

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberi jasa bank lainnya (Kasmir; 2000). Dewasa ini perkembangan dunia perbankan semakin pesat dan modern baik dari segi ragam produk, kualitas pelayanan dan teknologi yang dimiliki. Perbankan semakin mendominasi perkembangan ekonomi dan bisnis suatu negara. Aktivitas dan keberadaan perbankan sangat menentukan kemajuan suatu negara dalam bidang ekonomi.

Oleh karena itu, sekarang ini banyak bank di Indonesia yang bersaing menawarkan keunggulan masing-masing untuk menarik nasabah sebanyak-banyaknya serta menawarkan berbagai pelayanan agar loyal terhadap bank tersebut. Agar para nasabah tersebut loyal terhadap bank, maka yang pertama kali harus dilakukan adalah menciptakan kepuasan bagi nasabah tersebut. Salah satu indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan. Pelayanan yang memuaskan nasabah akan meningkatkan kesetiaan nasabah. Bank yang mampu memberikan semua elemen pelayanan yang baik, seperti penanganan nasabah secara serius akan menjaga kesetiaan nasabah tersebut. Salah satu definisi

pelayanan pelanggan adalah menyediakan produk yang tepat, dengan harga yang tepat dan saat yang tepat dengan penyajian yang tepat dan dengan media yang tepat, serta dengan menggunakan pesan yang tepat dan menarik (Williams, 1994).

Menurut Higgins dan Ferguson (1991), dimensi kualitas pelayanan adalah reliabilitas, responsivitas, kompetensi, akses, sopan-santun, komunikasi, kredibilitas, sekuritas, pemahaman atau pengetahuan terhadap pelanggan dan tampilan fisik. Terdapat beberapa komponen kualitas pelayanan yang didasarkan pada hubungan berwujud seperti fasilitas, peralatan dan personil. Mc.Dougall dan Levesque mengutip Parasuraman et al. (1998) memberikan bukti empiris dan argumen bahwa kualitas jasa terdiri dari lima dimensi (5 variabel "SERVQUAL") yaitu:

1. Keandalan (*reliability*), kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
3. Jaminan (*assurance*), pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan.
4. Perhatian individual (*empathy*), memberikan perhatian pribadi pada pelanggan.
5. Berwujud (*tangibles*), penampilan fisik, peralatan personil dan media komunikasi.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan lima (5) variabel yang diambil dari buku karangan Chase, Jacobs dan Aquilano (2004), dengan lima (5) dimensi sebagai berikut:

1. Keandalan (*reliability*), kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat.
3. Jaminan (*assurance*), pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan karyawan untuk menimbulkan kepercayaan.
4. Perhatian individual (*empathy*), memberikan perhatian pribadi pada pelanggan.
5. Berwujud (*tangibles*), penampilan fisik, peralatan personil dan media komunikasi.

Seiring dengan semakin berkembangnya tingkat kesejahteraan masyarakat, maka menyebabkan tuntutan nasabah akan pelayanan yang semakin baik dan cepat akan meningkat pula. Di Yogyakarta sekarang ini banyak terdapat bank, baik bank negeri maupun bank swasta. Hal ini menunjukkan semakin tingginya tingkat kesadaran masyarakat akan faktor keamanan dan keterjaminan uang mereka. Salah satu bank tersebut adalah Bank Tabungan Negara (BTN). Dengan semakin banyaknya bank baru yang bermunculan, maka persaingan bisnis di sektor perbankan ini menjadi semakin ketat. Untuk dapat memenangkan persaingan tersebut, Bank

BTN harus mampu memberikan produk atau jasa yang berkualitas, pelayanan yang cepat, tidak rumit dan ramah kepada nasabah serta dapat dipercaya karena landasan utama sebuah bank adalah kepercayaan masyarakat. Untuk memenuhi kepuasan pelanggan pada industri jasa, kualitas pelayanan sangat penting dikelola dengan baik oleh perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (saduran: Bakowatun, hal: 82), kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang dipersepsikan (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Kualitas pelayanan akan dihasilkan oleh operasi yang dilakukan perusahaan, dan keberhasilan proses operasi perusahaan ini ditentukan oleh banyak faktor, diantaranya yaitu: karyawan, sistem teknologi dan keterlibatan konsumen.

Bank BTN melihat pentingnya pelayanan kepada pelanggan dapat digunakan sebagai salah satu sarana bagi perusahaan untuk bersaing dan tetap eksis dalam persaingan di sektor perbankan yang semakin ketat ini. Pada bisnis yang bergerak di bidang jasa, peranan suatu pelayanan tidak bisa diabaikan begitu saja, karena dari pelayanan yang baik sebuah bank tetap dapat mempertahankan nasabahnya, dan bahkan dengan layanan yang dijanjikan, bank tersebut berlomba-lomba untuk menjaring nasabah baru. Menurut Reicheld dan Sasser (Sabihaini, 2002: 29) Penyampaian pelayanan yang berkualitas dewasa ini dianggap sebagai suatu strategi yang esensial agar perusahaan sukses dan dapat bertahan, oleh sebab itu, BTN menyadari akan arti peran dari kualitas pelayanan yang diberikan dan yang akan

diberikan kepada nasabahnya yang semakin lama mulai dirasakan sebagai suatu keharusan yang harus dilakukan oleh para pelaku bisnis jasa di sektor perbankan. Hal ini disebabkan kualitas pelayanan dapat memberikan kontribusi terhadap kepuasan nasabah. Oleh karena itu, menurut Greising dan Rust (Sabihaini, 2002: 29) perhatian manajer saat ini lebih diprioritaskan pada pemahaman dampak kualitas pelayanan terhadap keuntungan dan hasil-hasil *financial* yang lain dalam perusahaan.

Keberhasilan suatu bank dalam berkompetisi sangat ditentukan oleh bagaimana mereka dapat memberikan pelayanan kepada nasabah. Lingkungan yang selalu mengalami perubahan menjadi harapan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang akan terus mengalami dinamika. Oleh karena itu perbaikan kualitas pelayanan harus selalu diarahkan kepada perbaikan yang berkesinambungan dan selalu disesuaikan dengan dinamika harapan yang diinginkan nasabah. Bila kepuasan pelanggan dapat diciptakan oleh perusahaan, maka pelanggan akan melakukan pembelian ulang atas produk atau jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari. Menurut Yamit (2005: 77) hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam pembelian ulang.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, yaitu tentang pentingnya komponen kualitas pelayanan diantaranya adalah *reliabilitas*, *assurance*, *tangible*, *empathy* dan *responsiveness* yang berkaitan dengan sikap nasabah terhadap suatu pelayanan dalam mendapatkan jasa dan berkaitan dengan adanya persaingan yang semakin ketat dalam bidang pelayanan jasa di sektor perbankan, maka penulis tertarik

untuk mengambil judul sebagai berikut: **“Penilaian Nasabah Terhadap Kualitas Pelayanan Di Bank BTN Kantor Kas Condong Catur Yogyakarta”**.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang didapat adalah sebagai berikut yaitu:

1. Bagaimana penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank BTN Kantor Kas Condong Catur?
2. Dimensi apakah yang memiliki skor paling tinggi menurut penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan Bank BTN Kantor Kas Condong Catur?

I.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini tidak terlampaui luas, maka perlu dibatasi beberapa hal sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan adalah tanggapan konsumen terhadap hasil perbandingan antara harapan konsumen dengan kenyataan yang diperoleh dari pelayanan. (Parasuraman, 1988)
2. Model pengukuran kualitas pelayanan yang digunakan adalah model yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml dan Berry yang didasarkan pada 5 dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

- a. **Kehandalan (*Reliability*)** meliputi kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya
 - b. **Jaminan (*Assurance*)** meliputi kesopanan, pengetahuan dan kemampuan segenap karyawan yang menimbulkan keyakinan dan kepercayaan kepada konsumen
 - c. **Berwujud (*Tangibles*)** meliputi fasilitas fisik, peralatan dan penampilan personalia
 - d. **Empati (*Empathy*)** kepedulian dan perhatian kepada konsumen secara individual
 - e. **Daya Tanggap (*Responsiveness*)** kemampuan untuk membantu konsumen dengan memberikan pelayanan dengan tanggap
3. Penilaian merupakan suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk atau jasa dalam masalah yang baik atau kurang baik secara konsisten. (Swastha dan Irawan,2000)

I.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan di Bank BTN Kantor Kas Condong Catur Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui dimensi apakah yang memiliki skor paling tinggi menurut penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan Bank BTN Kantor Kas Condong Catur.

I.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Bank

Dengan memperbaiki maupun mengembangkan sistem pelayanan yang selama ini diberikan sehubungan dengan sikap nasabah pengguna jasa di Bank BTN Kantor Kas Condong Catur Yogyakarta. Pengembangan sistem pelayanan ini dihubungkan dengan sikap nasabah tersebut terhadap Bank BTN Kantor Kas Condong Catur Yogyakarta dan diharapkan bahwa di Bank BTN Kantor Kas Condong Catur Yogyakarta dapat menentukan langkah-langkah yang akan digunakan untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

2. Bagi Penulis

Dapat mempraktekkan konsep dan teori yang diperoleh selama duduk di bangku kuliah serta dapat menambah pengetahuan dan pengalaman nyata di bidang penelitian, dan penelitian ini dilakukan sebagai salah satu persyaratan akademik dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

3. Bagi Pihak Lain

Sebagai bahan perbandingan untuk penelitian yang memiliki topik yang sama dengan penelitian ini dan diharapkan dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya.

I.6 Hipotesis

H1 = Penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan Bank BTN Kantor Kas Condong Catur adalah memuaskan.

H2 = Dimensi *Responsiveness* memiliki skor yang paling tinggi menurut penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan Bank BTN Kantor Kas Condong Catur.

I.7 Metode Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank BTN Kantor Kas Condong Catur Yogyakarta.

2. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah yang pernah dan masih menggunakan jasa Bank BTN Kantor Kas Condong Catur Yogyakarta dan pernah melihat kantor kas secara umum. Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu sebuah sampel non probabilitas yang menyesuaikan diri dengan kriteria tertentu yang disebut pula dengan pengambilan sampel bertujuan (Cooper, 1997). Berhubung luasnya populasi dalam penelitian dan keterbatasan waktu dan biaya maka penulis hanya akan menggunakan sampel sebanyak 100 orang yaitu nasabah.

3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut :

a. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono,2005). Kuesioner diambil dan diterjemahkan secara bebas yang diambil dari buku karangan Chase, Jacobs dan Aquilano (2004). Kuesioner dibagi menjadi 3 bagian yaitu :

Bagian I : Berupa pertanyaan-pertanyaan mengenai identitas responden.

Bagian II : Berupa pertanyaan-pertanyaan mengenai penilaian responden terhadap kualitas pelayanan yang terdiri dari 5 dimensi, yaitu:

1. *Tangibles*
2. *Reliability*
3. *Responsiveness*
4. *Assurance*
5. *Emphaty*

Skala pengukuran yang digunakan adalah Skala Ordinal. Skala Ordinal yang digunakan dalam penelitian ini berupa kata-kata:

1. Sangat Sangat Setuju
2. Sangat Setuju
3. Setuju
4. Ragu-ragu
5. Tidak Setuju
6. Sangat Tidak Setuju
7. Sangat Sangat Tidak Setuju

Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban responden dapat diberi skor :

- | | | |
|------------------------------|-------------|---|
| • Sangat Sangat Setuju | Diberi skor | 7 |
| • Sangat Setuju | Diberi skor | 6 |
| • Setuju | Diberi skor | 5 |
| • Ragu-ragu | Diberi skor | 4 |
| • Tidak Setuju | Diberi Skor | 3 |
| • Sangat Tidak Setuju | Diberi Skor | 2 |
| • Sangat Sangat Tidak Setuju | Diberi Skor | 1 |

Bagian III : Berupa pertanyaan-pertanyaan mengenai bobot kepentingan yang terdiri dari lima hal yang berkaitan dengan bank dan pelayanan yang mereka tawarkan, Hal ini untuk mengetahui seberapa banyak dari setiap hal tersebut yang penting bagi nasabah. Dimana tiap

responden diminta untuk mengalokasikan poin sebanyak 100 diantara kelima hal tersebut sesuai dengan seberapa pentingkah hal tersebut bagi nasabah.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan yaitu penelitian dengan mempelajari literatur yang erat hubungannya dengan judul dan masalah penelitian sehingga diharapkan dapat memperoleh tambahan data dan informasi yang dapat digunakan sebagai dasar atau pedoman dalam penulisan skripsi ini.

4. Metode Pengujian Instrumen

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Pengujian instrumen yang dimaksud adalah pengujian terhadap validitas dan reliabilitas dari kuesioner yang akan dibagikan kepada responden agar kuesioner tersebut dapat dipergunakan dalam penelitian. Tujuan dari pengujian instrumen ini untuk menentukan apakah kuesioner tersebut dapat digunakan sebagai alat ukur yang valid dan reliabel.

Pelaksanaan uji validitas dan reliabilitas ini menggunakan *One Shot Method* (sekali ukur) dimana dengan metode ini pengukuran cukup dilakukan satu kali (Pratisto, 2004: 249). Hasil jawaban yang diperoleh dari responden

sekaligus akan digunakan sebagai masukan dalam analisis validitas dan reliabilitas.

1. Analisis Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kesahihan suatu instrumen atau kuesioner. Semakin tinggi tingkat validitas suatu alat ukur maka semakin tepat suatu alat ukur tersebut memenuhi sasaran. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan untuk diukur dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara akurat.

Suatu kuesioner dikatakan valid (sah) jika pertanyaan pada suatu kuesioner tersebut mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Untuk mengukur validitas kuesioner yang akan diberikan kepada responden digunakan rumus korelasi *Product Moment Pearson* (Pratisto, 2004: 87), yaitu :

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

Keterangan:

r_{xy} = koefisien korelasi

N = banyaknya responden

X = nilai setiap item

Y = nilai total setiap item

Untuk mempermudah dan mempercepat perhitungan maka peneliti menggunakan bantuan program komputer *SPSS* versi 13.0 *for Windows* dan *Microsoft Office Excel*. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan akan diperoleh hasil perhitungan yang relative terhindar dari *human error*.

Taraf signifikansi yang digunakan sebesar 5 %.

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika $r_{xy} > r_{tabel}$ maka item pertanyaan pada kuesioner tersebut valid.
- Jika $r_{xy} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan pada kuesioner tersebut tidak valid .

2. Analisis Reliabilitas

Reliabilitas dapat diartikan sebagai tingkat ketepatan dan keandalan suatu alat ukur untuk mengukur suatu gejala atau kejadian. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* (andal) jika jawaban responden terhadap pertanyaan yang diberikan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Semakin tinggi tingkat

reliabilitas suatu alat ukur maka semakin dapat diandalkan dalam mengukur suatu kejadian.

Reliabilitas memberikan kesesuaian antara hasil-hasil pengukuran atau konsistensi pengukuran. *Reliability* adalah tingkat kemantapan atau konsistensi suatu alat ukur. Analisis reliabilitas bertujuan untuk menunjukkan adanya penyesuaian antara sesuatu yang diukur dengan jenis alat ukur yang digunakan. Untuk menganalisisnya digunakan teknik *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{tt} = \frac{M}{M-1} (1 - \frac{V_x}{V_y})$$

Keterangan:

r_{tt} = koefisien *alpha cronbach*

M = jumlah butir

V_x = varian butir-butir

V_y = varian total (fakta)

Untuk mempermudah dan mempercepat perhitungan setiap variable pertanyaan kuesioner maka peneliti menggunakan bantuan program komputer *SPSS* versi 13.0 *for Windows*.

Dasar pengambilan keputusan:

- Jika r_{alpha} positif dan lebih besar dari r_{tabel} maka kuesioner yang dibagikan kepada responden dikatakan reliabel.

- Jika r_{α} negatif dan lebih kecil dari r_{tabel} maka kuesioner yang dibagikan kepada responden tidak reliabel.

3. Metode Analisis Data dan Metode Pengukuran Data

3.1 Analisis Persentase Data Responden

Dalam analisis ini jawaban yang diperoleh dipersentasekan sehingga dapat diketahui karakteristik responden dengan melihat persentase tertinggi. Dengan membandingkan ukuran persentase jawaban responden yang menunjukkan karakteristik responden, maka hasil analisis dapat diperoleh berdasarkan persentase tertinggi.

Rumusan untuk melihat persentase tersebut, yaitu:

$$P = \frac{\sum Xi}{ni} \times 100\%$$

Dimana :

P = Hasil persentase

ni = Jumlah sampel

Xi = Jumlah variabel

3.2 Analisa Pengukuran Service Quality- The Unweighted SERVQUAL Score of Service Quality

Langkah pertama dari analisa pengukuran kualitas servis kita sebut sebagai "*The Unweighted SERVQUAL Score of Service Quality*", adalah analisa anggapan responden tentang persepsi tinggi rendahnya kualitas pelayanan perusahaan, data yang diperoleh ditabulasi dan diklasifikasi kemudian dianalisa. Metode yang dipakai adalah metode SERVQUAL.

Langkah – langkah perhitungannya antara lain :

- a. Memilih salah satu variabel kualitas pelayanan yang akan diakses. Dengan menggunakan instrumen SERVQUAL, pertama mengumpulkan skor dari 20 pertanyaan ekspektasi, selanjutnya mengumpulkan skor dari 20 pertanyaan persepsi. Menghitung selisih (*Gap Score*) untuk setiap pernyataan, dihitung sebagai berikut :

$$\text{Gap_Score} = \text{Perception} - \text{Expectation}$$

- b. Menghitung rata rata dari *Gap Score* untuk setiap dimensi dengan mengakses *Gap Score* untuk masing – masing pernyataan yang menyusun dimensi dan membagi penjumlahan dengan jumlah pernyataan yang membentuk dimensi.
- c. Didalam Tabel 1 pindahkan dimensi rata - rata skor SERVQUAL (untuk 5 dimensi) dari instrumen SERVQUAL. Jumlahkan skornya

dan bagilah dengan 5 untuk mendapatkan “*The Unweighted SERVQUAL Score of Service Quality*”.

3.3 Analisa Pengukuran Service Quality-The Weighted SERVQUAL Score of Service Quality

Langkah kedua analisa pengukuran kualitas servis antara lain :

- Didalam Tabel 2 hitunglah “*the importance weights*” untuk setiap dimensi sesuai dengan skala SERVQUAL yang diberikan.
- Didalam Tabel 3 masukkanlah rata – rata skor SERVQUAL untuk setiap dimensi (dari Tabel 1) dan “*the importance weight*” untuk setiap dimensi (dari Tabel 2). Kemudian kalikanlah rata – rata skor untuk setiap dimensi dengan “*the importance weight*” nya.
- Menjumlahkan “*the weighted SERVQUAL score*” untuk setiap dimensinya kemudian dibagi dengan jumlah dimensinya (dalam hal ini 5) sehingga didapatkan “*the overall weighted SERVQUAL score*”.

3.4 Analisa Arithmetic Mean

Analisa ini digunakan untuk mengetahui penilaian nasabah terhadap pelayanan di Bank BTN Kantor Kas Condong Catur Yogyakarta. Sedangkan formula yang digunakan untuk menghitung arithmetic mean adalah sebagai berikut:

$$\bar{X} = (X_1 + X_2 + X_3 + \dots + X_n) / n$$

Dimana:

\bar{X} = Rata-rata hitung

X = Hasil penjumlahan hasil kuesioner

Data-data yang diperoleh ditabulasikan dan diklasifikasikan, kemudian dianalisa. Analisa dilakukan dengan mengetahui tinggi rendah prosentase tanggapan tiap responden. Distribusi frekuensi tiap dimensi berdasarkan atas kategori sangat-sangat tidak baik sampai sangat-sangat baik, yang diperoleh dari frekuensi skor rata-rata tiap responden dari sejumlah item kuesioner, kemudian dicari frekuensi rata-rata berdasarkan interval. Rumus jarak interval yaitu: (Hadi, 2004)

$$i = \frac{\text{Jarak Pengukuran}(R)}{\text{Jumlah Interval}}$$

$$i = \frac{7-1}{7} = 0,85$$

Setelah mengetahui jarak interval maka kategori dapat ditentukan sebagai berikut:

1	-	1,85	= sangat sangat tidak baik
1,8501	-	2,7	= sangat tidak baik
2,701	-	3,55	= tidak baik
3,5501	-	4,4	= netral
4,401	-	5,25	= baik
5,2501	-	6,1	= sangat baik
6,101	-	7	= sangat-sangat baik

I.8 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini dikemukakan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, manfaat penelitian, tujuan penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini akan diuraikan teori-teori yang mendasari analisis pemecahan masalah yang diteliti agar memperoleh gambaran yang jelas dari masalah yang diteliti.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai gambaran perusahaan secara umum yang menjadi obyek penelitian.

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diungkapkan segala sesuatu yang berhubungan dengan alat penelitian, yaitu kuesioner. Meliputi penyusunan kuesioner, pelaksanaan penelitian, serta pemecahan masalah dengan menggunakan alat analisis data.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini akan dijelaskan tentang kesimpulan dari hasil analisis data serta saran-saran yang diperlukan.