Hu, L., T- and Bentler, P. (1999), "Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives", *Structural Equation Modeling*, Vol. 6, No. 1: 1-55
- Hussey, Michael K. (1999), "Using the concept loss: an alternative SERVQUAL measure", *The Service Industries Journal*, 19 (4), 89-1001
- Jamal, A. and Nasser, K. (2002), "Customer satisfaction and retail banking: an assessment of some of the key antecedents of customer satisfaction in retail banking", *The International Journal of Bank Marketing*, 4, 146-60
- Jöreskog, Karl and Sörbom, Dag (1993) *LISREL<sub>8</sub>: Structural equation modeling with the SIMPLIS<sup>TM</sup> command language*. Chicago, IL: Scientific Software International, Inc.
- \_\_\_\_\_ and \_\_\_\_\_ (1996) *LISREL<sub>8</sub>: User's reference guide*. Chicago, IL: Scientific Software International, Inc.
- Software International, Inc.
- Lam, Tiffany K. P. (2002), "Making sense of SERVQUAL's dimensions to the Chinese customers in Macau", *Journal of Market-Focused Management*, 5, 43-58
- Lassar, W. M., C. Manolis, and R. D. Winsor (2000), "Service quality perspectives and satisfaction in private banking", *The International Journal of Bank Marketing*, 4, 181-9
- Llosa, Sylvie, Jean-Louis Chandon, and Chiara Orsingher (1998), "An empirical study of SERVQUAL's dimensionality", *The Service Industries Journal*, 18 (2), 16-42
- Malai, Veerapong (2007), "The use of collectivist and individualist culture as an indicator for finding patterns of international tourists", *The Business Review*, 7 (2), 323-6
- Mattila, Anna S. (1999), "The role of culture and purchase motivation in service encounter evaluations", *The Journal of Services Marketing*, 13 (4/5), 376-99
- Medsker, Gina J., Larry J. Williams, and Patricia J. Holahan (1994), "A review of current practices for evaluating causal models in organizational behavior and human resource management research", *Journal of Management*, 20 (2), 439-64
- Najjar, Lotfollah and Bishu, Ram R. (2006), "Service quality: a case study of a bank", *The Quality Management Journal*, 13 (3), 35-45
- Oppweal, Harmen and Vriens, Marco (2000), "Measuring perceived service quality using integrated conjoint experiments", *The International Journal of Bank Marketing*, 18 (4), 154-68
- Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry (1985), "A conceptual model of service quality and its implications for future research", *Journal of Marketing*, 49 (4), 41-50
- \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, and \_\_\_\_\_ (1988), "SER-

- VQUAL: A multiple-item scale for measuring perceptions of service quality", *Journal of Retailing*, 64 (1), 12-40
- \_\_\_\_\_, Leonard L. Berry, and Valerie A. Zeithaml (1991), "Refinement and reassessment of the SERVQUAL scale", *Journal of Retailing*, 67 (4), 420-50
- Peter, J., G. Churchill, and T. Brown (1993), "Caution in the use of difference scores in consumer research", *Journal of Consumer Research*, 19 (4), 655-62
- Rust, John and Golombok, Susan (1989) *Modern psychometrics*, London: Routledge
- Schumacker, Randall E. and Lomax, Richard G. (1996). *A beginner's guide to structural equation modeling*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Publishers
- Tao Sun, Marty Horn, and Dennis Merritt (2004), "Values and lifestyles of individuals and collectivists: a study on Chinese, Japanese, British and US consumers", *The Journal of Consumer Marketing*, 21 (4/5), 318-31
- Teas, R. Kenneth (1993), "Expectations, performance evaluation, and consumers' perception of quality", *Journal of Marketing*, 57 (October), 18-34
- \_\_\_\_\_, (1994), "Expectations as a comparison standard in measuring service quality: an assessment of a reassessment", *Journal of Marketing*, 58 (January), 132-9
- Walter, Achim, Thilo A. Mueller and Gabriele Helfert (1998), "The impact of satisfaction, trust, and relationship value on commitment: theoretical considerations and empirical results", *Research Report*, Germany: University of Karlsruhe
- Winsted, Kathryn Frazer (1997), "The service experience in two cultures: a behavioral perspective", *Journal of Retailing*, 73 (3), 337-60
- Yavas, Ugur, Martin Benkenstein, dan Uwe Stuhldreier (2004), "Relationships between service quality and behavioral outcomes. A study of private bank customers in Germany", *The International Journal of Bank Marketing*, 22 (2/3), 144-57
- \_\_\_\_\_, Z. Bilgin, and D. J. Shemwell (1997), "Service quality in the banking sector in an emerging economy: an consumer survey", *The International Journal of Bank Marketing*, 6, 217-23
- \_\_\_\_\_, and Yasin, M. M. (2001), "Enhancing organizational performance in banks: a systematic approach", *Journal of Service Marketing*, 6, 444-53.

\*\*\*

**KUISIONER SURVEI KUALITAS JASA BANK**

**IDENTITAS NASABAH**

Jenis Kelamin :  Perempuan  Laki-laki  
 Usia :  < 21  21 - 34  35 - 44  45 - 54  > 55  
 Pendidikan :  SMA  Diploma  Sarjana  Magister  Doktor  
 Pekerjaan :  PNS  Swasta  Sekolah  Rumah-tangga  Lainnya  
 Frekuensi menggunakan jasa Bank dalam satu bulan:-----  
 Lamanya menjadi nasabah Bank:-----  
 Apakah Bapak/Ibu menjadi nasabah Bank lain  Ya  tidak

Bapak/Ibu dimohon untuk **membandingkan** tingkat kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank dengan tingkat **harapan** Bapak/Ibu sebagai nasabah bank tersebut.

Tanggapan yang dapat dipilih bergerak dari sangat jauh lebih rendah sampai dengan sangat jauh lebih tinggi daripada yang diharapkan Bapak/Ibu.

Jika menurut Bapak/Ibu kualitas jasa yang diberikan oleh Bank **sangat jauh lebih rendah daripada yang diharapkan** Bapak/Ibu maka skornya adalah **0**.

Jika menurut Bapak/Ibu kualitas jasa yang diberikan oleh Bank **sangat jauh lebih tinggi daripada yang diharapkan** skornya adalah **10**.

Mohon memilih alternatif tanggapan yang tersedia untuk tiap pernyataan dengan memberi tanda silang [ X ]. Tidak ada pilihan yang salah atau benar. Jawaban yang diharapkan adalah yang sesuai dengan yang dialami.

	Sangat Jauh					Sangat Jauh					
	Lebih	Rendah				Lebih	Tinggi				
1. Kecepatan pelayanan pegawai bank	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2. Ketepatan pegawai bank menangani setiap transaksi yang saya perlukan	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3. Ketelitian pegawai bank dalam menangani transaksi yang saya lakukan	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
4. Kejelasan pemecahan masalah yang disampaikan oleh pegawai bank kepada saya	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5. Komitmen bank untuk menepati setiap janjinya kepada saya	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
6. Kemampuan pegawai bank memberikan informasi yang saya perlukan	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
7. Kesopanan pegawai bank melayani setiap transaksi yang saya lakukan	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. Keamanan bertransaksi di bank	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
9. Kemampuan pegawai bank untuk meyakinkan saya untuk bertransaksi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
10. Kenyamanan ruangan dan fasilitas di dalam bank	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11. Kemoderenan perlengkapan di dalam bank	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
12. Keberadaan petunjuk dan materi yang memudahkan saya bertransaksi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13. Penampilan pegawai bank yang bersih dan menarik	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
14. Pegawai bank menyambut dan menyapa saya dengan baik	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
15. Kenyamanan jam buka dan tutup bank	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
16. Pegawai bank melayani dengan sepenuh hati	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17. Kebutuhan khusus saya pun senantiasa dilayani dengan baik	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
18. Cara dan sikap pegawai bank dalam melayani	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
19. Ketepatan dan kepastian waktu pelayanan	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20. Ketulusan pegawai untuk mengatasi keluhan nasabah	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
21. Inisiatif pegawai untuk menjelaskan kerugian yang akan terjadi karena kesalahan dalam melakukan transaksi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
22. Inisiatif pegawai untuk menjelaskan manfaat dan keuntungan dalam melakukan transaksi	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10