



**ANALISIS HUBUNGAN ANTARA PENAWARAN MULTI ATRIBUT
JASA BANK DENGAN KEBUTUHAN NASABAH DALAM
MEMILIH LEMBAGA PERBANKAN
DI KOTATIF JEMBER**

SKRIPSI



Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

Oleh :

Kartika Eka H.

NIM : D1B1 95-242

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

1999

Asal	Medish	Klas
	Persewaan	352-1
Terima Tel:	20 NOV 1999	EKA
No. Induk:	PTI'99 - 2-914	a
		120

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS HUBUNGAN ANTARA PENAWARAN MULTI ATRIBUT JASA BANK DENGAN
KEBUTUHAN NASABAH DALAM MEMILIH LEMBAGA
PERBANKAN DI KOTATIF JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : KARTIKA EKA HENDARWANTO

N. I. M. : D1B1 95-242

Jurusan : Manajemen


telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

09 OCT 1999

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna
memperoleh gelar S a r j a n a dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember.


Susunan Panitia Penguji


Ketua,


Drs. Marjanto
NIP. 130 324 100




Sekretaris,


Drs. Didak Pudjo M., MS
NIP. 131 627 513


Drs. Abdul Halim
NIP. 130 674 838

Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,


Drs. H. Sukusni, MSc
NIP. 130 350 764



Tanda Persetujuan Skripsi Sarjana Ekonomi

Nama : Kartika Eka Hendarwanto
NIM : D1B1 95 - 242
Tingkat : Sarjana
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Kosentrasi yang menjadi
Dasar penyusunan skripsi : Manajemen Pemasaran
Dosen Pembimbing : 1. Drs. Abdul Halim
2. Dra. Istifadah, MSi.

Disahkan di : Jember

Pada tanggal

9 Oktober 1999

Disetujui dan diterima baik oleh

Dosen Pembimbing :

Pembimbing I



Dr. Abdul Halim
NIP. 130 674 838

Pembimbing II



Dra. Istifadah, MSi.
NIP. 131 877 448

MOTTO :

KALBUNING MANAHATI

(.....refleksi sebuah perenungan)

Dalam hidup ini.....

Insya Allah.....hanya dengan menyebut asma-Nya.

"Aquarius", memulai semua manifestasi dari yang namanya kehidupan.

Bagi "Aquarius", hidup di dunia adalah "amanah", sehingga istiqomah pada prinsip & idealisme yang benar-benar tumbuh dari bersihnya nurani (ukuran suci bagi manusia) & lembutnya balutan iman & taqwa kepada-Nya, adalah sebuah keharusan.

Sebagai aplikasinya.....

"Aquarius", selalu berusaha mengatur semua manifestasi dari yang namanya hidup tadi, dengan memegang penuh prinsip rasionalitas, realitas & fleksibilitas sebagai elemen dari hukum alam yang pada prinsipnya merupakan penjelmaan dari hukum-Nya. Berhadapan dengan ini "Aquarius" hanya bisa mengikuti saja alur & arahnya + selalu berusaha & berpasrah diri pada-Nya. Sehingga disini kepekaan, kejelian & keyakinan "Aquarius" diuji, untuk bisa memadukan semua yang telah direncanakan (manajemen) dengan alur dari realitas yang memang sudah diatur oleh-Nya. Sehingga nantinya bisa menjadi sebuah "*daya linuwih*".

Jujur saja, sebagai manusia yang terlalu terbiasa dengan sifat manusiawinya, "Aquarius" tak beda dengan hamba-Nya yang lain yang tetap ingin menjadi manusia dengan segala sifat manusiawinya yang "ber-nurani" + semua aplikasinya dalam hidup :

Kesederhanaan yang sederhana dan benar-benar sederhana.

Kejujuran yang jujur dan benar-benar jujur.

Kedua hal diatas adalah yang mendasari semua cita & cinta "Aquarius" sepanjang hidupnya (di dunia dan di akhirat kelak). Dengan keduanya, "Aquarius" sangat berharap tetap bisa berkaca secara obyektif pada dirinya sendiri (introspeksi diri) dan juga pada lingkungannya yang selama ini telah memberikan kisah dan pelajaran hidup, yang sangat berarti.

Dengan ini semua, "Aquarius" sangat berharap selalu bisa melihat, membaca dan menterjemahkan semua hikmah dari semua manifestasi hidup yang telah ada dan terjadi, dan bisa belajar dari itu semua. Sehingga, dalam setiap prosesi hidup yang dijalankannya tetap ingin bisa mengingat dan menyebut asma-Nya setiap saat dan setiap waktu dimanapun dan dalam keadaan apapun.....Insya Allah.

(KK • 240999)

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini untuk mereka yang telah membuat hidupku didunia dan di akhirat kelak (Insya Allah) menjadi lebih berarti, yaitu :

- ❁ Pelindung abadiku, Yang Maha Segala-galanya "*Allah SWT*" dan Rasul-Nya, Nabi Besar "*Muhammad SAW*".
- ❁ *Ayahanda Kasihadi* dan *Mamanda Sundari* "terhormat, tercinta dan tersayang", yang selalu menyertai gerak dan langkahku dengan do`a dan restunya demi kesuksesan dan kebahagiaanku. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmah, berkah, dan hidayah-Nya untuk semua pengorbanan yang telah dilakukannya.
- ❁ Adik-adikku, *de` Omy* dan *de` Maya* "tersayang". Terima kasih untuk do`a dan dukungannya.
- ❁ "Anugerah terindah yang pernah kumiliki", *de` Nina* "terkasih" yang telah membangkitkan kembali rasa percaya diri dan keberanianku untuk menatap kehidupan dengan sebuah "keyakinan". Terima kasih untuk do`a, cinta dan kasih sayangnya.
- ❁ Almamaterku FE - UNIVERSITAS JEMBER, yang kubanggakan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmah, berkah dan hidayah-Nya, sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Selesainya skripsi ini, tentunya tidak lepas dari dorongan dan bantuan segenap pihak baik yang terlibat langsung maupun yang tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini. Untuk itu, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Yang Maha Segala-galanya "**Allah SWT**" dan Rasul-Nya, Nabi Besar "**Muhammad SAW**", yang telah memberikan semuanya kepadaku.
2. Bapak Drs. Abdul Halim sebagai Pembimbing I, yang telah banyak memberikan pengarahan dan petunjuk dalam penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Istifadah, Msi. sebagai Pembimbing II, yang telah bersedia dan berusaha meluangkan waktunya guna memberi pengarahan dan petunjuk pada penulis.
4. Bapak Drs. H. Sukusni, Msc. selaku Dekan Fakultas Ekonomi beserta dosen dan staf administrasi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
5. Semua Bank & nasabahnya, yang dengan senang hati dan sukarela telah membantu mengisi kuisioner dalam penelitian ini.
6. Orang-orang yang telah mencintai dan menyayangiku yang telah membuat hidupku menjadi lebih berarti : Ayahanda Kasihadi & Mamanda Sundari "terhormat, tercinta, dan tersayang", de' Omy & de' Maya "tersayang" dan de'Nina "terkasih", serta "Yang Kung dan Yang Uti" di Magetan, Mojokerto, dan di Malang + Mba' Ika sekeluarga di Madiun.

7. Semua saudaraku seperjuangan di perantauan :
- Ex- SA (Sumber-Alam) 27 : Kel. Ibu Ninik Satrio, Mas Udzi, Mas Izzudin, Edo, Irwanto, Dadang, Sigit, Pa' Jaka karno, Indroo & spesial to "Antok". Terima kasih untuk semua cerita & kisahnya.
 - BS (Bengawan-Solo) 11 & 15 : Kel. Mr. Soenoto, Pa' yit " King of Magic", Pa' Edy, Pa' Achwan, Mas Hanung " Mr. Illusionist", Mas Wisnu, Mas Roso, Mas Ngazis, Mba' Inang, Habibie, Hery', Trie'. Zainal, dan (in memoriam) Tatang dan new comer Putra. Terima kasih untuk semua kisah indahny.
8. Saudara-saudaraku gank 47 KKN 98/99 Gel I di Kabuaran, Grujungan, Bondowoso. *Mba' Denny* + Endah + KB (Keluarga Besar) Banglimas, *Mba' Honey* + de' Ifa di Blitar + de' Rina + KB. M29, *Mba' Atin* + Alfanya, *Mba' Netty* " Kenik" Si Cinlok (Cina lokal), *Mba' Miftakh* + in memoriam HG-nya Joko, *Pa' Guru Taofik* "yg pengen jadi Jendral", *Bang Ihsan* "Si- Anak Betawi", *Ca' Suga* "The Blues Sleeper", *Ca' Agus Made* + Kid Ayoe-nya. & semua KB. Desa Kabuaran, Grujungan, Bondowoso. (Mas Moeny, Rossy, & Zoelkify). Terimakasih untuk semua pelajaran hidup & kehidupan yang telah diberikan.
9. Semua sobatku, di Manajemen FE. UNIVERSITAS JEMBER ; Le' Jen, Le' Ji, Eko³, Dian⁹ + Alcatrazz Gank, Hendri, lin Atori, Eno' & Trias + Gank Si berat, Melly, Ullyn, Upik, Emy & semua anggota KB. MGT FE- UNIVERSITAS JEMBER, yang nggak bisa disebut.
10. Abah H. Hasan Basri & Sodaraku de' Dian Hadi Yuwono yang telah mengembalikan kepercayaan hidupku, KB. Partai Bulan Bintang, KB. HMI, KB. Mageti Soeryo, KB. IKA-SMANTI, KB. Kopma UNIVERSITAS JEMBER (Unit Cafeteria), KB. suku klas "ef" D1 PPKIA Jember '99. Thank's tu' ilmunya.

11. Led Zeppelin, Deep Purple, Queen, TOTO, The Bee Gees, The Beatles, Casiopea, Big Mountain, Oasis, Blur, Nirvana, Metallica, Napalm Death, God Bless, Kla Project, Krakatau, Soneta, Dewa 19, GIGI, Slank, Pas, Pure Saturday, Edane, Boomerang & Koes Plus serta semua band & musisi di dunia yang telah menemani saya selama ini dan telah menjadikan dunia menjadi semakin indah, special to the great vocalnya "Waldjinah" & for my band (memoriam in my dream)KILLJOY, BOZZ, The Volt (King of Alternative) & The Swiewie (King of the king in Rock n' Roll).
12. Federal on the "L" 25.000+HG AE 8720 SD, yang setia ngantar saya kemana saja. My Classical Acc. Guitar Strings + SONY TR CFS 1088 + "Ardath" My Cigarettes, FILANO & M. Lady Glasses, yang dengan setia telah menemani kisah perjalanan hidup.
13. "Warung Kurnia" bu' Nanang, "Warung Bu Srie" di Sumatera & warung-warung lain yang sudah dengan senang hati menjadi tempat pelarian saya disaat lapar dan dahaga, walaupun njames-bond dulu. Kereta api, bus, bus kota, lin dan becak yang udah pernah ngantar & jemput saya. Abdee + Al-Fath Comp. Crew, Mas Joko + KB. Givenchy, Mas Tomy & Ephos di Surabaya. Mba' Diana (the first owner's this idea). KB. SA. (15, 15B, 18, 29), KB. BS dan semua tetangga kiri - kanan & atas - bawah yang slalu terganggu kalo' saya lagi "take vocal".

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang sebesar-besarnya atas semua kebaikan yang telah diberikan. Akhirnya besar harapan penulis semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua. Amien.

Jember, September 1999

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	3
1.4 Metode Penelitian.....	3
1.5 Hipotesis.....	8
1.6 Batasan Masalah.....	9
1.7 Terminologi.....	9
II. LANDASAN TEORI.....	12
2.1 Pengertian Pemasaran.....	12
2.2 Pemasaran Jasa.....	12
2.3 Teori Tentang Bank.....	14
2.4 Teori Tentang Produk.....	20
2.5 Klasifikasi Produk.....	21
2.6 Variabel-variabel Produk.....	22
2.7 Teori Produk Jasa.....	25

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
1.	Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kotatif Jember	32
2.	Banyaknya Penduduk Menurut Kecamatan di Kotatif Jember, Tahun 1998.....	33
3.	Banyaknya Penduduk dan Kepadatan Penduduk di Kotatif Jember, Tahun 1998.....	33
4.	Banyaknya Kelurahan, Lingkungan, RW dan RT Menurut Kecamatan di Kotatif Jember, Tahun 1998.....	34
5.	Banyaknya Sekolah, Murid, Guru Negeri dan Swasta Menurut Jenis Sekolah, Tahun 1997/1998.....	36
6.	Banyaknya Dosen, Mahasiswa, Lulusan, Fakultas dan Jurusan Menurut Universitas, Tahun 1997/1998.....	36
7.	Jumlah Bank yang Beroperasi di Wilayah Kotatif Jember, Tahun 1998.....	37
8.	Perkembangan Perbankan Menurut Jenis dan Kelompok Bank yang beroperasi di Wilayah Kotatif Jember, Tahun 1998.....	39
9.	Data Jenis Kelamin Responden Pemakai Jasa Perbankan di Wilayah Kotatif Jember	43
10.	Data Usia Responden Pemakai Jasa Perbankan di Wilayah Kotatif Jember	43
11.	Status Perkawinan Responden Pemakai Jasa Perbankan di Wilayah Kotatif Jember	44
12.	Tingkat Pendidikan Responden Pemakai Jasa Perbankan di Wilayah Kotatif Jember	45
13.	Status Kerja Responden Pemakai Jasa Perbankan di Wilayah Kotatif Jember	45

14. Penghasilan/Uang Saku Per-bulan Responden Pemakai Jasa Perbankan di Kotatif Jember	46
15. Skala Prioritas Kebutuhan Nasabah Terhadap Atribut Jasa Perbankan.....	48
16. Data Jenis Kelamin dan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah Perbankan di Kotatif Jember	51
17. Data Usia Nasabah dan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah Perbankan di Kotatif Jember	52
18. Data Status Perkawinan Nasabah dan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah Perbankan di Kotatif Jember.....	54
19. Data Tingkat Pendidikan Nasabah dan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah Perbankan di Kotatif Jember	55
20. Data Status Kerja Nasabah dan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah Perbankan di Kotatif Jember.....	56
21. Data Penghasilan/Uang Saku Nasabah dan Atribut Jasa Perbankan di Kotatif Jember	57

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
1.	Piramida Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow	28



DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
1.	Uji Chi-Square Antara Jenis Kelamin dan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.....	67
2.	Uji Chi-Square Antara Usia Nasabah dan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.....	68
3.	Uji Chi-Square Antara Status Perkawinan Nasabah dan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah	69
4.	Uji Chi-Square Antara Tingkat Pendidikan Nasabah dan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah	70
5.	Uji Chi-Square Antara Status Pekerjaan Nasabah dan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah	71
6.	Uji Chi-Square Antara Tingkat Penghasilan Nasabah dan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah	72
7.	Tabel Nilai X^2 (X^2 Tabel)	73
8.	Koefisien Kontigensi Hubungan Antara Jenis Kelamin Nasabah Dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.....	74
9.	Koefisien Kontigensi Hubungan Antara Usia Nasabah Dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.....	75
10.	Koefisien Kontigensi Hubungan Antara Status Perkawinan Nasabah Dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah	76
11.	Koefisien Kontigensi Hubungan Antara Tingkat Pendidikan Nasabah Dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah	77
12.	Koefisien Kontigensi Hubungan Antara Status Kerja Nasabah Dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah	78

13. Koefisien Kontigensi Hubungan Antara Tingkat Penghasilan/ Uang Saku Dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.....	79
14. Daftar Kuisisioner	80



13. Koefisien Kontigensi Hubungan Antara Tingkat Penghasilan/ Uang Saku Dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah	79
14. Daftar Kuisisioner	80



masalah likuidasi sendiri, sejak dilanda krisis ekonomi ini pemerintah sudah tiga kali melakukan likuidasi terhadap bank yang dianggap tidak layak operasi.

Terlepas dari kontroversi tentang likuidasi perbankan, pengaruh sosial dan ekonomi sebagai akibat keputusan pemerintah ini sangat besar sekali, selain masalah karyawan yang ter-PHK, masalah lain yang tak kalah pentingnya adalah dampak psikologis masyarakat dalam menyikapi keputusan pemerintah ini.

Usaha perbankan adalah usaha yang modal dasarnya "kepercayaan", bila secara psikologis masyarakat sudah tidak percaya lagi pada perbankan nasional, maka tidak menutup kemungkinan mereka akan melarikan dananya pada lembaga perbankan asing yang kondisi riilnya lebih baik, dan ini akan membawa akibat yang sangat fatal bagi dunia perbankan dan perekonomian kita.

1.2 Rumusan Masalah

Mencermati fenomena yang terjadi pada bangsa Indonesia saat ini, terutama untuk masalah perekonomian kita khususnya dunia perbankan, rasanya menarik sekali untuk mengkaji dan meneliti usaha-usaha untuk menggairahkan dan menghidupkan kembali kepercayaan masyarakat pada dunia perbankan nasional.

Permasalahan sebenarnya adalah atribut jasa bank apa saja yang benar-benar dibutuhkan oleh masyarakat (nasabah) di Kotatiff Jember, sehingga mereka mau mempercayakan dananya kepada lembaga perbankan .

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui karakteristik nasabah sebagai pemakai jasa perbankan.
2. Untuk mengetahui prioritas kebutuhan nasabah terhadap multiatribut jasa yang ditawarkan oleh lembaga perbankan.
3. Untuk mengetahui hubungan antara pemilihan multiatribut jasa bank yang ditawarkan dengan karakteristik nasabah.

1.3.2 Kegunaan penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan bagi manajemen lembaga perbankan mengenai atribut-atribut jasa bank yang sebenarnya dibutuhkan konsumen.
2. Kepada pemilik modal hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dalam mengalokasikan dananya.

1.4 Metode Penelitian

1.4.1 Metode pengumpulan data

Data dalam penelitian ini merupakan data primer dari hasil kuisisioner yang dilakukan pada nasabah lembaga perbankan yang terpilih sebagai sampel. Data yang diambil dari kuisisioner adalah mengenai karakteristik nasabah, yang meliputi jenis kelamin, usia, status perkawinan, tingkat pendidikan, status kerja dan penghasilan atau uang saku per-bulan. Data lain yang diambil adalah mengenai pilihan multi atribut jasa bank, yang meliputi lokasi, pelayanan, fasilitas, tingkat bunga, hadiah, varian produk bank, dan goodwill bank.

1.4.2 Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank yang berlokasi di daerah Kotatiff Jember, yaitu BII, BCA, BTPN, Bank Niaga, Bank Bali, Bank Danamon, Bank Lippo, BNI 46, BRI, BTN, Bank EXIM, BBD, Bank JATIM..

Sedangkan sampel yang diambil dari populasi dilakukan dengan cara Pengambilan Sampel Gugus Sederhana (*Simple Cluster Sampling*) yakni metode sampling dimana unit analisa atau satuan penelitian sudah tersusun dalam suatu daftar. Caranya adalah unit-unit analisa dalam populasi digolongkan ke dalam gugus-gugus (*Clusters*) yang merupakan satuan-satuan darimana sampel akan diambil (Singarimbun dan Effendi, 1995:120)

Dalam penelitian ini akan dibagi dalam 2 (dua) gugus, yaitu :

GUGUS I : meliputi nasabah BII, BCA, Bank Lippo, Bank Bali, Bank Danamon, Bank Niaga, BTPN.

GUGUS II : meliputi nasabah BRI, BNI 46, BTN, BBD, Bank Jatim

Dari tiap-tiap gugus akan diambil sampel secara acak, kemudian lembaga perbankan yang terpilih sebagai sampel akan disebarkan kuisisioner untuk pengumpulan data. Jumlah responden yang direncanakan sejumlah 200 orang dan akan dibagi secara proporsional.

1.4.3 Metode Analisis Data

a). Analisis Deskriptif

Alat analisis ini digunakan untuk mengetahui karakteristik nasabah pemakai jasa perbankan, adapun karakteristik yang diambil adalah :

1. Jenis kelamin
2. Usia.
3. Status (kawin/belum kawin).
4. Tingkat pendidikan.
5. Status kerja.
6. Penghasilan atau uang saku per bulan.

dari hasil kuisioner ini akan dapat diperoleh data-data yang selanjutnya ditabulasikan dalam format sebagai berikut :

KARAKTERISTIK NASABAH

Variabel Karakteristik	Frekuensi	Prosentase
a. Variabel a	xx	xx
b. Variabel b	xx	xx
c. Variabel c	xx	xx
n. Variabel n	xx	xx
Jumlah	xxxx	xxxx

b). Analisis kebutuhan (*Needs*)

Untuk mengetahui kebutuhan (*needs*) nasabah pemakai atribut jasa perbankan digunakan skala prioritas. Atribut-atribut yang terdapat dalam lembaga perbankan antara lain adalah :

1. Lokasi Strategis
2. Pelayanan
3. Fasilitas
4. Tingkat Bunga
5. Hadiah
6. Varian Produk bank
7. Good will bank

Dari data yang diperoleh akan dibuat tabel skala prioritas untuk menunjukkan atribut-atribut mana yang dianggap nasabah sangat penting dan tidak penting dalam memilih lembaga perbankan, yang dapat ditabulasikan dalam bentuk sebagai berikut:

SKALA PRIORITAS ATRIBUT JASA PERBANKAN

Skor	8	..	2	1	Total	Prioritas
Tujuan	1	2	..	8		
Atribut 1						
Atribut 2						
:						
Atribut 8			..	Y _{xn} Z _{xn}	ΣZ _{xn}	

(Azwar, 1997:126)

Y_{xn} = jumlah nasabah yang memilih atribut n

Z_{xn} = Y_{xn} x skor

c). **Analisa untuk mengetahui hubungan antara multiatribut jasa bank yang ditawarkan dengan karakteristik nasabah.**

1. Uji Independensi (Chi Square Test)

Uji independensi ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan, antara karakteristik nasabah (faktor 1) dengan multiatribut jasa perbankan yang ditawarkan (faktor 2).

Model uji independen tersebut dapat diformulasikan dalam bentuk tabel kontingensi berikut :

		faktor 1					Jumlah
		1	2	j	..	k	
faktor 2	1	C_{11}	C_{12}	C_{1j}	..	C_{1k}	$n_{1.}$
	2	C_{21}	C_{22}	C_{2j}	..	C_{2k}	$n_{2.}$
	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
	i	C_{i1}	C_{i2}	C_{ij}	..	C_{ik}	⋮
	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
	r	n_{r1}	n_{r2}	C_{rj}	..	n_{rk}	$n_{r.}$
	Σ	$n_{.1}$	$n_{.2}$	$n_{.j}$..	$n_{.k}$	n

Tabel kontingensi adalah sebuah tabel silang $r \times k$, dimana r adalah jumlah jajar (baris) dan k adalah jumlah kolom, yang secara keseluruhan merupakan sebuah matriks c , yang besarnya $r \times k$. Tiap sel dari tabel tidak lain dari unsur matriks c , yaitu :

C_{ij} dimana $i =$ jajar (baris) dan $j =$ kolom. Ini berarti bahwa C_{23} adalah unsur dari matriks c pada perpotongan baris 2 dan kolom 3.

Elemen C_{ij} adalah nilai-nilai yang diamati (Djarwanto, 1993 : 233).

Untuk mengetahui apakah ada atau tidak hubungan antara faktor 1 dan faktor 2, secara teoritis frekuensi yang diharapkan akan terjadi karena kedua faktor tersebut dapat dirumuskan :

$$e_{ij} = \frac{(n_{.j})(n_{i.})}{n} \quad (\text{Djarwanto, 1993 : 233})$$

Setelah frekwensi pengamatan dari tabel kontigensi dan frekwensi yang diharapkan secara teoritis dapat diperoleh untuk tiap sel, maka kemudian dicari harga kwadrat chi untuk menentukan ada atau tidaknya hubungan antara faktor-faktor itu dengan rumus :

$$X^2 = \sum_{i=1}^r \sum_{j=1}^k \frac{(c_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}} \quad (\text{Djarwanto, 1993: 231})$$

Berdasarkan tabel distribusi X^2 (X^2 tabel) untuk tingkat kepercayaan sebesar α dan derajat kebebasan (df) = (r-1) (k-1) akan diperoleh nilai X^2_{α} (X^2 hitung).

2. Koefisien Kontingensi

Untuk mengetahui seberapa kuat atau lemahnya hubungan diantara faktor-faktor yang diuji perlu dipergunakan analisis koefisien kontingensi, dengan rumus sebagai berikut :

$$K = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}}$$

Semakin besar nilai C berarti hubungan antara kedua faktor yang diuji semakin erat. Sedangkan nilai C tidak dapat lebih dari 1,00. (Singarimbun dan Effendi, 1995 : 234).

1.5 Hipotesis

Hipotesis yang timbul adalah :

H_0 : Diduga antara faktor karakteristik nasabah dengan faktor atribut jasa bank yang ditawarkan tidak ada hubungan.

H_a : Diduga antara faktor karakteristik nasabah dengan faktor atribut jasa bank yang ditawarkan ada hubungan.

Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah :

- Jika X^2 hitung $>$ X^2 tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti ada hubungan diantara dua faktor yang diuji.
- Jika X^2 hitung \leq X^2 tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti tidak ada hubungan diantara dua faktor yang diuji.

1.6 Batasan Masalah

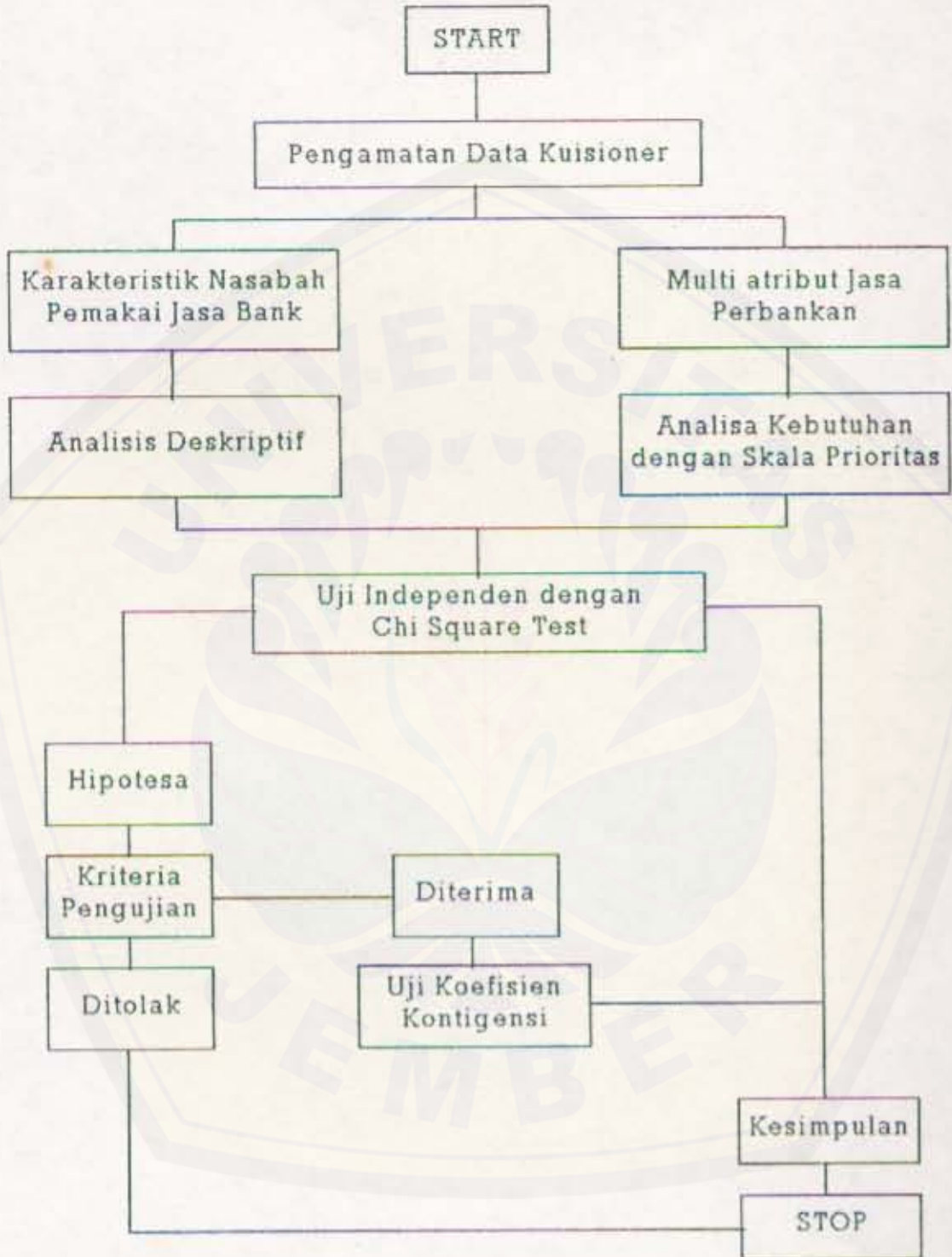
Agar pembahasan tidak menimbulkan bias dan dapat terarah serta karena keterbatasan waktu dan biaya maka penelitian ini dibatasi sebagai berikut :

1. Lembaga perbankan yang dijadikan obyek penelitian adalah lembaga perbankan yang masih beroperasi di wilayah Kotatiff Jember.
2. Responden yang dipilih adalah nasabah dari lembaga perbankan yang dijadikan obyek peneliti

1.7 Terminologi

Multiatribut jasa perbankan adalah semua atribut yang dapat dinikmati/diperoleh sebagai konsekwensi seseorang menjadi nasabah lembaga perbankan .

KERANGKA PEMECAHAN MASALAH



Penjelasan Kerangka Pemecahan Masalah

1. Dari kuestioner akan didapat data-data berupa karakteristik nasabah pengguna jasa perbankan dan pilihannya terhadap lembaga perbankan berdasarkan atribut-atribut yang telah ditentukan.
2. Data karakteristik nasabah pengguna jasa lembaga perbankan dianalisis dengan analisis deskriptif sedangkan data atribut-atribut yang dibutuhkan nasabah dianalisis dengan analisis kebutuhan dengan skala prioritas.
3. Kemudian dilakukan uji independen antara dua faktor, yaitu faktor 1 (karakteristik nasabah) dengan faktor 2 (multi atribut jasa perbankan yang ditawarkan) dengan Chi Square Test, yang memunculkan hipotesis ada dan tidak adanya hubungan antara dua faktor yang diuji diatas.
4. Dari hasil nilai Chi Square yang telah dihitung maka kemudian untuk mengetahui kekuatan hubungan antara dua faktor yang diuji tersebut digunakan uji koefisien kontigensi.
5. Sebagai resume dari hasil analisis maka akan didapatkan kesimpulan akhir dari penelitian ini.

II. LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Pemasaran

Secara definitif, pemasaran mempunyai banyak pengertian. Disini akan disebutkan beberapa definisi mengenai pemasaran :

- a) Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dengan mana seseorang atau kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai. (Phillip Kottler, 1994 : 4)
- b) Pemasaran adalah suatu kegiatan usaha yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen atau pemakai. (Basu Swastha, 1992 : 7)
- c) Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, promosi dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik pada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. (Murti Sumarni & Jhon Suprihanto, 1995 : 231)
- d) Pemasaran adalah proses pengelolaan yang bertanggungjawab untuk mengidentifikasi, mengantisipasi dan memenuhi kebutuhan - kebutuhan pelanggan secara menguntungkan. (Tim Hindle, 1993 : 148)

Jadi secara ringkas pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran.

2.2 Pemasaran Jasa

Secara umum jasa dapat digolongkan dalam dua golongan besar, yaitu: Jasa industri (Industrial Service) dan Jasa Konsumen (Consumer Service), yang termasuk jasa industri adalah pertanian, pertambangan,

pengolahan, organisasi non laba dan pemerintah. Sedangkan jasa konsumen dapat dibagi dalam tiga golongan yaitu: Jasa Konvinien (Convenience Service), Jasa Shopping (Shopping Service), Jasa spesial (Specialty Service).

Penggolongan jasa konsumsi ini sangat relatif, karena suatu jasa bagi seseorang mungkin merupakan jasa konvenien tetapi bagi orang lain mungkin sekali merupakan jasa spesial atau jasa shopping. Jadi, penggolongan ini hanya didasarkan pada perilaku dari konsumen dalam mencari atau membelinya.

2.2.1 Pemasaran Jasa Konvenien,

Pemasaran jasa konvenien adalah jasa konsumsi yang pembeliannya sering dan masyarakat membelinya dengan melakukan usaha minimal. Istilah konvenien dapat diartikan sebagai dekatnya dengan rumah pembeli, mudahnya dicapai oleh alat - alat transport atau dekatnya dengan tempat dimana pembeli bekerja. Pada umumnya konsumen ingin mendapatkan jasa - jasa konvenien dengan usaha dan waktu yang minimal, lokasi biasanya merupakan variabel pemasaran yang sangat penting bagi jasa konvenien. Contoh : reparasi, salon.

2.2.2 Pemasaran Jasa Shopping

Pemasaran jasa shopping adalah merupakan jasa konsumsi yang dipilih/dibeli oleh konsumen setelah mengadakan perbandingan kualitas, harga dan reputasi, konsumen membutuhkan informasi untuk membandingkan jasa shopping, sehingga komunikasi lebih penting daripada lokasi sebagai variabel pemasaran. Perusahaan akan berhasil jika dapat menyediakan informasi tersebut. Karena konsumen selalu membandingkan harga, kualitas, dan reputasi dari jasa shopping, maka

usaha pemasarannya akan jelas. Untuk jasa shopping, promosi (komunikasi) merupakan kunci sukses apabila produk tersebut dibutuhkan oleh konsumen. Contoh : jasa asuransi

2.2.3 Pemasaran Jasa Spesial

Pemasaran jasa spesial adalah jasa konsumsi yang dalam pembeliannya pembeli harus melakukan usaha pembelian khusus dengan cara tertentu atau dengan pembayaran yang lebih besar. Titik berat usaha pemasaran bagi orang-orang atau lembaga-lembaga ini diletakkan pada pengembangan produk dan pemuasan konsumen. Sebagai alat promosinya sering dipakai kata-kata yang diucapkan dan publisitas. Pengembangan produk untuk jasa-jasa seperti ini dapat berarti memberikan waktu dan perhatian kepada langganan yang memerlukannya, bisa juga berarti menyediakan lingkungan yang menyenangkan bagi konsumen. Yang penting, jasa tersebut harus dilaksanakan secara lebih baik daripada pesaing. Contoh : jasa akuntan, dokter spesialis, advokat.

2.3 Teori Tentang Bank

Menurut Undang-Undang Pokok Perbankan No.10 Tahun 1998, yang dimaksud dengan Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan /atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dari pengertian diatas dapat dijelaskan lagi bahwa bank merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang keuangan, artinya aktivitas perbankan selalu berkaitan dengan bidang keuangan.



Aktivitas bank yang pertama adalah menghimpun dana dari masyarakat (*funding*), yaitu mencari dana dengan cara membeli dari masyarakat luas dengan menggunakan berbagai strategi, sehingga masyarakat mau menanamkan dananya dalam bentuk simpanan.

Setelah memperoleh dana dari masyarakat, maka dana tersebut diputar kembali atau dijual kembali ke masyarakat dalam bentuk pinjaman (kredit). Dalam pemberian kredit juga dikenakan jasa pinjaman kepada penerima kredit (*debitur*) dalam bentuk bunga dan biaya administrasi.

Jadi, kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana ini merupakan kegiatan utama perbankan. Dengan kata lain keuntungan utama dari bisnis perbankan didapat dari selisih bunga simpanan yang diberikan kepada penyimpan dengan bunga pinjaman (kredit) yang disalurkan. Keuntungan dari selisih bunga ini dikenal dengan *spread based*.

Bagi bank syariah tidak dikenal istilah bunga dalam memberikan jasa kepada penyimpan maupun peminjam. Disini balas jasa yang diberikan dikenal dengan istilah bagi hasil (*profit sharing*) (Kasmir, 1998 : 12). Di Indonesia sistem bagi hasil ini diterapkan pada bank syariah seperti Bank Muamalat Indonesia dan BPR syariah yang lain.

2.3.1 Jenis-jenis Bank

a) Dilihat dari segi fungsinya

Berdasar pada UU Pokok Perbankan No.10 Tahun 1998, bank dapat dibedakan :

1. Bank Umum

Bank Umum adalah bank yang dapat memberikan jasa yang sifatnya umum dalam lalu lintas pembayaran. Jadi, dapat memberikan seluruh jasa perbankan yang ada. Begitu pula dengan wilayah

operasinya dapat dilakukan diseluruh wilayah. Bank Umum sering disebut juga dengan bank komersil (*commercial bank*).

2. Bank Perkreditan Rakyat (BPR)

BPR adalah bank yang kegiatannya menerima simpanan hanya dalam bentuk depositi berjangka, tabungan dan atau bentuk lainnyayang dapat dipersamakan dengan itu. Larangan bagi BPR adalah menerima rekening giro serta melaksanakan kliring. Begitu pula dengan jangkauan wilayah operasinya sangat terbatas di kecamatan dan pedesaan saja.

b). Dilihat dari segi kepemilikannya

Keperwakilan ini dilihat dari akte pendirian dan penguasaan saham yang dimiliki bank yang bersangkutan, disini bank dibagi menjadi :

1. Bank milik pemerintah

Dimana baik akte pendirian maupun modalnya dimiliki oleh pemerintah, sehingga seluruh keuntungan bank ini dimiliki oleh pemerintah pula.

contoh : BBD, BRI, BTN, Bapindo, Bank EXIM, dll.

Sedangkan bank milik pemerintah daerah terdapat didaerah tingkat I dan tingkat II masing-masing propinsi. contoh : BPD Jawa Tengah, Bank Jatim, BPD Sul-sel, BPD DKI Jakarta, dll.

2. Bank milik swasta nasional

Bank jenis ini seluruh atau sebagian sahamnya dimiliki oleh swasta nasional serta akte pendiriannya pun juga didirikan oleh swasta, begitu pula pembagian keuntungannya bagi keuntungan swasta pula.

contoh : Bank Bali, Bank Lippo, Bank Duta, Bank Universal, dll.

3. Bank milik koperasi

Kepemilikan saham-saham bank ini dimiliki oleh perusahaan yang berbadan hukum koperasi. Sebagai contoh adalah Bank Umum Koperasi.

4. Bank milik asing

Bank jenis ini merupakan cabang dari bank yang ada di luar negeri, baik milik swasta asing maupun dimiliki oleh pihak luar negeri.

Contoh : ABN AMRO Bank, American Express Bank, Bank of Tokyo, dll.

5. Bank milik Campuran

Kepemilikan saham bank campuran dimiliki oleh pihak asing dan pihak swasta nasional. Kepemilikan sahamnya secara mayoritas dipegang oleh warga negara Indonesia.

Contoh : Bank PDPCI, Sumitomo Niaga Bank, Bank Finconesia, dll.

c). Dilihat dari segi status

Status yang dimaksudkan disini adalah tingkat kemampuan bank dalam melayani masyarakat baik dari segi jumlah produk, modal maupun kualitas pelayanannya, disini bank dibagi menjadi :

1. Bank Devisa

Merupakan bank yang dapat melakukan transaksi keluar negeri atau yang berhubungan dengan mata uang asing secara keseluruhan, misalnya transfer keluar negeri, inkaso keluar negeri, travellers cheque, dll. Persyaratan untuk menjadi bank devisa ini ditentukan oleh bank Indonesia.

2. Bank non Devisa

Merupakan bank yang belum mempunyai izin untuk melaksanakan transaksi sebagai bank devisa, sehingga tidak dapat melaksanakan transaksi seperti halnya bank devisa. Jadi, bank non devisa ini adalah kebalikan dari bank devisa.

d). **Dilihat dari segi cara menentukan harga**

Jenis bank berdasarkan cara menentukan harga baik harga beli maupun harga jualnya, dapat dibagi menjadi :

1. Bank berdasar konsep barat

Mayoritas bank yang berkembang di Indonesia adalah bank yang berorientasi pada dunia barat. Hal ini tidak terlepas dari sejarah bangsa Indonesia, dimana bank dibawa oleh kolonial Belanda.

Dalam operasinya bank barat menggunakan dua metode, yaitu :

a. menetapkan bunga sebagai harga, baik untuk produk simpanan, tabungan maupun deposito. Demikian pula harga untuk produk pinjamannya (kredit) juga ditentukan tingkat suku bunga. Penentuan harga ini dikenal dengan istilah *spread based*.

b. Untuk jasa-jasa bank lainnya pihak perbankan barat menggunakan atau menerapkan berbagai biaya dalam nominal atau persentase tertentu. Sistem pengenaan biaya ini dikenal dengan istilah *fee based*.

2. Bank yang berdasarkan konsep Islam

Bank berdasarkan Syariah Islam belum lama berkembang di Indonesia. Namun diluar negeri terutama di Timur Tengah bank yang berdasarkan Syariah Islam sudah berkembang pesat sejak lama.

Prinsip dasar dari bank Syariah ini adalah :

a. Penentuan harga untuk produk simpanan adalah dengan menggunakan konsep bagi hasil. Perhitungan bagi hasil ini dari dana simpanan nasabah dibandingkan dengan jumlah dana yang tersedia dikalikan dengan keuntungan dan pembagian masing-masing pihak.

- b. Dalam menentukan harga untuk produk pinjaman, bank syariah menggunakan konsep negosiasi (tawar menawar) jual beli dengan nasabah.

Sedangkan penentuan biaya-biaya jasa bank yang lain, pihak bank syariah juga menentukan biaya sesuai syariah Islam.

2.3.2 Kegiatan-kegiatan Bank

Adapun kegiatan-kegiatan perbankan yang ada di Indonesia dewasa ini adalah bagai berikut : (Kasmir, 1998 : 26)

a). Kegiatan-kegiatan Bank Umum

1. Menghimpun dana dari masyarakat (funding) dalam bentuk :
 - a. Simpanan Giro (Demand Deposit)
 - b. Simpanan Tabungan (Saving Deposit)
 - c. Simpanan Deposito (Time Deposit)
2. Menyalurkan dana ke masyarakat (lending) dalam bentuk :
 - a. Kredit Investasi
 - b. Kredit Modal Kerja
 - c. Kredit Perdagangan
3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (services), seperti :
 - a. Transfer (iriman uang)
 - b. Inkaso
 - c. Kliring
 - d. Safe Deposit Box
 - e. Bank card
 - f. Bank Notes
 - g. Letter of Credit (L/C)

2. Kegiatan-kegiatan BPR

a. Menghimpun dana dalam bentuk :

1. Simpanan tabungan
2. Simpanan deposito

b. Menyalurkan dana dalam bentuk :

1. Kredit Investasi
2. Kredit Modal Kerja
3. Kredit Perdagangan

c. Larangan bagi BPR, adalah :

1. Menerima simpanan giro
2. Melakukan kliring
3. Melakukan kegiatan valuta asing
4. Melakukan kegiatan perasuransian

3. Kegiatan-kegiatan Bank Campuran dan Bank Asing

a. Dalam mencari dana, bank asing dan campuran dilarang menerima simpanan dalam bentuk simpanan tabungan.

b. Kredit yang diberikan lebih diarahkan kebidang-bidang tertentu, seperti :

- Perdagangan internasional
- Bidang industri dan produksi
- Penanaman modal asing dan atau campuran

c. Untuk jasa-jasa bank lainnya juga dapat dilakukan oleh bank umum campuran dan asing sebagaimana layaknya bank umum yang ada di Indonesia.

2.4 Teori Tentang Produk

Produk adalah apa saja yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi sehingga adapat

memuaskan keinginan atau kebutuhan. Termasuk didalamnya adalah obyek fisik, jasa, orang, tempat, organisasi, dan gagasan (Kotler, 1992 : 90).

Produk tidak hanya menyangkut pengertian fisik saja, melainkan juga perlengkapan, pemasangan, manfaat, instruksi pemakaian, pembangunan dan perawatannya, bahkan juga juga sampai pada merk (yang mampu memuaskan kebutuhan psikologis) serta kepastian adanya pelayanan purna jual. Atau, apabila produk tersebut adalah jasa maka sama sekali tidak menyangkut wujud fisik.

Berdasarkan pengertian tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa yang dimaksud dengan produk adalah segala sesuatu (lengkap dengan berbagai atributnya) yang dapat menghasilkan kepuasan pada pemakainya. Atau bisa juga dikatakan bahwa produk merupakan kumpulan/kesatuan atribut-atribut yang secara bersama-sama memuaskan kebutuhan seseorang, baik yang kentara maupun yang tidak.

2.5 Klasifikasi Produk

Berdasarkan daya tahan atau berwujud tidaknya, produk dapat di klasifikasikan dalam tiga kelompok :

2.5.1 Barang tidak tahan lama

Barang tidak tahan lama merupakan barang berujud yang biasanya dikonsumsi satu atau beberapa kali dan memerlukan pemakaian dan perputaran produk yang relatif cepat. Misalnya sabun, garam, soft drink.

2.5.2 Barang tahan lama

Barang tahan lama merupakan barang berujud yang biasanya dapat bertahan lama dengan banyak kali pemakaian, seperti mobil, pakaian, lemari es.

2.5.3 Jasa

Jasa adalah kegiatan, manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Karena jasa merupakan hal yang tidak berwujud, sulit dipisahkan, bervariasi dan tidak tahan lama, maka pada umumnya lebih banyak membutuhkan pengawasan mutu, tingkat kepercayaan tinggi dan kesesuaian. Misalnya salon kecantikan, kursus, reparasi.

2.6 Variabel - variabel Produk

Keputusan yang dilakukan perusahaan sehubungan dengan pengembangan dan pemasaran suatu jenis produk tertentu harus memperhatikan variabel - variabel produk tersebut. Variabel-variabel produk yang perlu diperhatikan adalah :

2.6.1 Atribut Produk

Setiap produk selalu memiliki atribut yang berwujud, seperti mutu, ciri-ciri dan model. Semua atribut tersebut terbentuk dalam proses realisasi konsep produk dan berikutnya prototipe produk. Setelah perusahaan memperkenalkan produk tertentu dipasar, maka ia akan mulai menyempurnakan atribut produknya agar bisa bertahan menghadapi segala tantangan di setiap siklus hidup produk.

a). Mutu Produk

Mutu merupakan satu cara pokok dalam penempatan suatu produk dimata konsumen, yang dimaksud dengan mutu adalah kemampuan yang dapat dinilai dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya. Mutu merupakan satu pengertian gabungan dari daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudian pemeliharaan dan perbaikan serta semua atribut lainnya. Beberapa atribut bisa diukur secara subyektif, tapi dari segi pemasaran mutu harus diukur dari sudut penglihatan dan persepsi pembeli terhadap mutu itu sendiri.

b). Ciri Produk

Setiap ciri produk memiliki peluang untuk memenuhi setiap keinginan pembeli. Ciri produk juga dapat dijadikan sebagai alat untuk membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing. Istilah lain dari ciri produk adalah *product features*.

c). Gaya / Corak Produk

Wujud dari atribut produk yang terakhir adalah gaya, corak, atau disain. Gaya produk ini juga dapat membedakan diri dengan produk pesaing, kelebihan disain produk dapat memperlihatkan nilai tertentu pada konsumen dan memudahkan proses pemilihan barang. Gaya produk sering juga disebut dengan *product style*.

2.6.2 Merk

Beberapa definisi yang menyangkut pengertian merk antara lain :

- a) Merk (brand), yaitu suatu nama, istilah, tanda, lambang atau disain, atau gabungan dari semua yang diharapkan mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang penjual dan diharapkan akan membedakan barang atau jasa dari produk milik pesaing.
- b) Nama Merk (brand name), adalah sebagian dari merk dan yang dapat diucapkan.
- c) Tanda Merk (brand mark), yaitu sebagian dari merk yang dapat dikenali tapi tidak dapat diucapkan, seperti lambang, disain, huruf atau warna khas.
- d) Tanda Merk Dagang (trademark), adalah merk atau sebagian dari merk yang dilindungi oleh hukum karena kemampuannya untuk menghasilkan sesuatu yang istimewa. Tanda dagang ini melindungi penjual dengan hak istimewanya untuk menggunakan nama merk/atau tanda merk.

- e) Hak Cipta (copyright), yaitu hak istimewa yang dilindungi oleh undang-undang untuk memproduksi, menerbitkan dan menjual karya tulis, karya musik atau karya seni yang lain.

2.6.3 Kemasan dan Label

Kemasan disini dirumuskan sebagai segala kegiatan merancang dan memproduksi wadah atau bungkus suatu produk. Sedangkan label bisa hanya berisi nama merk atau bisa juga informasi lengkap, seperti penetapan harga per-unit, masa kadaluwarsa dan pencantuman kandungan nilai gizi. Yang jelas perlu dilakukan oleh perusahaan atau para penjual adalah bahwa label harus berisi segala informasi yang perlu bagi konsumen sebelum produk dipasarkan.

2.6.4 Pelayanan pada Pelanggan

Biasanya produk-produk yang dipasarkan menyajikan beberapa jasa pelayanan. Komponen pelayanan ini bisa merupakan sebagian kecil atau sebagian besar dari keseluruhan yang ditawarkan. Pada kenyataannya, tawaran tersebut berkisar dari semata-mata barang sampai ke semata-mata jasa. Berikut ini diuraikan empat kelompok penawaran :

- a) Barang yang sepenuhnya berwujud.

Dalam hal ini tawaran terutama dari suatu barang berujud, seperti sabun, pasta gigi. Pada produk ini sama sekali tidak melekat jasa pelayanan.

- b) Barang berwujud dengan jasa pelayanan.

Pada kelompok ini, tawaran sendiri dari barang berujud yang diikuti oleh satu atau beberapa jasa untuk meningkatkan daya tarik pada konsumen. Sebagai contoh,

penjual mobil menjual mobilnya dengan jaminan petunjuk pemeliharaan dan perbaikan mobil dan sebagainya. Makin rumit tingkat teknologi suatu produk, maka penjualannya akan makin tergantung pada mutu dan tersedianya jasa pelayanan yang menyertainya.

- c) Jasa pelayanan pokok yang disertai barang dan jasa tambahan. Dalam hal ini tawaran berupa jasa pelayanan utama yang disertai dengan beberapa jasa tambahan dan/ barang pendukung. Seperti misalnya pada penumpang jasa angkutan.
- d) Hanya jasa saja. Tawaran ini pada pokoknya berupa jasa, seperti psikoterapi dan pijat.

2.7 Teori Produk Jasa

2.7.1 Hakekat dan Ciri Jasa

Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan terhadap sesuatu. Hasilnya bisa atau tidak bisa terkait pada suatu produk fisik. (Philip Kotler, 1992 : 477). Jasa mempunyai empat karakteristik, yaitu :

a) *Intangibility*

Di sini jasa mempunyai sifat tidak berwujud, karena tidak bisa dilihat, dirasa, diraba, didengar atau dicium sebelum ada transaksi pembelian. Pada bisnis jasa pembeli dituntut percaya dan yakin pada para pembekal jasa.

b) *Inseparability*

Suatu bentuk jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu orang atau mesin, tapi apakah sumber itu hadir atau tidak produk fisik yang berwujud tetap ada.

c) *Variability*

Bidang jasa sangat mudah berubah-ubah, karena jasa sangat tergantung pada siapa yang menayajikannya, kapan dan dimana menyajikannya.

d) *Perishability*

Produk dari jasa tidak dapat untuk disimpan.

2.7.2 Klasifikasi jasa

Pada hakekatnya bukan hal yang mudah untuk menyamaratakan pemasaran jasa, karena industri jasa sendiri sangatlah beragam. Ada berbagai cara dalam penegelompokan jasa, yaitu :

a) Jasa yang berpangkal pada manusia dan jasa yang berpangkal pada peralatan.

Pada jenis jasa yang berpangkal pada manusia, dapat dibedakan antara jasa yang melibatkan para profesional (jasa akuntan publik, konsultan manajemen), para tenaga terlatih (tukang las, bengkel) dan tenaga tidak terlatih (tukang kebun). Sedangkan industri jasa yang berpangkal pada alat, bisa dibedakan antara jasa yang melibatkan peralatan otomatis (mesin ATM), peralatan yang ditangani oleh tenaga yang relatif agak terlatih (sopir taxi) dan peralatan yang ditangani oleh tenaga terlatih (perusahaan penerbangan, rental komputer).

b) Jasa yang perlu tidaknya kehadiran konsumen.

Dalam pelaksanaan jasa, ada pelanggan yang memang harus hadir (seperti operasi bedah) tapi ada juga pelanggan yang tidak perlu untuk hadir (seperti jasa bengkel). Bila pelanggan dituntut untuk hadir selama jasa di selenggarakan, maka pemberi jasa harus menaruh banyak perhatian pada kebutuhannya.

c) Jasa yang terkait dengan motivasi pembeli.

Disini, jasa dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda, apakah perorangan maupun untuk bisnis. Pada umumnya pemberi jasa mengembangkan program pemasaran yang berlainan bagi pasar perorangan dengan pasar bisnis.

d) Jasa yang terkait dengan motivasi pemberi jasa dan bentuk pemberi jasa.

Dalam pelaksanaan jasa, motivasi pemberi jasa dapat dibedakan dalam dua hal, yaitu laba dan nirlaba. Sedangkan bentuk pemberi jasa secara institusional terbagi atas milik pemerintah dan milik swasta.

2.8 Kebutuhan Konsumen

Memasarkan produk tidak hanya sekedar menjual atau menukarnya dengan sesuatu. Memasarkan produk adalah memenuhi kehendak dan kebutuhan pembeli, sehingga tercipta kepuasan pada kedua belah pihak.

Konsumen masing-masing akan selalu berusaha untuk memuaskan kebutuhannya yang beraneka ragam. Kebutuhan yang membutuhkan pemuasan inilah yang menjadi suatu dorongan bagi seseorang untuk membeli suatu barang. Makin terbatasnya kemampuan yang dimiliki konsumen, misalnya dalam hal dana, makin berhati-hati pula seseorang dalam menimbang dan menganalisa, sebelum memutuskan produk mana yang layak dibelinya untuk menciptakan kepuasan yang tertinggi.

Kebutuhan konsumen tidak terbatas pada hal-hal fisik saja, namun juga menyangkut hal-hal non fisik yang berkaitan dengan produk. Teori Maslow tentang kebutuhan manusia yang dipercaya para ahli psikologi dan manajemen menjelaskan hierarki kebutuhan manusia sebagai berikut :

1. Kebutuhan fisiologis (*physiological needs*), yaitu kebutuhan untuk makan, minum, perlindungan fisik, bernafas, seksual. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan tingkat terendah atau yang paling dasar.
2. Kebutuhan keamanan (*safety needs*), yaitu kebutuhan akan perlindungan dari ancaman, bahaya, pertentangan dan lingkungan hidup.
3. Kebutuhan rasa memiliki dan cinta kasih (*belongingness and love needs*), yaitu kebutuhan untuk diterima oleh kelompok, berafiliasi, berinteraksi dan kebutuhan untuk mencintai serta dicintai.
4. Kebutuhan harga diri (*esteem needs*), yaitu kebutuhan untuk dihormati dan dihargai oleh orang lain.
5. Kebutuhan aktualisasi diri (*self actualization needs*), yaitu kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri, menggunakan kemampuan dan potensi, mengemukakan ide, memberi penilaian dan kritikan terhadap sesuatu. (Murti , 1995 : 130)

Hierarki kebutuhan dari Abraham Maslow tersebut dapat ditunjukkan dalam bentuk piramid berikut :



Gb.1 Piramida Hierarki Kebutuhan Abraham Maslow

Keterangan

I : Kebutuhan fisiologis

II : Kebutuhan Keamanan

III : Kebutuhan Rasa Memiliki dan Cinta Kasih

IV : Kebutuhan Harga Diri

V : Kebutuhan Aktualisasi Diri

Teori yang dikemukakan Maslow ini dipakai sebagai dasar dalam menjelaskan kebutuhan konsumen. Konsumen akan berusaha untuk memenuhi kebutuhannya yang lebih rendah sebelum memikirkan hubungan - hubungan yang lain dalam hirarki yang lebih tinggi. Dalam kenyataanya bukan berarti bahwa kebutuhan yang secara hierarki lebih rendah harus terpenuhi seratus persen dahulu baru konsumen memikirkan kebutuhan lainnya. Kebanyakan, hubungan - hubungan tersebut dipikirkan bersama - sama.

2.9 Chi Square Test dan Koefisien Kontigensi

2.9.1 Chi Square Test

Menurut Kerlinger, untuk interpretasi data nominal dari tabel, sebaiknya dihitung kaid kuadrat, koefisien kontigensi (atau statistik lain) dan juga persentase dalam tabel (Singarimbun dan Effendi, 1995 : 287).

Untuk mencari kaid kuadrat, langkah pertama adalah menghitung frekwensi teoritis (*expected frequencies*), yaitu frekwensi yang terjadi bila tidak ada perbedaan dalam frekwensi dua variabel pokok. Frekwensi teoritis dihitung dari jumlah kolom dikalikan jumlah baris bagi setiap kotak.

Rumusny adalah sebagai berikut :

$$f_{ax} = \frac{K_{ax}B_a}{T}$$

dengan catatan :

f_{ax} = frekwensi teoritis pada kotak dengan kolom a pada baris x

K_a = jumlah pada kolom a

B_x = jumlah pada baris x

T = jumlah sampel total

Untuk memperoleh kai kuadrat, dipakai rumus :

$$X^2 = \sum \left[\frac{(f_o - f_t)^2}{f_t} \right]$$

dimana :

X^2 = nilai kai kuadrat

f_o = frekwensi pengamatan

f_t = frekwensi yang diharapkan/frekwensi teoritis

(Singarimbun dan Effendi, 1995 : 285).

Untuk mengetahui apakah hasil yang didapat adalah signifikan, terlebih dahulu harus dihitung derajat kebebasan (degrees of freedom), derajat kebebasan dihitung dari jumlah kolom minus satu dikalikan jumlah baris minus satu atau $df = (k-1) (b-1)$.

Suatu hubungan dinyatakan signifikan jika X^2 yang didapat sama atau melebihi angka yang terdapat dalam tabel distribusi X^2 untuk df yang bersangkutan. Biasanya tingkat signifikan yang dipilih adalah 0,05 atau 0,01. (Singarimbun dan Effendi 1995 : 286).

Setelah diperoleh angka X^2 , kemudian dapat dijelaskan bahwa dari angka X^2 itu tidak diketahui : (1) apakah hubungannya positif atau negatif ; (2) bagaimana hubungan tersebut (linear atau non linear) ; dan (3) seberapa eratnya hubungan tersebut.

Ada beberapa syarat yang perlu diperhatikan jika peneliti ingin menghitung kai kuadrat, yaitu :

1. Tidak boleh dipakai untuk sampel yang kurang dari 20
2. Frekwensi teoritis (f_t) minimum harus 5 dalam setiap kotak untuk tabel 2x2 (dua kolom, dua baris); untuk tabel yang lebih besar 80 persen

harus 5 atau lebih (ini berarti sebelum X^2 dihitung, ft pada setiap kotak dalam tabel perlu dihitung). Jika syarat-syarat ini tidak dipenuhi, beberapa kolom atau baris perlu digabung.

3. Suatu kotak tidak boleh mempunyai frekwensi kurang dari 1 (Singarimbun dan Effendi, 1995 : 288)

2.9.2 Koefisien Kontigensi

Untuk mengetahui eratnya hubungan antara dua variabel digunakan koefisien kontigensi. Rumus yang dipakai adalah :

$$K = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + N}}$$

dimana :

- K = nilai koefisien kontigensi
- X^2 = nilai kai kuadrat hitung
- N = jumlah seluruh sampel

Semakin besar nilai K berarti hubungan antara kedua faktor yang diuji semakin erat. Sedangkan nilai K tidak boleh lebih dari 1,00.

(Singarimbun dan Effendi 1995 : 287).

III. GAMBARAN UMUM DAERAH PENELITIAN

3.1 Letak Geografis

Kotatif Jember terletak pada $6^{\circ}56'9''$ - $7^{\circ}01'10''$ BT dan $8^{\circ}06'53''$ - $8^{\circ}13'06''$ LS dengan ketinggian rata-rata 83 m di atas permukaan laut, lokasi ini sangat menguntungkan karena diapit oleh iklim laut di sebelah selatan dan iklim pegunungan di sebelah utara, sehingga Kotatif Jember mempunyai udara yang sejuk.

Kotatif Jember terletak di pusat kota Kabupaten Daerah Tingkat II Jember, yang terbagi menjadi tiga kecamatan, yaitu : Kecamatan Kaliwates, Sumbersari dan Patrang, dengan luas areal $\pm 99,18 \text{ km}^2$, dengan tabulasi sebagai berikut :

Tabel 1. Luas Wilayah Menurut Kecamatan, di Kotatif Jember.

Kecamatan	Luas (km^2)
Kaliwates	24,94 km^2
Sumbersari	37,25 km^2
Patrang	36,99 km^2
Jumlah	99,18 km^2

Sumber : Jember Dalam Angka, 1998.

Batas-batas wilayah Kotatif Jember, adalah :

- Utara = Kecamatan Arjasa
- Barat = Kecamatan Sukorambi
- Selatan = Kecamatan Jenggawah
- Timur = Kecamatan Pakusari

Dengan kondisi alam yang sangat menguntungkan tersebut, memang layak sekali bila Kotatif Jember mempunyai potensi pertumbuhan ekonom, sosial dan budaya yang relatif lebih cepat.

3.2 Keadaan Demografis

Jumlah penduduk di Kotatiff Jember adalah sebesar 275.246 jiwa, dan tersebar hampir merata di 3 wilayah kecamatan, 22 kelurahan, 103 lingkungan, 380 RW, dan 1160 RT. Komposisi mengenai jumlah penduduk ini dapat dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel 2. Banyaknya penduduk menurut kecamatan, di Kotatiff Jember Tahun 1998.

No	Kecamatan	Lk	Pr	Σ	Sex Ratio
1	Kaliwates	42.793	47.752	90.545	89,62
2	Sumpersari	49.185	51.065	100.250	96,32
3	Patrang	41.601	42.850	84.451	97,09

Sumber data : Jember Dalam Angka 1998.

Tabel 3. Banyaknya penduduk dan kepadatan penduduk, di Kotatiff Jember, Tahun 1998.

No	Kecamatan	Luas (km ²)	Penduduk (jiwa)	Kepadatan (jiwa/km ²)
1	Kaliwates	24,94	90.545	3.630,51
2	Sumpersari	37,25	100.250	2.691,28
3	Patrang	36,99	84.451	2.283,08

Sumber data : Jember Dalam Angka 1998.

Tabel 4. Banyaknya kelurahan, Lingkungan, RW dan RT Menurut Kecamatan di Kotatif Jember Th. 1998.

No	Kecamatan	Kel.	Lingk.	RW	RT
1	Kaliwates	7	32	121	397
2	Sumbersari	7	38	144	381
3	Patrang	8	33	115	382
Jumlah		22	103	380	1160

Sumber data : Jember Dalam Angka 1998.

3.3 Diskripsi Kondisi Pendidikan

Seperti dijelaskan didepan, Kotatif Jember merupakan kota terbesar ketiga di Propinsi Jawa Timur, setelah Kodya Surabaya dan Kodya Malang. Predikat sebagai kota terbesar ketiga di Jawa Timur ini punya konsekuensi adanya tuntutan kepada Kotatif Jember untuk terus menerus secara bertahap membenahi diri didalam segala bidang.

Salah satu bidang yang secara kontinyu menuntut perhatian serius adalah pembenahan sarana dan prasarana di bidang pendidikan, yang selama ini memang menjadi kendala yang sangat serius di daerah manapun termasuk di Kotatif Jember.

Dengan kompleksnya permasalahan pendidikan yang dihadapi saat ini, seperti halnya segala daya dan upaya pihak-pihak yang terkait selama ini, seperti belum bisa menyentuh akar permasalahan yang sebenarnya. Memang untuk menciptakan suatu sistem dan tatanan pendidikan yang sangat ideal membutuhkan waktu, biaya, dan tentunya tenaga yang tidak murah, dan semuanya membutuhkan sebuah proses yang nyata dan berkesinambungan. Jadi untuk masa yang akan datang diperlukan usaha yang lebih nyata, serius dan berkesinambungan, untuk bisa mengangkat masalah pendidikan di kotatif Jember ini.

Data-data mengenai pendidikan di Kotatiff Jember, dari tingkat Taman Kanak-kanak sampai dengan Perguruan Tinggi dapat dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel 5. Banyaknya Sekolah, Murid dan Guru Negeri dan Swasta Menurut Jenis Sekolah, Tahun 1997/1998.

No	Jenis Sekolah	Jenis Sekolah		Guru		Murid	
		Negeri / Swasta	Negeri / Swasta	Negeri / Swasta	Negeri / Swasta		
1	TK	-	487	102	1188	-	25.261
2	SD	1.121	52	9.022	496	196.507	8.337
3	SMTP						
	- SMP	55	72	1.728	1.131	31.209	11.640
	- MTS	-	-	-	-	-	-
4	SMTA						
	- SMU	16	26	554	524	8.983	5.615
	- SMEA	3	17	101	334	1.224	6.428
	- SpbMA	-	1	-	24	-	272
	- SMTP	1	1	77	26	921	9
	- SMKK	1	-	26	-	468	-
	- STM	1	5	60	179	790	2455
	- SMIP '45	-	1	-	15	-	50
	- SMPS	-	2	-	22	-	77
	Jumlah	22	53	820	1.124	12.365	14.906

Sumber data : Jember Dalam Angka 1998.

Tabel 6. Banyaknya Dosen, Mahasiswa, Lulusan, Fakultas dan Jurusan Menurut Universitas, Tahun 1997/1998.

Perguruan Tinggi	Dosen	Mahasiswa	Lulusan
<u>Perguruan Tinggi Negeri</u>			
1. Universitas Jember	873	12.166	1.847
2. STAIN	65	613	68
<u>Perguruan Tinggi Swasta</u>			
1. Univ. Moch. Sroodji	124	1.135	141
2. Univ. Muhammadiyah	248	1.198	362
3. Univ. Islam Jember	-	-	-
4. IKIP PGRI Jember	33	1.632	161
5. STIPER Jember	33	186	105
6. KOSGORO	-	-	-
7. STIE Mandala	-	-	-
8. STIA Pembangunan	30	102	17
9. STIKEN	20	93	31
10. ABA Bhakti Pertiwi	30	150	30
11. Akademi Akt. PGRI Jember	37	97	9
12. Akademi Peternakan PGRI	-	-	-
13. Akademi Perawat	64	155	77

Sumber data : Jember Dalam Angka 1998.

Sebagian besar dari lokasi PTN dan PTS diatas adalah di wilayah Kotatif Jember, hal ini menunjukkan bahwa wilayah Kotatif Jember merupakan daerah kampus yang dinamika komunitasnya sangat diwarnai oleh kehidupan sivitas akademika.

Dalam perspektif pemasaran, daerah kampus juga merupakan salah satu pangsa pasar yang sangat potensial untuk produk-produk jasa perbankan, terutama kalangan mahasiswa yang sebagian besar adalah pendatang. Disini produk perbankan yang paling laku adalah produk jasa transfer dan produk jasa simpanan.

3.4 Perbankan di Kotatiff Jember

Sebagai kota terbesar ketiga di Propinsi Jawa Timur dan didukung oleh letak geografis serta komposisi demografis yang menguntungkan, memang sangat memungkinkan sekali bila pertumbuhan ekonomi di wilayah Kotatiff Jember relatif lebih tinggi bila dibandingkan dengan daerah-daerah yang lain. Dengan kondisi perekonomian yang relatif bagus dan kemungkinan prospek yang sangat cerah, akan semakin bagus lagi bila di dukung oleh lembaga-lembaga keuangan (perbankan) yang benar-benar solid. Nampaknya peluang ini sudah dibaca dan dimanfaatkan dengan baik oleh pihak-pihak yang berkompeten dibidang ini. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya jumlah lembaga keuangan (perbankan) yang berdiri di wilayah Kotatiff Jember, baik lembaga perbankan milik negara maupun lembaga perbankan yang dimiliki oleh swasta. Perkembangan ini dapat dilihat dari tabel berikut.

Tabel 7. Jumlah Bank di wilayah Kotatiff Jember Tahun 1998.

No	Uraian	1997	1998
I	Bank Umum		
	A. Bank Umum Devisa		
	1. Bank Pemerintah	17	17
	2. BPD	-	-
	3. Bank Swasta Nasional	16	16
	B. Bank Umum Non Devisa		
	1. Bank Pemerintah	-	-
	2. BPD	4	4
	3. Bank Swasta Nasional	-	-
II	Bank Perkreditan Rakyat	61	63

Sumber data : Jember Dalam Angka 1998.

Sebagian besar dari lembaga perbankan beroperasi di wilayah kotatiff Jember (di pusat kota), dengan pangsa pasar utamanya adalah penduduk kotatiff Jember. Kalau dilihat dari jumlah penduduk di kotatiff Jember yang tergolong padat dan perkembangan kondisi perekonomian yang sangat dinamis dari waktu ke waktu, berdasar perspektif bisnis kondisi kotatiff Jember yang seperti ini sangat potensial sekali bagi berkembangnya lembaga-lembaga keuangan (perbankan). Keadaan ini dapat dijelaskan melalui tabel dibawah ini :



Tabel 8. Perkembangan Perbankan Menurut Jenis dan Kelompok Bank, di Kotatiff Jember Tahun 1998

No	Uraian	1997	1998
I	Giro		
	1. Bank Pemerintah		
	a. Nasabah	-	-
	b. Nominal (Juta)	103.803	122.938
	2. Bank Swasta		
	a. Nasabah	-	-
	b. Nominal (Juta)	33.706	55.382
	3. BPR		
	a. Nasabah	-	-
	b. Nominal (Juta)	-	-
II	Tabungan		
	1. Bank Pemerintah		
	a. Nasabah	635.635	793.656
	b. Nominal (Juta)	253.738	320.660
	2. Bank Swasta		
	a. Nasabah	138.761	181.942
	b. Nominal (Juta)	252.004	297.388
	3. BPR		
	a. Nasabah	33.569	35.795
	b. Nominal (Juta)	15.925	16.911
III	Deposito		
	1. Bank Pemerintah		
	a. Nasabah	-	-
	b. Nominal (Juta)	76.554	133.320
	2. Bank Swasta		
	a. Nasabah	-	-
	b. Nominal (Juta)	155.499	202.982
	3. BPR		
	a. Nasabah	-	-
	b. Nominal (Juta)	18.829	19.160

Sumber data : Jember Dalam Angka 1998.

3.5 Diskripsi Beberapa Lembaga Perbankan

Disini dijelaskan karakteristik yang bersangkutan dengan beberapa lembaga perbankan yang berlokasi di wilayah Kotatiff Jember, antara lain yaitu :

a. BII (Bank Internasional Indonesia)

BII termasuk salah satu bank devisa milik swasta nasional yang cukup berhasil. Di Jember, kantor cabang BII berlokasi di Jl. Gatot Subroto. Atribut jasa yang menjadi unggulan dari BII, khususnya untuk kantor cabang Jember antara lain adalah goodwill bank yang bagus, multi produk yang lengkap, fasilitas ATM dan jaringan antar cabang yang sudah on-line, serta pelayanan yang memuaskan.

b. BCA (Bank Central Asia)

Seperti yang kita ketahui, BCA adalah bank umum devisa swasta nasional terbesar di Indonesia, dimana pangsa pasarnya mampu menjangkau sampai pelosok-pelosok desa dengan segmen pasar yang merata dari kelas bawah sampai kelas atas. Hal ini memang memungkinkan sekali karena didukung oleh kantor cabang yang tersebar hampir di seluruh kabupaten dan kota madya di Indonesia, serta fasilitas-fasilitas yang lengkap. Di Jember, kantor cabang BCA berlokasi di Jl. Gajah Mada. Untuk BCA, atribut jasa perbankan yang dimiliki semuanya dapat diunggulkan untuk menarik minat calon nasabah.

c. Bank Bali

Bank Bali juga termasuk pada bank devisa umum yang dimiliki oleh pihak swasta nasional. Di Jember kantor cabang bank Bali berlokasi di Jl. Trunojoyo. Atribut jasa yang menjadi unggulan Bank Bali antara lain adalah lokasi bank yang lumayan strategis, goodwill bank, dan fasilitas kartu ATM yang juga bisa dipakai

sebagai debit card, yaitu sebagai alat transaksi di toko-toko yang menjadi mitra dari Bank Bali (mitra kualiva). Untuk yang satu ini Bank Bali bisa dikatakan sebagai pelopornya.

d. Bank Danamon

Bank Danamon adalah salah satu bank umum devisa milik swasta nasional yang masuk kelas atas juga. Di Jember kantor cabang Bank Danamon berlokasi di Jl. Gajah Mada. Atribut jasa perbankan yang menjadi unggulan dari Bank Danamon dalam menarik calon nasabah antara lain adalah Lokasi bank yang lumayan strategis, goodwill bank, fasilitas mesin ATM yang berlokasi di beberapa pertokoan, dan varian produk bank yang dapat mencakup semua segmen.

e. BTPN (Bank Tabungan Pensiunan Nasional)

Seperti yang lain, BTPN juga termasuk bank umum devisa milik swasta nasional yang cukup kuat. Di Jember, BTPN tidak mempunyai kantor cabang penuh tapi hanya kantor cabang pembantu yang letaknya di Jl. Kalimantan. Atribut jasa yang menjadi unggulan dari BTPN antara lain adalah goodwill bank, pelayanan, dan tingkat bunga bank yang bersaing, serta varian produk bank yang salah satunya khusus melayani para pensiunan.

f. BRI (Bank Rakyat Indonesia).

Bank Rakyat Indonesia adalah termasuk bank umum devisa milik pemerintah yang paling merakyat, hal ini ditunjukkan oleh produk-produknya yang mampu menyentuh semua lapisan masyarakat, dari kelas bawah sampai kelas atas dan dari pedesaan sampai perkotaan. Untuk yang terakhir ini, mungkin BRI adalah satu-satunya bank yang mempunyai kantorsampai di pedesaan, yang biasa disebut sebagai "kantor unit". Di Jember Kantor cabang BRI

berlokasi di Jl. Ahmad Yani. Atribut jasa yang menjadi unggulan BRI untuk menarik calon nasabah antara lain, adalah Lokasi yang strategis, goodwill bank, pelayanan dan hadiah.

g. BNI '46 (Bank Negara Indonesia 1946)

Sebagai bank umum devisa milik pemerintah, BNI '46 termasuk salah satu bank milik pemerintah yang paling kuat. Di Jember kantor cabang BNI '46 berlokasi di Jl. Ahmad Yani. Atribut jasa yang menjadi unggulan BNI '46, untuk bisa menarik minat dari calon nasabah antara lain, adalah lokasi bank yang strategis, goodwill bank yang bagus, pelayanan, dan juga varian produk yang lengkap.

h. Bank JATIM

Bank JATIM adalah bank pembangunan daerah (BPD) milik Pemda Tk.I Jawa-Timur. Di Jember, kantor cabang Bank Jatim berlokasi di Jl. PB. Sudirman. Atribut jasa yang menjadi unggulan Bank Jatim dalam usahanya menarik minat calon nasabah antara lain, adalah goodwill bank yang bagus, varian produk yang lumayan lengkap, pelayanan, dan lokasi yang lumayan strategis.

IV. ANALISIS DATA

4.1 Analisis Deskriptif

4.1.1 Karakteristik nasabah

a. Jenis Kelamin

Jenis kelamin nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini, terbagi atas laki-laki dan perempuan yang dapat disajikan dalam bentuk tabel berikut :

Tabel 9. Data jenis Kelamin Responden.

Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
Laki-laki	114	57
Perempuan	86	43
Jumlah	200	100

Sumber : Kuisisioner diolah, 1999

Dari tabel 9 ini terlihat bahwa jenis kelamin responden yang laki-laki lebih besar daripada perempuan, yaitu 57% dibanding 43%.

b. Usia

Usia nasabah yang memanfaatkan jasa perbankan dapat digolongkan dalam tabel berikut :

Tabel 10. Usia Responden Pemakai Jasa Perbankan di Kotatiff Jember.

Usia	Frekuensi	Prosentase
17-20	22	11
21-25	52	26
26-30	45	22,5
31-35	37	18,5
35- keatas	44	22
Jumlah	200	100

Sumber : Kuesioner diolah 1999

Dari tabel 10 dapat dilihat, bahwa usia responden antara 21-25 tahun menunjukkan prosentase yang paling besar, yaitu sebesar 26 %. Kemudian usia 26-30 dengan 22,5%, usia 35 tahun keatas dengan 22%, usia 31-35 dengan 18,5 % dan usia 17-20 menunjukkan prosentase yang paling kecil, yaitu dengan 11% saja.

c. Status

Status responden dibedakan atas sudah kawin dengan belum kawin, dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 11. Status responden pemakai jasa perbankan di Kotatiff Jember.

Status	Frekwensi	Prosentase
Kawin	99	49,5
Belum Kawin	101	50,5
Jumlah	200	100

Sumber : Kuesioner diola, 1999.

Dari tabel 11 dapat dilihat bahwa prosentase antara responden yang sudah kawin dengan yang belum kawin selisihnya sedikit sekali, dimana 99 responden atau 49,5% sudah kawin. Sedangkan 101 responden atau 50,5% belum kawin.

d. Tingkat Pendidikan

Data mengenai tingkat pendidikan responden pemakai jasa perbankan ditabulasikan sebagai berikut :

Tabel 12. Tingkat Pendidikan Responden Pemakai Jasa Perbankan di Kotatif Jember.

Tingkat Pendidikan	Frekuensi	Prosentase
SD	13	6,5
SMP	28	14
SMU	69	34,5
Perguruan Tinggi	90	45
Jumlah	200	100

Sumber : kuesioner diolah, 1999

Dari tabel 12, dapat dilihat bahwa sebagian besar dari nasabah adalah berpendidikan perguruan tinggi, dengan prosentase sebesar 45%, SMU 34,5%, SMP 14%, dan nasabah yang berpendidikan SD adalah yang paling sedikit, yaitu hanya 6,5% saja.

e. Status Kerja

Jenis responden dibedakan menjadi responden yang bekerja (pegawai negeri sipil / militer, pegawai swasta, wira usaha) dan yang belum bekerja (pelajar, mahasiswa dan lulusan SMU/PT). Data status pekerjaan responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 13. Status kerja responden pemakai jasa perbankan di kotatif Jember.

Status Kerja	Frekuensi	Prosentase
Sudah bekerja	137	68,5
Belum bekerja	63	31,5
Jumlah	200	100

Sumber : Kuesioner diolah, 1999.

Dari tabel 13, dapat dilihat bahwa sebagian besar dari nasabah perbankan statusnya sudah bekerja , yaitu sebesar 137 nasabah dengan prosentase sebesar 68,5% dengan perincian pegawai negeri 38 (19%), pegawai swasta 41 (20,5%) dan wirausaha sebanyak 58 (29%). Sedangkan nasabah yang belum bekerja adalah sebanyak 63 (31,5%), dengan

perincian pelajar 11 (5,5%), mahasiswa 33 (16,5%), lulusan SMU 12 (6%) dan lulusan perguruan tinggi sebanyak 7 (3,5%).

f. Penghasilan/Uang Saku Per-bulan

Rata-rata penghasilan atau uang saku per-bulan responden dapat dijelaskan pada tabel berikut :

Tabel 14. Penghasilan/Uang Saku Per-bulan Responden Pemakai Jasa Perbankan di Kotatiff Jember.

Penghasilan/uang saku	Frekuensi	prosentase
< 250.000	59	29,5
250.000 - 500.000	62	31
500.000 - 750.000	43	21,5
750.000 - 1.000.000	21	10,5
1.000.000 >	15	7,5
Jumlah	200	100

Sumber : Kuesioner diolah, 1999

Dari tabel 14, dapat dilihat bahwa sebagian besar responden mempunyai penghasilan/uang saku sebesar Rp. 250.000 - Rp. 500.000,- /bulan, dengan 31%. Kemudian diurutan yang kedua adalah penghasilan/uang saku sampai dengan Rp. 250.000,- /bulan (29,5%), ketiga Rp. 500.000 - Rp. 750.000,- /bulan (21,5%), keempat Rp. 750.000 - Rp. 1.000.000,- /bulan (10,5%), dan yang paling sedikit adalah penghasilan/uang saku Rp. 1.000.000 keatas yang hanya sebesar 7,5%.

4.1.2 Prioritas kebutuhan nasabah terhadap atribut jasa yang ditawarkan bank

Dari kuisioner yang disebarakan, kemudian dilakukan analisis kebutuhan nasabah. Sebelumnya harus ditentukan lebih dulu atribut-atribut jasa yang terdapat pada lembaga perbankan, yaitu :

a. Lokasi strategis bank

Lokasi bank mudah dijangkau dan dilewati kendaraan umum

b. Pelayanan

Pelayanan yang menyenangkan, ramah tamah, kekeluargaan dan memuaskan.

c. Fasilitas

Sarana dan prasarana yang lengkap (ATM, Jaringan on line).

d. Tingkat bunga

Tingkat bunga yang kompetitif dan menarik

e. Hadiah

Penawaran hadiah yang menarik dan bermacam-macam dari bank.

f. Varian Produk Bank

Variasi produk bank yang bermacam-macam dan lengkap.

g. Goodwill Bank

Nama baik, prestasi dan tingkat prestise bank dimata masyarakat.

Setelah ditentukan jenis-jenis atribut bank, selanjutnya atribut-atribut ini diajukan dalam daftar kuisisioner dan responden diminta untuk memberikan urutan prioritas masing-masing atribut sesuai dengan kebutuhannya.

Untuk memperoleh hasil kuisisioner yang dapat dipertanggungjawabkan, maka dalam penelitian ini, peneliti turun langsung membimbing responden dalam mengisi kuesioner terutama pada pengisian urutan skala prioritas, tanpa mempengaruhi proses pengisian. Sehingga semua kuesioner yang disebarkan terisi secara sempurna (memenuhi syarat).

Langkah tabulasi urutan prioritas kebutuhan konsumen ini dimaksudkan untuk mengetahui atribut mana yang dianggap paling penting dan atribut mana yang dianggap kurang penting. Setelah itu,

melalui skala prioritas akan dapat dihasilkan susunan atribut menurut tingkat kepentingannya.

Untuk mengetahui atribut jasa yang paling dibutuhkan oleh nasabah maka digunakan tabel skala prioritas sebagai berikut:

Tabel 15. Skala Prioritas Kebutuhan Nasabah Terhadap Atribut Jasa Perbankan.

Skor Atribut	7	6	5	4	3	2	1	Σ
Prioritas	1	2	3	4	5	6	7	
Lokasi Strategis	53 371	45 270	41 205	22 88	23 69	7 14	9 9	200 1026
Pelayanan	34 238	38 229	35 175	46 184	24 72	13 26	10 10	200 933
Fasilitas	32 224	50 300	35 175	29 116	32 96	12 24	10 10	200 945
Tk. Bunga	24 168	14 84	25 125	31 124	30 90	57 114	19 19	200 724
Hadiah	4 28	8 48	15 75	9 36	26 78	45 90	93 93	200 446
Varian Produk	5 35	9 54	25 125	39 156	41 123	43 86	36 36	200 617
Good Will	48 336	36 216	24 120	24 96	24 72	23 46	21 21	200 907

Sumber : Kuesioner diolah, 1999.

Dari perhitungan pada tabel skala prioritas diatas, dapat ditentukan atribut-atribut yang memiliki skor tertinggi hingga yang terendah. Selanjutnya urutan prioritas nasabah ditunjukkan dari jumlah skor secara total dari masing-masing atribut. Interpretasi dari hasil pengolahan tabel skala prioritas tersebut adalah sebagai berikut :

Prioritas pertama : Lokasi Strategis

Letak suatu bisnis pada umumnya sangat mempengaruhi keberhasilan dari bisnis itu sendiri dalam meraup keuntungan yang



diharapkan. Hal ini sesuai sekali dengan pilihan sebagian besar dari nasabah perbankan yang memilih letak strategis bank sebagai atribut yang sangat penting, bahkan lokasi bank yang strategis menjadi prioritas pertama bagi sebagian besar nasabah dalam memilih lembaga perbankan. Disini letak kestrategisan bank diukur dari mudahnya dijangkau nasabah baik dari segi finansial maupun dari segi transportasi.

Prioritas kedua : Fasilitas

Sebagian besar dari nasabah ternyata memilih "fasilitas", sebagai prioritas kedua setelah "lokasi strategis" dalam memilih lembaga perbankan. Fasilitas yang dimaksudkan disini adalah segala sarana dan prasarana yang disediakan oleh pihak bank untuk dimanfaatkan sepenuhnya oleh nasabah, seperti ATM dan jaringan on line. Hal ini menunjukkan bahwa bagi sebagian besar nasabah fasilitas merupakan salah satu atribut yang penting dan perlu untuk di perhatikan.

Prioritas ketiga : Pelayanan

Bagi nasabah, "pelayanan" yang baik dari pihak bank ternyata sangat penting dan berarti sekali, seperti pada bisnis jasa pada umumnya, pelayanan terhadap kebutuhan nasabah sampai nasabah dapat terpuaskan merupakan tujuan utama yang harus dilakukan oleh pengelola bank. Hal ini penting sekali untuk meraih keuntungan terutama untuk jangka panjang.

Prioritas keempat : Good Will Bank

Nama baik, prestasi, dan tingkat prestise bank sebagian bagian dari "good will", ternyata mampu juga mempengaruhi nasabah dalam memilih lembaga perbankan. Hal ini memungkinkan sekali, sebagai akibat

dari adanya pembekuan operasi dari beberapa bank sebagai konsekuensi dari rekapitalisasi perbankan nasional yang dilakukan oleh pemerintah. Sehingga nasabah lebih selektif dalam memilih lembaga perbankan.

Prioritas kelima : Tingkat Bunga

Untuk prioritas kelima, ternyata ditempati oleh "tingkat bunga" yang ditawarkan oleh pihak bank. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah sekarang lebih realistis dan rasional dalam memilih lembaga perbankan, sehingga kurang begitu terpengaruh oleh tingkat bunga kompetitif dan menarik yang ditawarkan oleh pihak bank. Kemungkinan besar hal ini juga akibat dari trauma terhadap kasus-kasus bank yang menawarkan bunga tinggi tapi ternyata justru termasuk pada bank yang tidak sehat dan terlikuidasi dalam program rekapitalisasi perbankan nasional yang lalu.

Prioritas keenam : Varian Produk Bank

Pengaruh dari "varian produk" bank terhadap nasabah dalam memilih lembaga perbankan ternyata kurang begitu kuat. Hal ini ditunjukkan dengan posisinya yang berada di urutan ke enam ini menunjukkan bahwa bagi sebagian besar nasabah variasi produk bank yang lengkap dan bervariasi tidak dianggap sebagai atribut yang penting yang perlu diprioritaskan.

Prioritas ketujuh : Hadiah

Kebutuhan terhadap "hadiah", bagi sebagian besar nasabah bank ternyata mendapatkan prioritas ketujuh atau prioritas yang terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan hadiah yang ditawarkan oleh lembaga perbankan juga tidak dianggap sebagai atribut yang penting untuk diprioritaskan dan diperhatikan.

4.2 Uji Independen

4.2.1 Uji Independen Antara Jenis Kelamin dan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.

Sebelum dilakukan uji independen, maka terlebih dahulu dihitung jumlah frekuensi dari masing-masing karakteristik nasabah dengan urutan prioritas pada atribut jasa yang ditawarkan. Selanjutnya dapat dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel 16. Data Jenis Kelamin dan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah Perbankan di Kotatiff Jember.

Nama atribut	Laki-laki	Permpuan	Σ
Lokasi Strategis	37	16	53
Fasilitas	17	15	32
Pelayanan	13	21	34
Good will	28	20	48
Tk. Bunga	16	8	24
Varian Produk	3	2	5
Hadiah	0	4	4
Jumlah	114	86	200

Sumber : Kuisioner diolah, 1999.

Kemudian ditentukan hipotesis, yaitu H_0 dan H_a untuk mengetahui ada atau tidak hubungan antara variabel karakteristik nasabah dan variabel multiatribut jasa perbankan yang menjadi urutan prioritas yang pertama.

Adapun hipotesisnya adalah :

H_0 : Tidak ada hubungan antara jenis kelamin nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilihnya.

H_a : Ada hubungan antara jenis kelamin nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilihnya.

Dari hasil perhitungan (lampiran hal. 1) diperoleh nilai $\chi^2 = 14,900$ dengan derajat kebebasan (df) = 6 dan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 ; maka dari tabel

statistik distribusi Chi Square nilai X^2 tabel = 12,592. Nilai X^2 hitung lebih besar daripada nilai X^2 tabel, maka H_0 ditolak.

Hal ini berarti bahwa pada tingkat signifikansi 0,05 ; perbedaan signifikan jika dengan $df = 6$ nilai X^2 hitung adalah diatas nilai X^2 tabel. Nilai X^2 hitung = 14,900 adalah lebih besar dari nilai kritis atau terletak di daerah penolakan, jadi H_0 ditolak. Kesimpulannya ada hubungan antara jenis kelamin nasabah perbankan dengan atribut jasa yang dipilih nasabah. Dengan kata lain, pemilihan multiatribut jasa perbankan juga dipengaruhi oleh jenis kelamin dari nasabah.

4.2.2 Uji Independen Antara Usia Nasabah dan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah

Sebagaimana uji independen antara dua variabel seperti dijelaskan sebelumnya, maka tabel berikut dapat menjelaskan frekuensi dari masing-masing kelompok usia dan urutan prioritas pada atribut jasa yang ditawarkan

Tabel 17. Data Usia Nasabah dan Atribut Jasa Pilihan Nasabah Perbankan di Kotatif Jember.

Nama Atribut	17-20	21-25	26-30	31-35	35 >	Σ
Lokasi Strategis	10	7	12	11	13	53
Fasilitas	4	17	3	6	2	32
Pelayanan	2	10	9	6	7	34
Good will	6	16	10	9	7	48
Tk. Bunga	0	0	8	2	14	24
Varian Produk	0	1	2	2	0	5
Hadiah	0	1	1	1	1	4
Jumlah	22	52	45	37	44	200

Sumber : Kuisioner dioiah, 1999.

Adapun hipotesisnya adalah :

H_0 : Tidak ada hubungan antara usia nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilihnya.

H_a : Ada hubungan antara usia nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilihnya.

Dari hasil perhitungan (terlampir) diperoleh nilai $X^2 = 55,479$, dengan derajat kebebasan (df) = 24 dan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 maka dari tabel statistik distribusi Chi Square nilai X^2 tabel = 36,415. Disini, nilai X^2 hitung lebih besar daripada nilai X^2 tabel maka H_0 ditolak.

Hal ini berarti bahwa pada tingkat signifikansi 0,05 ; perbedaan signifikan jika dengan $df = 24$ nilai X^2 hitung adalah diatas nilai X^2 tabel. Nilai X^2 hitung = 55,479 adalah lebih besar dari nilai kritis atau terletak didaerah penolakan, jadi H_0 ditolak. Kesimpulannya, ada hubungan antara usia nasabah perbankan dengan atribut jasa yang dipilih oleh nasabah, dengan kata lain, pemilihan atribut jasa perbankan tergantung juga pada usia nasabah.

4.2.3 Uji Independen Antara Status Perkawinan dan Atribut Jasa Pilihan Nasabah.

Sebagaimana uji independen dua variabel sebelumnya, maka tabel berikut dapat menjelaskan jumlah responden yang statusnya sudah kawin atau belum kawin dan pilihannya terhadap atribut jasa perbankan.

Tabel 18. Data Status Perkawinan dan Atribut Jasa Pilihan Nasabah Perbankan di Kotatiff Jember.

Nama Atribut	Sudah Kawin	Belum Kawin	Σ
Lokasi Strategis	27	26	53
Fasilitas	8	24	32
Pelayanan	18	16	34
Good will	21	27	48
Tingkat Bunga	19	5	24
Varian Produk	3	2	5
Hadiah	3	1	4
Jumlah	99	101	200

Sumber : Kuesioner diolah, 1999.

Adapun hipotesisnya adalah :

H_0 : Tidak ada hubungan antara status perkawinan nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilihnya.

H_a : Ada hubungan antara status perkawinan nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilihnya.

Dari hasil perhitungan (lampiran hal. 3) diperoleh nilai $X^2 = 18,235$, dengan menggunakan derajat kebebasan (df) = 6 dan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 maka dari tabel statistik distribusi Chi Square nilai X^2 tabel = 12,592, disini nilai X^2 hitung lebih besar daripada nilai X^2 tabel, maka H_0 ditolak.

Hal ini berarti bahwa pada tingkat signifikansi 0,05, perbedaan signifikan jika dengan $df = 6$ nilai X^2 hitung adalah diatas nilai X^2 tabel. Nilai X^2 hitung = 18,235 adalah lebih besar dari nilai kritis atau terletak didaerah penolakan, jadi H_0 ditolak. Kesimpulannya, ada hubungan antara status perkawinan nasabah perbankan dengan atribut jasa perbankan yang dipilih nasabah. Dengan kata lain, pemilihan atribut jasa perbankan juga tergantung pada status perkawinan nasabah.

4.2.4 Uji Independen Antara Tingkat Pendidikan Nasabah dan Atribut Jasa Pilihan Nasabah

Seperti pada proses sebelumnya, maka tabel berikut dapat menjelaskan jumlah responden dengan tingkat pendidikannya masing-masing dan pilihannya terhadap atribut jasa perbankan yang ditawarkan.

Tabel 15. Data Tingkat Pendidikan Nasabah Perbankan dan Atribut jasa Perbankan Pilihan Nasabah di Kotatiff Jember.

Nama Atribut	SD	SMP	SMU	PT	Σ
Lokasi	3	6	28	16	53
Strategis	0	3	9	20	32
Fasilitas	6	5	7	16	34
Pelayanan	0	0	16	32	48
Goodwill	3	12	6	3	24
Tk. Bunga	0	0	2	3	5
Varian Poduk	1	2	1	0	4
Hadiah					
Jumlah	13	28	69	90	200

Sumber : Kuisisioner diolah, 1999.

Adapun hipotesisnya adalah :

H_0 : Tidak ada hubungan antara tingkat pendidikan nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilihnya.

H_a : Ada hubungan antara tingkat pendidikan nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilihnya.

Dari hasil perhitungan (lampiran hal.4) diperoleh nilai $X^2 = 75,356$, dengan menggunakan derajat kebebasan (df) = 18 dan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 maka dari tabel statistik Distribusi Chi Square nilai X^2 tabel = 28,869. Nilai X^2 hitung lebih besar daripada nilai X^2 tabel, maka H_0 ditolak.

Hal ini berarti bahwa pada tingkat signifikansi 0,05, perbedaan signifikan jika dengan $df = 18$ nilai X^2 hitung adalah diatas nilai X^2 tabel.

Nilai X^2 hitung = 75,356 adalah lebih besar dari nilai kritis atau terletak di daerah penolakan, jadi H_0 ditolak. Kesimpulannya, ada hubungan antara tingkat pendidikan nasabah perbankan dengan atribut jasa perbankan yang dipilih nasabah. Dengan kata lain, pemilihan atribut jasa perbankan juga tergantung pada tingkat pendidikan dari nasabah.

4.2.5 Uji Independen Antara Status Kerja Nasabah dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah

Seperti prosedur sebelumnya, maka tabel berikut ini dapat menjelaskan status kerja dari para nasabah perbankan berikut pilihannya terhadap atribut jasa yang ditawarkan oleh pihak perbankan.

Tabel 19. Data Status Kerja Nasabah Perbankan dan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah di Kotatiff Jember.

Nama Atribut	Sudah Kerja	Belum Kerja	Σ
Lokasi Strategis	37	16	63
Fasilitas	13	19	32
Pelayanan	26	8	34
Good will	32	16	48
Tk. Bunga	23	1	24
Varian Produk	3	2	5
Hadiah	3	1	4
jumlah	137	63	200

Sumber : Kuisisioner diolah, 1999.

Adapun hipotesisnya adalah :

H_0 : Tidak ada hubungan antara status kerja nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilihnya.

H_a : Ada hubungan antara status kerja nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilihnya.

Dari hasil perhitungan (lampiran hal.5) diperoleh nilai $X^2 = 21,197$, dengan menggunakan derajat kebebasan (df) = 6 dan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 maka dari tabel statistik Distribusi ChiSquare nilai X^2 tabel = 12,592. Disini, nilai X^2 hitung lebih besar dari pada nilai X^2 tabel maka H_0 ditolak.

Hal ini berarti bahwa pada tingkat signifikansi 0,05, perbedaan signifikan jika dengan $df = 6$ nilai X^2 hitung adalah diatas nilai X^2 tabel. Nilai X^2 hitung = 21,197 adalah lebih besar dari nilai kritis atau terletak didaerah penolakan, jadi H_0 ditolak. Kesimpulannya, ada hubungan antara status kerja nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilih oleh nasabah. Dengan kata lain, pemilihan atribut jasa perbankan juga tergantung pada status kerja nasabah.

4.2.6 Uji Independen Antara Tingkat Penghasilan/Uang Saku Nasabah dengan Atribut Jasa Pilihan Nasabah

Tingkat penghasilan atau uang saku nasabah perbankan dan pilihannya terhadap atribut jasa perbankan dapat dijelaskan dalam tabel berikut :

Tabel 20. Data Penghasilan/Uang Saku Nasabah dan Atribut jasa Perbankan Pilihan Nasabah Perbankan di Kotatiff Jember.

Nama Atribut	< 250.000	250.000- 500.000	500.000- 750.000	750.000- 1.000.000	1.000.000 >	Σ
Lok. Strategis	18	13	18	2	2	53
Fasilitas	19	4	7	2	0	32
Pelayanan	9	15	4	3	3	34
Goodwill	11	17	11	7	2	48
Tk. Bunga	1	9	2	6	6	24
Varian Produk	0	2	1	1	1	5
Hadiah	1	2	0	0	1	4
Jumlah	59	62	43	21	15	200

Adapun hipotesisnya adalah :

H_0 : Tidak ada hubungan antara tingkat penghasilan/uang saku nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilihnya.

H_a : Ada hubungan antara tingkat penghasilan/uang saku nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilihnya.

Dari hasil perhitungan (lampiran hal.6) diperoleh nilai $X^2 = 59,100$, dengan menggunakan derajat kebebasan (df) = 24 dan $\alpha = 5\%$ atau 0,05 maka dari tabel statistik Distribusi Chi Square nilai X^2 tabel = 36, 415. Disini nilai X^2 hitung lebih besar daripada nilai X^2 tabel maka H_0 ditolak.

Hal ini berarti bahwa pada tingkat signifikansi 0,05, perbedaan signifikan jika dengan $df = 24$ nilai X^2 hitung adalah diatas nilai X^2 tabel. Disini, nilai X^2 hitung = 59,100 adalah lebih besar dari nilai kritis atau terletak didaerah penolakan, jadi H_0 ditolak atau H_a diterima.

Kesimpulannya, ada hubungan antara antara jumlah tingkat penghasilan/uang saku nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilih nasabah. Dengan kata lain, pemilihan atribut jasa perbankan juga tergantung pada tingkat penghasilan/uang saku nasabah. Pengujian menunjukkan bahwa keduanya adalah dependent (ada hubungan).

4.3 Koefisien Kontigensi

Untuk mengetahui secara kasar eratnya hubungan antara dua variabel digunakan koefisien kontigensi. Dengan rumus sebagai berikut :

$$K = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}}$$

dimana :

K = nilai koefisien kontigensi

X^2 = nilai kai kuadrat hitung

N = jumlah seluruh sampel

Dalam uji independen yang telah dijelaskan sebelumnya, ternyata semua variabel karakteristik nasabah dan atribut jasa perbankan yang dipilih dengan urutan prioritas pertama adalah "ada hubungan", berdasarkan keadaan tersebut maka selanjutnya dapat dicari nilai K.

4.3.1. Koefisien Kontigensi Hubungan antara Jenis Kelamin

Nasabah dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah

Dari hasil perhitungan (lampiran 8 hal. 74), didapat hasil nilai K sebesar 0,263. Berdasar kriteria nilai koefisien kontigensi, bahwa semakin besar nilai K maka hubungan antara dua variabel makin erat dan nilai K tidak boleh melebihi 1,00. Disini nilai K diperoleh sebesar 0,263, hal ini dapat diartikan bahwa hubungan antara variabel jenis kelamin nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilih nasabaha adalah "kurang erat".

4.3.2 Koefisien Kontigensi Hubungan antara Usia Nasabah dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.

Dari hasil perhitungan (lampiran hal. 9 hal. 75) didapat hasil nilai K sebesar 0,466. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel usia nasabah perbankan dengan atribut jasa perbankan yang dipilih adalah "agak erat".

4.3.3 Koefisien Kontigensi Hubungan antara Status Perkawinan Nasabah dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.

Dari hasil perhitungan (lampiran 10 hal. 76) didapat hasil nilai K sebesar 0,289. Hal ini berarti menunjukkan bahwa hubungan antara variabel status perkawinan dari nasabah perbankan dengan atribut jasa perbankan yang dipilih adalah "kurang erat".

4.3.4 Koefisien Kontigensi Hubungan antara Tingkat Pendidikan dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.

Dari hasil perhitungan (lampiran 11 hal. 77), didapat hasil nilai K sebesar 0,523. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel tingkat pendidikan dari nasabah perbankan dengan atribut jasa perbankan yang dipilih adalah "erat".

4.3.5 Koefisien Kontigensi Hubungan antara Status Kerja dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.

Dari hasil perhitungan (lampiran. 12 hal. 78), didapat hasil nilai K sebesar 0,309. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel status pekerjaan dari nasabah perbankan dengan atribut jasa perbankan yang dipilih adalah "agak erat". ✓

4.3.6 Koefisien Kontigensi Hubungan antara Tingkat Penghasilan/ Uang Saku dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.

Dari hasil perhitungan (lampiran. 13 hal. 79), didapat hasil nilai K sebesar 0,477. Hasil ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel tingkat penghasilan/uang saku dari nasabah dengan atribut jasa perbankan yang dipilih adalah "agak erat".

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan sebelumnya, maka dapat diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik Nasabah

Karakteristik nasabah perbankan di Kotatif Jember dalam prosentase yang dominan, dapat dijelaskan sebagai berikut. Untuk jenis kelamin, yang paling dominan adalah laki-laki, yaitu sebesar 57%. Sedangkan usia nasabah yang paling dominan adalah antara 21-25 tahun dengan prosentase sebesar 26%. Untuk status, yang paling dominan adalah status belum kawin, yaitu sebesar 50,5%. Untuk tingkat pendidikan, yang paling dominan adalah nasabah yang berpendidikan perguruan tinggi, dengan prosentase sebesar 45%. Untuk status kerja, ternyata status sudah kerja menempati posisi paling dominan, yaitu dengan prosentase sebesar 68,5%, dengan perincian pegawai negeri 19%, pegawai swasta 20,5% dan wiraswasta sebesar 29%. Sedangkan untuk tingkat penghasilan, posisi paling dominan adalah tingkat penghasilan / uang saku sebesar Rp. 250.000 - Rp. 500.000,- /bulan dengan prosentase sebesar 31%.

2. Prioritas kebutuhan nasabah lembaga perbankan di Kotatif Jember.

Urutan prioritas kebutuhan nasabah terhadap 7 (tujuh) atribut jasa perbankan berdasarkan skor sikap, adalah :

- (1) Lokasi Strategis
- (2) Fasilitas
- (3) Pelayanan

- (4) Good will Bank
- (5) Tingkat Bunga
- (6) Varian produk
- (7) Hadiah

3. Hubungan antara Karakteristik Nasabah dengan Pemilihan Multiatribut Jasa yang Ditawarkan oleh Lembaga Perbankan di Kotatiff Jember.

Hubungan antara karakteristik nasabah dengan pemilihan atribut jasa yang ditawarkan lembaga perbankan di kotatiff Jember dapat dijelaskan sebagai berikut :

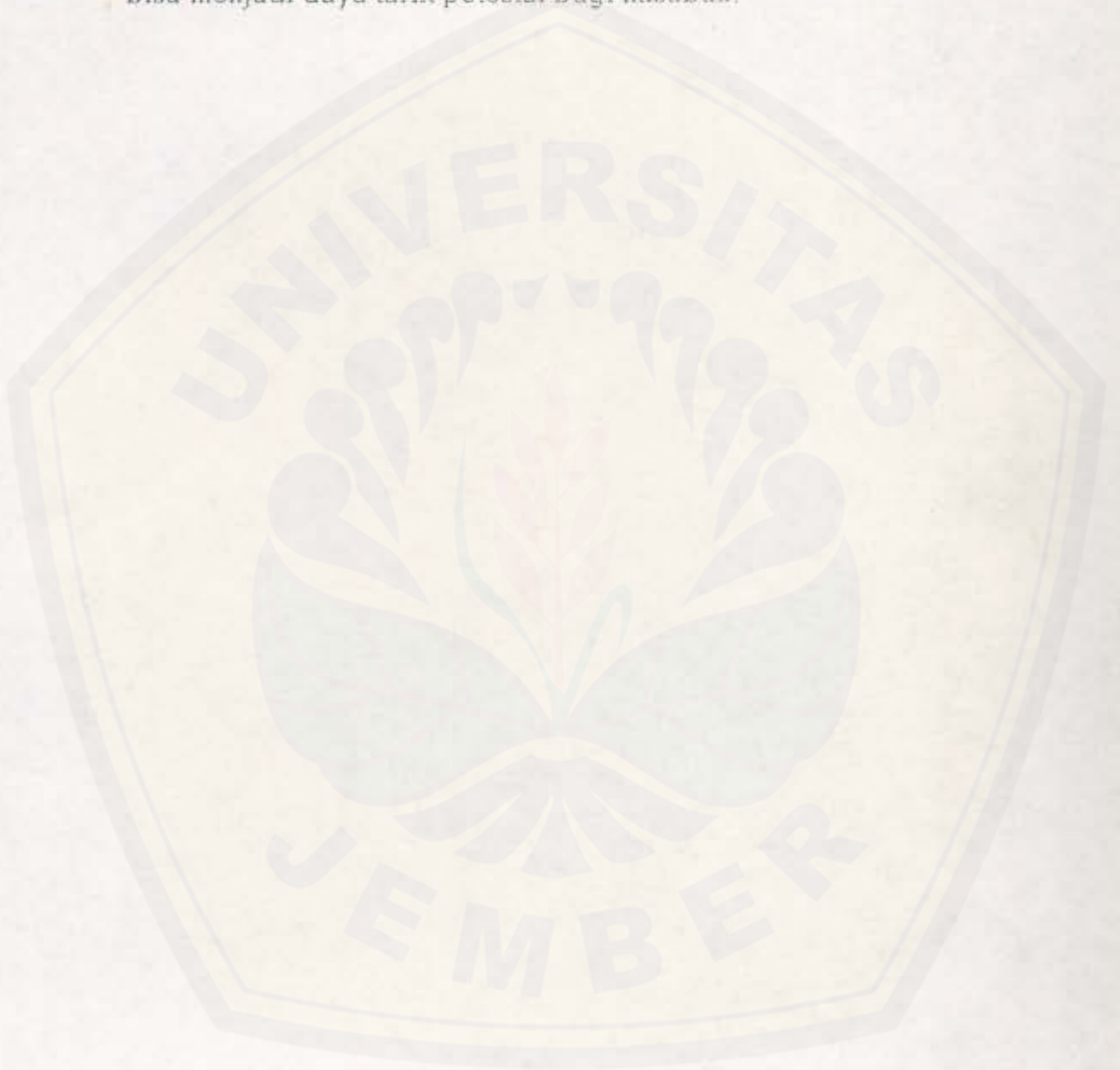
- a. Karakteristik jenis kelamin nasabah ada hubungannya dengan pemilihan atribut jasa yang ditawarkan oleh lembaga perbankan.
- b. Karakteristik usia nasabah ada hubungannya dengan pemilihan atribut jasa yang ditawarkan oleh lembaga perbankan.
- c. Karakteristik status perkawinan nasabah ada hubungannya dengan pemilihan atribut jasa yang ditawarkan oleh lembaga perbankan.
- d. Karakteristik tingkat pendidikan nasabah ada hubungannya dengan pemilihan atribut jasa yang ditawarkan oleh lembaga perbankan.
- e. Karakteristik status kerja nasabah ada hubungannya dengan pemilihan atribut jasa yang ditawarkan oleh lembaga perbankan.
- f. Karakteristik tingkat penghasilan / uang saku per-bulan dari nasabah ada hubungannya dengan pemilihan atribut jasa yang ditawarkan oleh lembaga perbankan.

5.2 Saran-saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat diajukan saran-saran bagi pihak manajemen lembaga perbankan untuk pengembangan perusahaan dimasa yang akan datang, antara lain :

1. Hendaknya pihak manajemen lembaga perbankan juga harus memperhatikan kestrategisan lokasi dari lembaga perbankan yang dikelolanya, karena berdasar dari hasil penelitian yang dilakukan tuntutan nasabah untuk letak bank yang strategis mendapatkan prioritas yang pertama. Hal ini sejalan dengan teori secara umum yang menyebutkan bahwa tingkat keuntungan yang didapat oleh suatu usaha sangat dipengaruhi oleh letak atau lokasinya yang strategis (salah satu pertimbangannya adalah mudah dijangkau oleh pasar/dekat dengan pasar).
2. Hendaknya pihak manajemen lembaga perbankan juga harus memperhatikan kebutuhan nasabah akan fasilitas yang diperlukannya seperti ATM, dan juga jaringan yang sudah on-line, karena berdasar dari penelitian yang dilakukan kebutuhan nasabah akan fasilitas ini menempati urutan yang kedua. Memang penyediaan fasilitas untuk nasabah ini membutuhkan investasi yang nilainya sangat tinggi, akan tetapi untuk jangka panjang investasi ini akan membawa perusahaan kearah prospek yang jauh lebih baik.
3. Hendaknya pihak manajemen juga harus memperhatikan pola pelayanan yang diberikan pada nasabahnya, hal ini mungkin sekali berkaitan erat dengan pola perilaku bangsa indonesia yang sopan dan santun serta ramah tamah. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, dimana pola pelayanan yang

4. Hendaknya pihak manajemen lembaga perbankan, khususnya yang berada di kotatiff Jember juga harus memperhatikan pengelolaan dari atribut-atribut jasa yang lain yang juga ditawarkan selain ketiga atribut jasa diatas. Sehingga semuanya bisa menjadi daya tarik potesial bagi nasabah.



DAFTAR PUSTAKA

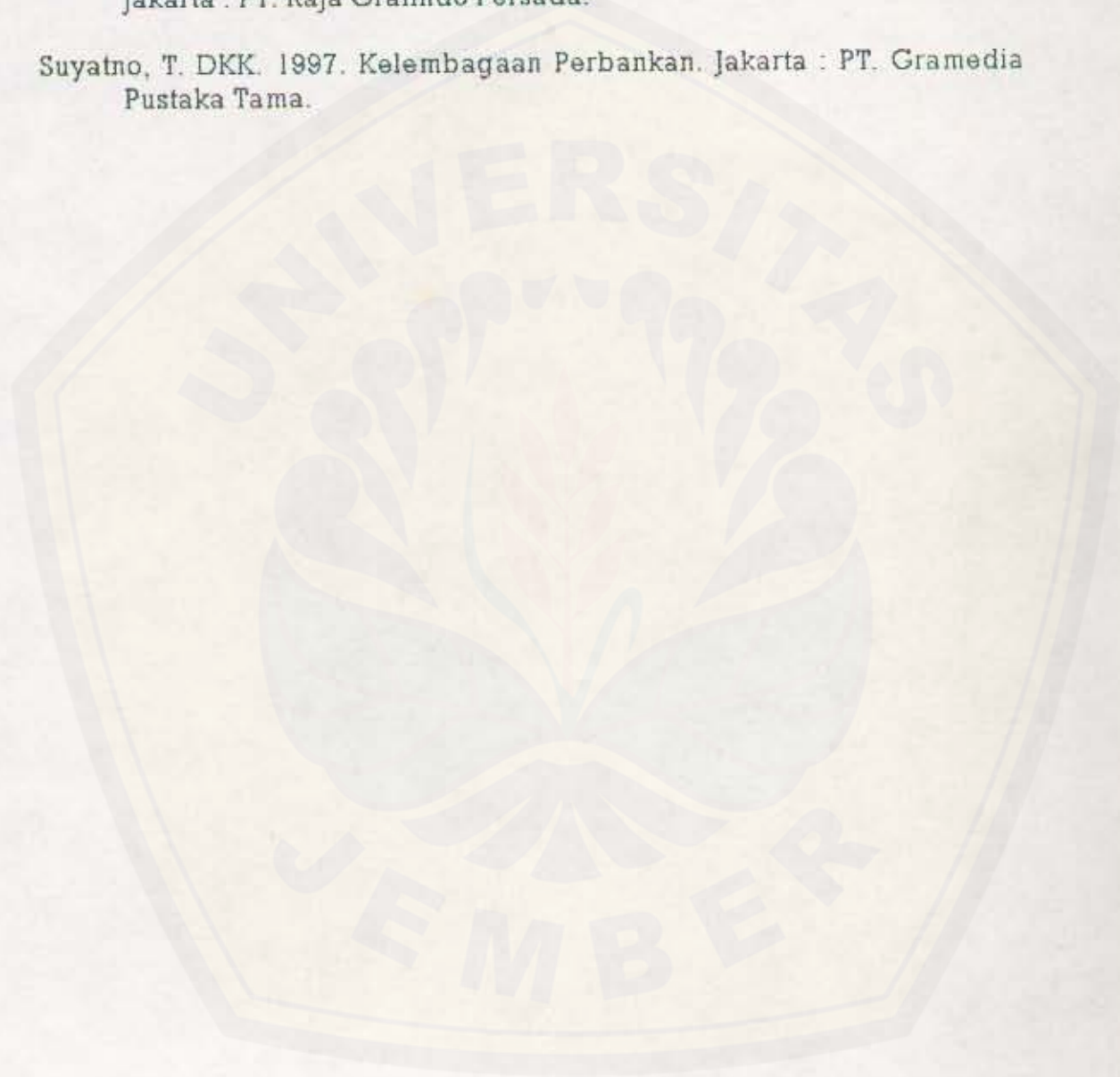
- Asikin, Z. 1996. Pokok-Pokok Hukum Perbankan di Indonesia. Jakarta :PT. Raja Grafindo Persada.
- Azwar, S. 1997. Metodologi Penelitian. Yogyakarta : Penerbit Pustaka Pelajar.
- Algifari. 1999. Statistik Deskriptif. Yogyakarta : BPFE.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 1993. Statistik Induktif. Yogyakarta : BPFE.
- Hindle, T. 1994. Seri Intisari Manajemen : Pemasaran. Terjemahan Damiano Q. Roosmin dari The Management : Marketing (1993). Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Kasmir. 1998. Bank dan Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Kadarman, A.M dan Jusuf Undaya. 1997. Pengantar Ilmu Manajemen. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. 1994. Manajemen Pemasaran : Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian . Terjemahan Jaka Wasana dari Marketing Management : Analisis, Planning, Implementation, and Control (1988). Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Muthi 18*
Nawawi, H. 1998. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.
- Pardede, M. 1998. Likuidasi Bank dan Perlindungan Nasabah. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Swastha, B, DH. dan Irawan. 1990. Menajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta : Penerbit Liberty.
- Swastha, B, DH. 1990. Azas-azas Marketing. Yogyakarta : Penerbit Liberty.
- Singarimbun, M. dan Soffian Effendi. 1995. Metode Penelitian Survey. Jakarta : LP3ES.

Sumarni, M. dan J. Soeprihanto. 1995. Pengantar Bisnis. Yogyakarta : Penerbit Liberty.

Sumarni, M. 1996. Marketing Perbankan. Yogyakarta : Penerbit Liberty.

Sumitro, W. 1997. Azas-azas Perbankan Islam dan Lembaga Terkait. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Suyatno, T. DKK. 1997. Kelembagaan Perbankan. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Tama.



Lampiran 1:

----- CROSSTAB / CHI-SQUARE TESTS -----

HEADER DATA FOR: C:DATA431 LABEL: JENIS KELAMIN DAN ATRIBUT JASA
 NUMBER OF CASES: 7 NUMBER OF VARIABLES: 2

UJI INDEPENDEN ANT. JENIS KELAMIN DAN ATRIBUT JASA DITAWARKAN

OBSERVED VALUES (Cell format: count/ percent:total/ percent:row/ percent:col)

	!LAKI-LAKI!	!PEREMPUAN!	TOTAL
LOKASI	37!	16!	53
STRATEGIS!	18.50!	8.00!	26.50
	69.81!	30.19!	
	32.46!	18.60!	
FASILITAS!	17!	15!	32
	8.50!	7.50!	16.00
	53.13!	46.88!	
	14.91!	17.44!	
PELAYANAN!	13!	21!	34
	6.50!	10.50!	17.00
	38.24!	61.76!	
	11.40!	24.42!	
GOOD WILL!	28!	20!	48
	14.00!	10.00!	24.00
	58.33!	41.67!	
	24.56!	23.26!	
TK. BUNGA!	16!	8!	24
	8.00!	4.00!	12.00
	66.67!	33.33!	
	14.04!	9.30!	
VARIAN	3!	2!	5
PRODUK	1.50!	1.00!	2.50
	60.00!	40.00!	
	2.63!	2.33!	
HADIAH	0!	4!	4
	.00!	2.00!	2.00
	.00!	100.00!	
	.00!	4.65!	
TOTAL	114!	86!	200
	57.00!	43.00!	100.00

CHI-SQUARE = 14.900, D.F. = 6, PROB. = .0210

Lampiran 2:

----- CROSSTAB / CHI-SQUARE TESTS -----

HEADER DATA FOR: C:DATA432 LABEL: USIA NASABAH DAN ATRIBUT JASA
NUMBER OF CASES: 7 NUMBER OF VARIABLES: 5

UJI INDEPENDEN ANT. USIA NASABAH DAN ATRIBUT JASA DITAWARKAN

OBSERVED VALUES (Cell format: count/ percent:total/ percent:row/ percent:col)

	17-20	21-25	26-30	31-35	35>	TOTAL
LOKASI STRATEGIS	10 5.00 18.87 45.45	7 3.50 13.21 13.46	12 6.00 22.64 26.67	11 5.50 20.75 29.73	13 6.50 24.53 29.55	53 26.50
FASILITAS	4 2.00 12.50 18.18	17 8.50 53.13 32.69	3 1.50 9.38 6.67	6 3.00 18.75 16.22	2 1.00 6.25 4.55	32 16.00
PELAYANAN	2 1.00 5.88 9.09	10 5.00 29.41 19.23	9 4.50 26.47 20.00	6 3.00 17.65 16.22	7 3.50 20.59 15.91	34 17.00
GOOD WILL	6 3.00 12.50 27.27	16 8.00 33.33 30.77	10 5.00 20.83 22.22	9 4.50 18.75 24.32	7 3.50 14.58 15.91	48 24.00
TK. BUNGA	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	8 4.00 33.33 17.78	2 1.00 8.33 5.41	14 7.00 58.33 31.82	24 12.00
VARIAN PRODUK	0 .00 .00 .00	1 .50 20.00 1.92	2 1.00 40.00 4.44	2 1.00 40.00 5.41	0 .00 .00 .00	5 2.50
HADIAH	0 .00 .00 .00	1 .50 25.00 1.92	1 .50 25.00 2.22	1 .50 25.00 2.70	1 .50 25.00 2.27	4 2.00
TOTAL	22 11.00	52 26.00	45 22.50	37 18.50	44 22.00	200 100.00

CHI-SQUARE = 55.479, D.F. = 24, PROB. = 2.697E-04

Lampiran 3:

----- CROSSTAB / CHI-SQUARE TESTS -----

HEADER DATA FOR: C:DATA433 LABEL: STATUS PERKAWINAN DAN ATRIBUT JASA
 NUMBER OF CASES: 7 NUMBER OF VARIABLES: 2

UJI INDEPENDEN STATUS PERKAWINAN DAN ATRIBUT JASA DITAWARKAN

OBSERVED VALUES (Cell format: count/ percent:total/ percent:row/ percent:col)

	SUDAH KAWIN	BELUM KAWIN	TOTAL
LOKASI STRATEGIS	27 13.50 50.94 27.27	26 13.00 49.06 25.74	53 26.50
FASILITAS	8 4.00 25.00 8.08	24 12.00 75.00 23.76	32 16.00
PELAYANAN	18 9.00 52.94 18.18	16 8.00 47.06 15.84	34 17.00
GOOD WILL	21 10.50 43.75 21.21	27 13.50 56.25 26.73	48 24.00
TK. BUNGA	19 9.50 79.17 19.19	5 2.50 20.83 4.95	24 12.00
VARIAN PRODUK	3 1.50 60.00 3.03	2 1.00 40.00 1.98	5 2.50
HADIAH	3 1.50 75.00 3.03	1 .50 25.00 .99	4 2.00
TOTAL	99 49.50	101 50.50	200 100.00

CHI-SQUARE = 18.235, D.F. = 6, PROB. = 5.671E-03

Lampiran 4:

----- CROSSTAB / CHI-SQUARE TESTS -----

HEADER DATA FOR: C:DATA434 LABEL: TINGKAT PENDIDIKAN DAN ATRIBUT JASA
 NUMBER OF CASES: 7 NUMBER OF VARIABLES: 4

UJI INDEPENDEN ANT. TINGKAT PENDIDIKAN DAN ATRIBUT JASA DITWRKAN

OBSERVED VALUES (Cell format: count/ percent:total/ percent:row/ percent:col)

	SD	SMP	SMA	PT	TOTAL
LOKASI STRATEGIS	3 1.50 5.66 23.08	6 3.00 11.32 21.43	28 14.00 52.83 40.58	16 8.00 30.19 17.78	53 26.50
FASILITAS	0 .00 .00 .00	3 1.50 9.38 10.71	9 4.50 28.13 13.04	20 10.00 62.50 22.22	32 16.00
PELAYANAN	6 3.00 17.65 46.15	5 2.50 14.71 17.86	7 3.50 20.59 10.14	16 8.00 47.06 17.78	34 17.00
GOOD WILL	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	16 8.00 33.33 23.19	32 16.00 66.67 35.56	48 24.00
TK. BUNGA	3 1.50 12.50 23.08	12 6.00 50.00 42.86	6 3.00 25.00 8.70	3 1.50 12.50 3.33	24 12.00
VARIAN PRODUK	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	2 1.00 40.00 2.90	3 1.50 60.00 3.33	5 2.50
HADIAH	1 .50 25.00 7.69	2 1.00 50.00 7.14	1 .50 25.00 1.45	0 .00 .00 .00	4 2.00
TOTAL	13 6.50	28 14.00	69 34.50	90 45.00	200 100.00

CHI-SQUARE = 75.356, D.F. = 18, PROB. = 5.493E-09

Lampiran 5:

----- CROSSTAB / CHI-SQUARE TESTS -----

HEADER DATA FOR: C:DATA435 LABEL: STATUS PEKERJAAN DAN ATRIBUT JASA
 NUMBER OF CASES: 7 NUMBER OF VARIABLES: 2

UJI INDEPENDEN ANT. STATUS PEKERJAAN DAN ATRIBUT JASA DITWRKAN

OBSERVED VALJES (Cell format: count/ percent:total/ percent:row/ percent:col)

	SUDAH KERJA	BELUM KERJA	TOTAL
LOKASI	37	16	53
STRATEGIS	18.50 69.81 27.01	8.00 30.19 25.40	26.50
FASILITAS	13 6.50 40.63 9.49	19 9.50 59.38 30.16	32 16.00
PELAYANAN	26 13.00 76.47 18.98	8 4.00 23.53 12.70	34 17.00
GOOD WILL	32 16.00 66.67 23.36	16 8.00 33.33 25.40	48 24.00
TK. BUNGA	23 11.50 95.83 16.79	1 .50 4.17 1.59	24 12.00
VARIAN PRODUK	3 1.50 60.00 2.19	2 1.00 40.00 3.17	5 2.50
HADIAH	3 1.50 75.00 2.19	1 .50 25.00 1.59	4 2.00
TOTAL	137 68.50	63 31.50	200 100.00

CHI-SQUARE = 21.197, D.F. = 6, PROB. = 1.691E-03

Lampiran 6:

----- CROSSTAB / CHI-SQUARE TESTS -----

HEADER DATA FOR: C:DATA436 LABEL: TINGKAT PENGHASILAN DAN ATRIBUT JASA
 NUMBER OF CASES: 7 NUMBER OF VARIABLES: 5

UJI INDEPENDEN ANT. TK. PENGHASILAN DAN ATRIBUT JASA DITWRKAN

OBSERVED VALUES (Cell format: count/ percent:total/ percent:row/ percent:col)

	KURANG 250.000	250.000- 500.000	500.000- 750.000	750.000- 1.000.000	1.000.000 LEBIH	TOTAL
LOKASI STRATEGIS	18 9.00 33.96 30.51	13 6.50 24.53 20.97	18 9.00 33.96 41.86	2 1.00 3.77 9.52	2 1.00 3.77 13.33	53 26.50
FASILITAS	19 9.50 59.38 32.20	4 2.00 12.50 6.45	7 3.50 21.88 16.28	2 1.00 6.25 9.52	0 .00 .00 .00	32 16.00
PELAYANAN	9 4.50 26.47 15.25	15 7.50 44.12 24.19	4 2.00 11.76 9.30	3 1.50 8.82 14.29	3 1.50 8.82 20.00	34 17.00
GOOD WILL	11 5.50 22.92 18.64	17 8.50 35.42 27.42	11 5.50 22.92 25.58	7 3.50 14.58 33.33	2 1.00 4.17 13.33	48 24.00
TK. BUNGA	1 .50 4.17 1.69	9 4.50 37.50 14.52	2 1.00 8.33 4.65	6 3.00 25.00 28.57	6 3.00 25.00 40.00	24 12.00
VARIAN PRODIK	0 .00 .00 .00	2 1.00 40.00 3.23	1 .50 20.00 2.33	1 .50 20.00 4.76	1 .50 20.00 6.67	5 2.50
HADIAH	1 .50 25.00 1.69	2 1.00 50.00 3.23	0 .00 .00 .00	0 .00 .00 .00	1 .50 25.00 6.67	4 2.00
TOTAL	59 29.50	62 31.00	43 21.50	21 10.50	15 7.50	200 100.00

CHI-SQUARE = 59.100, D.F. = 24, PROB. = 8.549E-05

Lampiran 7:

Nilai χ^2

d.f.	$\chi^2_{.05}$	$\chi^2_{.025}$	$\chi^2_{.01}$	$\chi^2_{.005}$	d.f.
1	3.841	5.024	6.635	7.879	1
2	5.991	7.378	9.210	10.597	2
3	7.815	9.348	11.345	12.838	3
4	9.488	11.143	13.277	14.860	4
5	11.070	12.832	15.086	16.750	5
6	12.592	14.449	16.812	18.548	6
7	14.067	16.013	18.475	20.278	7
8	15.507	17.535	20.090	21.955	8
9	16.919	19.023	21.666	23.589	9
10	18.307	20.483	23.209	25.188	10
11	19.675	21.920	24.725	26.757	11
12	21.026	23.337	26.217	28.300	12
13	22.362	24.736	27.688	29.819	13
14	23.685	26.119	29.141	31.319	14
15	24.996	27.488	30.578	32.801	15
16	26.296	28.845	32.000	34.267	16
17	27.587	30.191	33.409	35.718	17
18	28.869	31.526	34.805	37.156	18
19	30.144	32.852	36.191	38.582	19
20	31.410	34.170	37.566	39.997	20
21	32.671	35.479	38.932	41.401	21
22	33.924	36.781	40.289	42.796	22
23	35.172	38.076	41.638	44.181	23
24	36.415	39.364	42.980	45.558	24
25	37.652	40.646	44.314	46.928	25
26	38.885	41.923	45.642	48.290	26
27	40.113	43.194	46.963	49.645	27
28	41.337	44.461	48.278	50.993	28
29	42.557	45.722	49.588	52.336	29
30	43.773	46.979	50.892	53.672	30

Koefisien Kontigensi Hubungan Antara jenis Kelamin Nasabah Dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.

$$K = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}}$$

$$K = \sqrt{\frac{14,900}{14,900 + 200}}$$

$$K = \sqrt{0,06933}$$

$$K = 0,263$$

Koefisien Kontigensi Hubungan Antara Usia Nasabah Dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.

$$K = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}}$$

$$K = \sqrt{\frac{55,479}{55,479 + 200}}$$

$$K = \sqrt{0,21715}$$

$$K = 0,466$$

Koefisien Kontigensi Hubungan Antara Status Perkawinan Nasabah Dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.

$$K = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}}$$

$$K = \sqrt{\frac{18,235}{18,235 + 200}}$$

$$K = \sqrt{0,08355}$$

$$K = 0,289$$

Koefisien Kontigensi Hubungan Antara Tingkat Pendidikan Nasabah Dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.

$$K = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}}$$

$$K = \sqrt{\frac{75,356}{75,356 + 200}}$$

$$K = \sqrt{0,27366}$$

$$K = 0,523$$

Koefisien Kontigensi Hubungan Antara Status Kerja Nasabah Dengan Atribut Jasa Perbankan Pilihan Nasabah.

$$K = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}}$$

$$K = \sqrt{\frac{21,197}{21,197 + 200}}$$

$$K = \sqrt{0,09582}$$

$$K = 0,309$$

Koefisien Kontigensi Hubungan Antara Tingkat Penghasilan/
Uang Saku Per-bulan Nasabah Dengan Atribut Jasa
Perbankan Pilihan Nasabah.

$$K = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + n}}$$

$$K = \sqrt{\frac{59,100}{59,100 + 200}}$$

$$K = \sqrt{0,22809}$$

$$K = 0,477$$

DATA-DATA RESPONDEN NO :

I. KARAKTERISTIK NASABAH

Petunjuk : Isikan tanda "X" pada pilihan anda.

a) Jenis Kelamin :

- Laki-Laki
- Perempuan

b) Usia :

- 17 - 20 tahun
- 21 - 25 tahun
- 26 - 30 tahun
- 31 - 35 tahun
- 35 tahun keatas

c) Status Perkawinan :

- Sudah Kawin
- Belum Kawin

d) Tingkat Pendidikan :

- SD
- SMTP
- SMU
- Perguruan Tinggi

e) Status Kerja

- *Jika sudah bekerja, jenis pekerjaan :*

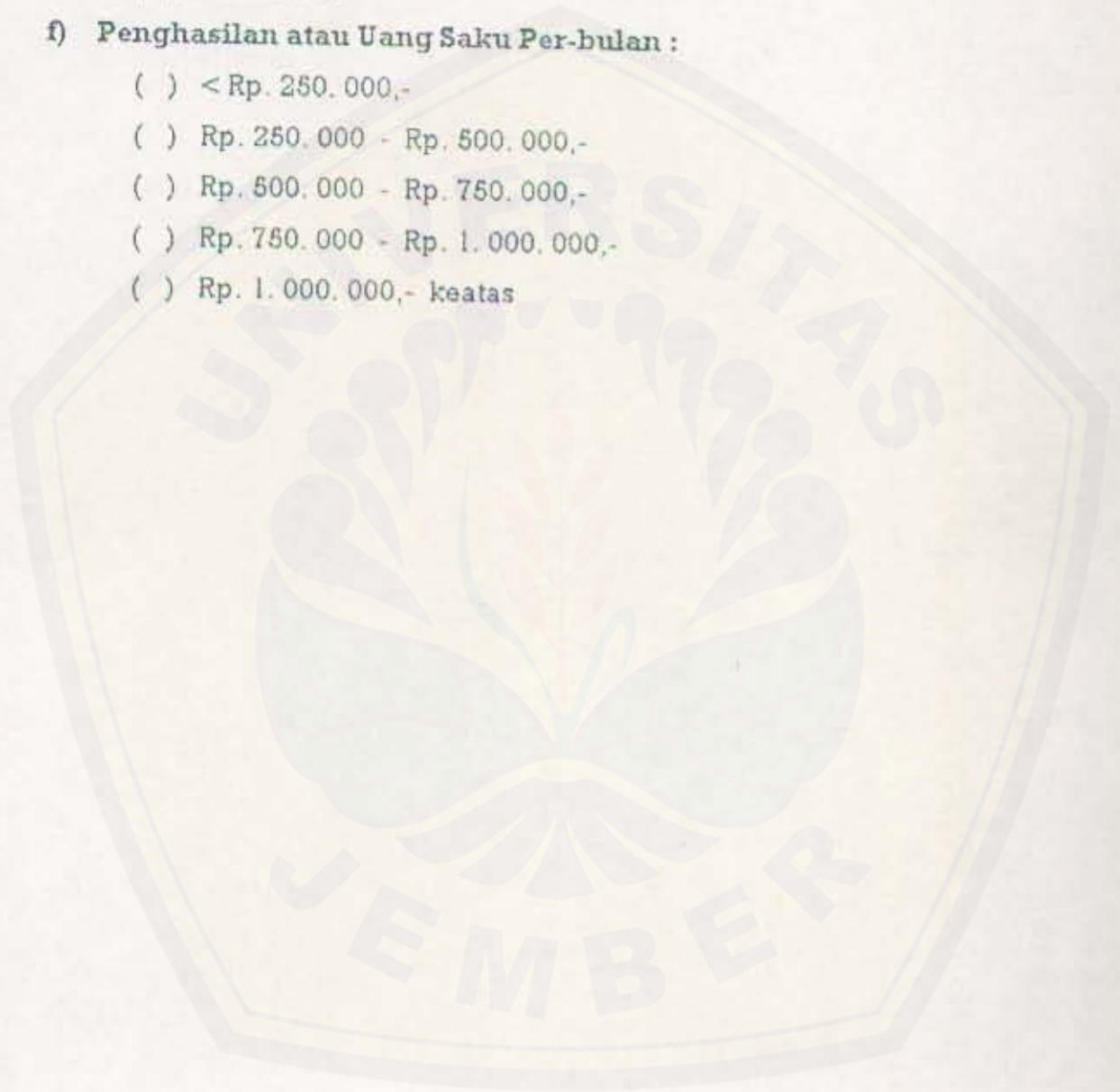
- Pegawai Negeri
- Pegawai Swasta
- Wirausaha

- *Jika belum bekerja, kegiatan utama anda :*

- Pelajar
- Mahasiswa
- Lulusan SMU
- Lulusan PT

f) **Penghasilan atau Uang Saku Per-bulan :**

- < Rp. 250.000,-
- Rp. 250.000 - Rp. 500.000,-
- Rp. 500.000 - Rp. 750.000,-
- Rp. 750.000 - Rp. 1.000.000,-
- Rp. 1.000.000,- keatas



II. PILIHAN ATRIBUT JASA PERBANKAN

Petunjuk : Berilah nomor urut prioritas (nomor 1 s/d 7) sesuai dengan kebutuhan anda dalam memilih lembaga perbankan.

- () **Lokasi Strategis Bank.**
Lokasi bank yang mudah dijangkau oleh nasabah.
- () **Pelayanan.**
Pelayanan yang menyenangkan, memuaskan, sopan-santun, ramah-tamah dan kekeluargaan.
- () **Fasilitas.**
Sarana dan prasarana yang lengkap (ATM, jaringan on-line).
- () **Tingkat Bunga.**
Tingkat bunga yang kompetitif, bersaing dan menarik.
- () **Hadiah.**
Penawaran hadiah yang menarik, bermacam-macam, dan bernilai ekonomis tinggi.
- () **Varian Produk Bank.**
Variasi produk bank yang bermacam-macam dan lengkap.
- () **Goodwill Bank.**
Nama baik, prestasi dan tingkat prestise bank di masyarakat.

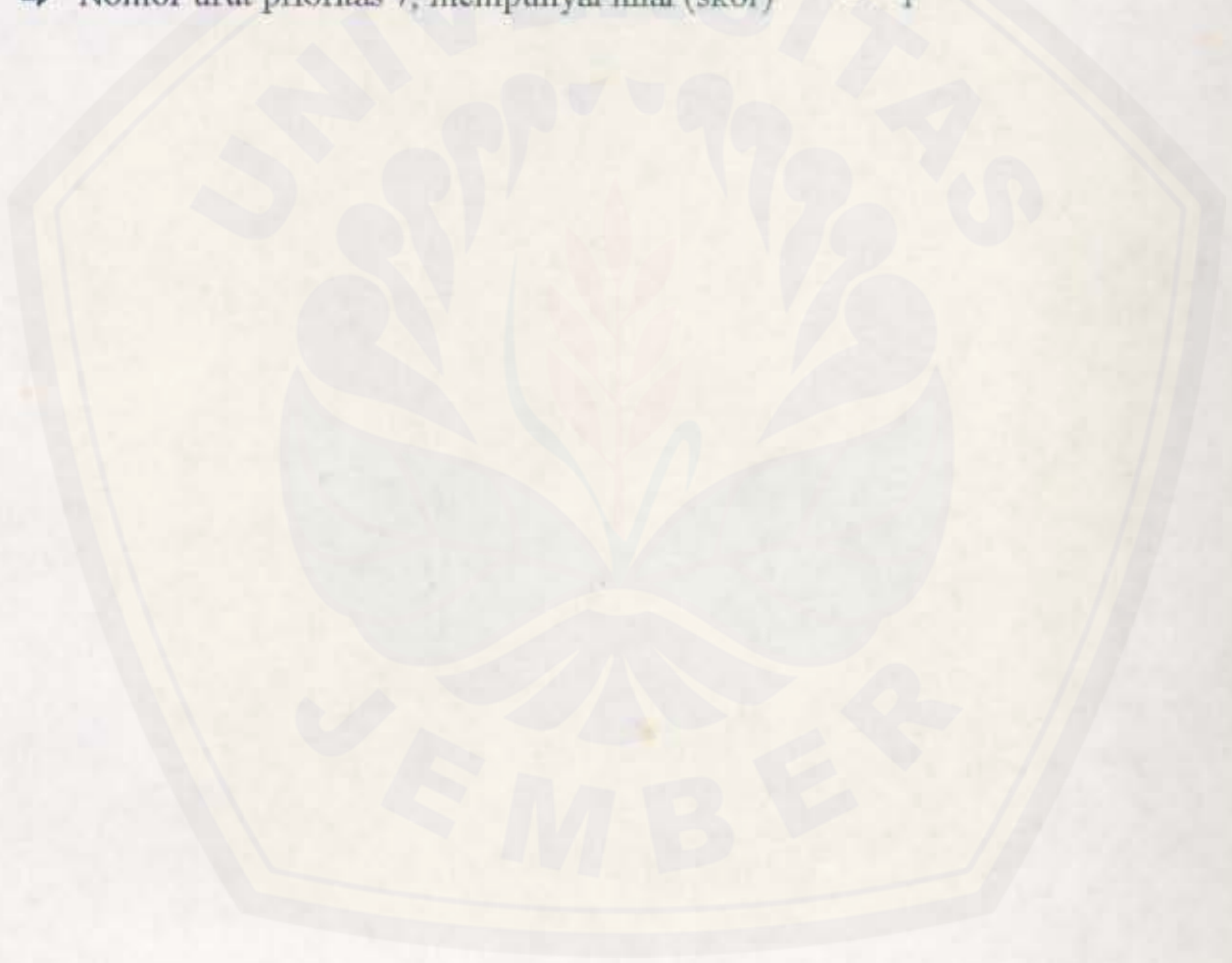
Jember, 1999

Responden

Tanda Tangan

Keterangan :

- ➔ Nomor urut prioritas 1, mempunyai nilai (skor) = 7
- ➔ Nomor urut prioritas 2, mempunyai nilai (skor) = 6
- ➔ Nomor urut prioritas 3, mempunyai nilai (skor) = 5
- ➔ Nomor urut prioritas 4, mempunyai nilai (skor) = 4
- ➔ Nomor urut prioritas 5, mempunyai nilai (skor) = 3
- ➔ Nomor urut prioritas 6, mempunyai nilai (skor) = 2
- ➔ Nomor urut prioritas 7, mempunyai nilai (skor) = 1



TABULASI DATA KUISIONER

I. KARAKTERISTIK NASABAH PERBANKAN

No	Jenis Kelamin	Usia	Status Perkawinan	Tingkat Pendidikan	Status Kerja	Penghasilan/uang saku /bln
1	A1	B3	C2	D4	E7	F1
2	A1	B5	C1	D1	E3	F2
3	A2	B1	C2	D3	E4	F1
4	A1	B3	C2	D2	E3	F2
5	A1	B2	C2	D4	E5	F2
6	A1	B4	C1	D4	E3	F4
7	A1	B5	C1	D3	E1	F3
8	A1	B1	C2	D4	E5	F1
9	A1	B3	C2	D3	E2	F3
10	A2	B4	C1	D2	E3	F2
11	A1	B2	C2	D3	E6	F1
12	A2	B4	C1	D4	E2	F3
13	A1	B2	C2	D1	E3	F2
14	A1	B5	C1	D4	E2	F3
15	A2	B1	C2	D3	E6	F1
16	A2	B4	C1	D4	E3	F4
17	A1	B2	C2	D3	E2	F2
18	A1	B5	C1	D4	E3	F4
19	A1	B4	C1	D3	E1	F5
20	A2	B2	C2	D4	E6	F2
21	A1	B5	C1	D4	E2	F5
22	A1	B2	C2	D4	E5	F1
23	A2	B4	C1	D2	E3	F2
24	A2	B3	C2	D3	E1	F3
25	A2	B2	C1	D4	E5	F2
26	A1	B5	C2	D2	E1	F2
27	A1	B1	C2	D3	E6	F1
28	A2	B1	C2	D3	E6	F1
29	A1	B2	C2	D4	E5	F1
30	A2	B5	C1	D3	E1	F3
31	A1	B5	C1	D2	E1	F2
32	A2	B3	C1	D3	E2	F3
33	A2	B2	C2	D4	E5	F2
34	A1	B4	C2	D4	E7	F1
35	A1	B5	C1	D1	E3	F2
36	A2	B5	C1	D3	E1	F3
37	A1	B2	C2	D4	E5	F2
38	A1	B5	C1	D4	E1	F4
39	A2	B3	C1	D3	E3	F3
40	A2	B4	C2	D1	E3	F2
41	A2	B1	C2	D3	E4	F1
42	A1	B2	C2	D4	E5	F2
43	A1	B5	C1	D4	E3	F5
44	A1	B4	C2	D4	E2	F4
45	A1	B3	C2	D4	E1	F4
46	A1	B5	C1	D1	E3	F2

39	A2	B3	C1	D3	E3	F3
40	A2	B4	C1	D1	E3	F2
41	A2	B1	C2	D3	E4	F1
42	A1	B2	C2	D4	E5	F2
43	A1	B5	C1	D4	E3	F5
44	A1	B4	C2	D4	E2	F4
45	A1	B3	C2	D4	E1	F4
46	A1	B5	C1	D1	E3	F2
47	A1	B5	C1	D4	E2	F4
48	A1	B1	C2	D3	E4	F1
49	A2	B2	C2	D3	E2	F2
50	A1	B3	C1	D4	E1	F4
51	A2	B4	C2	D2	E1	F1
52	A1	B5	C1	D2	E3	F5
53	A1	B2	C2	D4	E5	F1
54	A2	B2	C2	D3	E6	F2
55	A1	B2	C2	D4	E5	F2
56	A1	B3	C1	D4	E7	F2
57	A1	B1	C2	D3	E4	F1
58	A2	B4	C1	D3	E1	F3
59	A2	B3	C1	D4	E2	F5
60	A2	B2	C2	D3	E2	F3
61	A1	B1	C2	D3	E4	F1
62	A2	B5	C1	D3	E1	F4
63	A2	B3	C2	D3	E3	F3
64	A1	B5	C1	D4	E3	F3
65	A1	B4	C1	D4	E2	F4
66	A1	B2	C2	D3	E3	F1
67	A1	B3	C2	D4	E5	F2
68	A1	B4	C1	D3	E2	F3
69	A2	B1	C2	D3	E4	F1
70	A2	B2	C2	D4	E5	F2
71	A2	B3	C1	D2	E2	F2
72	A1	B2	C2	D4	E5	F2
73	A2	B1	C2	D3	E4	F1
74	A1	B1	C2	D3	E4	F1
75	A2	B2	C2	D3	E3	F2
76	A1	B3	C1	D2	E3	F2
77	A1	B3	C2	D4	E5	F1
78	A2	B2	C2	D3	E1	F2
79	A1	B4	C1	D4	E3	F4
80	A2	B5	C1	D3	E1	F3
81	A1	B5	C1	D4	E3	F5
82	A1	B5	C1	D4	E2	F4
83	A2	B2	C2	D2	E2	F2
84	A2	B4	C1	D1	E3	F1
85	A2	B5	C1	D4	E2	F4
86	A1	B2	C1	D4	E5	F1
87	A1	B2	C2	D3	E6	F1
88	A2	B2	C2	D3	E3	F2
89	A1	B3	C1	D4	E2	F3
90	A1	B3	C2	D4	E5	F1
91	A2	B4	C2	D2	E3	F2
92	A1	B5	C1	D4	E2	F4
93	A1	B2	C2	D4	E5	F2
94	A2	B5	C1	D4	E1	F4
95	A2	B1	C2	D3	E6	F1

99	A1	B3	C1	D4	E3	F4
100	A1	B3	C1	D3	E2	F3
101	A2	B1	C2	D1	E3	F2
102	A1	B1	C2	D3	E4	F1
103	A1	B2	C1	D3	E4	F1
104	A1	B3	C2	D4	E5	F2
105	A2	B4	C2	D3	E2	F3
106	A2	B5	C1	D4	E3	F2
107	A2	B3	C2	D4	E2	F4
108	A1	B4	C1	D4	E5	F1
109	A1	B5	C2	D2	E3	F2
110	A1	B4	C1	D3	E1	F2
111	A2	B2	C1	D4	E2	F4
112	A2	B2	C2	D3	E3	F2
113	A2	B2	C2	D3	E2	F2
114	A2	B3	C2	D4	E5	F1
115	A2	B1	C1	D2	E3	F2
116	A2	B3	C2	D3	E4	F1
117	A1	B3	C1	D3	E1	F2
118	A2	B4	C2	D4	E1	F3
119	A1	B4	C1	D1	E3	F2
120	A1	B5	C1	D2	E3	F2
121	A2	B2	C2	D3	E2	F2
122	A1	B2	C2	D4	E5	F2
123	A1	B5	C1	D4	E1	F2
124	A1	B5	C1	D2	E1	F6
124	A1	B2	C2	D4	E3	F4
125	A2	B3	C1	D4	E5	F2
126	A2	B2	C1	D3	E6	F1
127	A1	B4	C2	D3	E1	F2
128	A2	B5	C1	D4	E2	F3
129	A1	B3	C1	D4	E3	F3
130	A1	B5	C2	D4	E2	F3
131	A2	B5	C1	D2	E3	F5
132	A1	B1	C1	D1	E3	F2
133	A2	B1	C2	D2	E6	F1
134	A1	B3	C2	D3	E6	F1
135	A1	B4	C2	D4	E3	F2
136	A2	B4	C1	D4	E1	F2
137	A2	B4	C2	D4	E1	F5
137	A2	B5	C1	D4	E2	F3
138	A1	B3	C1	D4	E3	F3
139	A1	B4	C1	D4	E2	F3
140	A1	B5	C2	D3	E1	F3
141	A1	B2	C1	D4	E3	F3
142	A1	B2	C2	D3	E1	F3
143	A1	B5	C1	D3	E1	F2
143	A2	B4	C1	D4	E2	F3
144	A2	B2	C1	D2	E3	F2
145	A2	B2	C2	D4	E5	F1
146	A1	B2	C2	D3	E3	F2
147	A1	B3	C2	D2	E2	F1
148	A1	B5	C1	D2	E3	F5
149	A2	B2	C2	D4	E5	F2
150	A1	B3	C1	D3	E6	F1
151	A2	B5	C1	D4	E3	F3
152	A2	B4	C2	D3	E1	F3
153	A2	B2	C2	D2	E1	F1
154	A2	B2	C2	D4	E5	F2
155	A2	B3	C2	D4	E1	F4
156	A1	B4	C1	D4	E2	F1

144	A2	B2	C2	D4	E5	F1
145	A2	B2	C2	D3	E3	F2
146	A1	B3	C2	D2	E2	F1
147	A1	B5	C1	D2	E3	F5
148	A1	B2	C2	D4	E5	F2
149	A2	B3	C1	D3	E6	F1
150	A1	B5	C1	D4	E3	F3
151	A2	B4	C2	D3	E1	F3
152	A2	B2	C2	D2	E1	F1
153	A2	B2	C2	D4	E5	F2
154	A2	B3	C2	D4	E1	F4
155	A2	B4	C1	D4	E2	F3
156	A1	B3	C2	D4	E3	F2
157	A2	B4	C1	D2	E3	F5
158	A1	B1	C2	D3	E6	F1
159	A1	B2	C2	D4	E5	F2
160	A2	B4	C1	D1	E3	F1
161	A1	B3	C1	D4	E2	F3
162	A1	B5	C1	D3	E1	F3
163	A1	B2	C2	D4	E7	F1
164	A1	B4	C1	D4	E2	F3
165	A2	B3	C2	D4	E3	F3
166	A1	B5	C1	D4	E3	F4
167	A1	B4	C1	D3	E1	F2
168	A2	B2	C2	D2	E2	F1
169	A1	B3	C1	D2	E3	F1
170	A1	B1	C2	D4	E5	F1
171	A2	B5	C1	D1	E3	F1
172	A1	B4	C1	D4	E2	F3
173	A2	B3	C1	D4	E7	F1
174	A1	B2	C2	D3	E3	F2
175	A2	B4	C1	D3	E1	F3
176	A2	B2	C2	D2	E2	F1
177	A2	B5	C1	D3	E1	F3
178	A1	B2	C2	D4	E7	F1
179	A1	B5	C1	D4	E1	F5
180	A1	B3	C1	D4	E5	F1
181	A2	B4	C1	D1	E3	F1
182	A1	B2	C2	D2	E2	F1
183	A2	B3	C1	D3	E3	F3
184	A1	B2	C2	D3	E3	F1
185	A1	B3	C1	D4	E1	F2
186	A2	B4	C1	D4	E3	F3
187	A1	B3	C1	D3	E2	F2
188	A1	B5	C1	D3	E1	F3
189	A2	B1	C2	D4	E5	F1
190	A2	B3	C1	D3	E3	F3
191	A2	B3	C1	D2	E2	F1
192	A1	B2	C2	D4	E7	F1
193	A2	B1	C2	D3	E5	F2
194	A1	B3	C2	D3	E5	F1
195	A1	B5	C1	D3	E1	F3
196	A1	B4	C1	D4	E1	F5
197	A2	B2	C2	D2	E2	F1
198	A1	B5	C1	D4	E1	F5
199	A2	B3	C2	D1	E3	F1
200	A2	B2	C2	D3	E1	F2

193	A2	B	C2	D3	E5	F1
194	A1	B3	C2	D3	E5	F2
195	A1	B5	C1	D3	E1	F1
196	A1	B4	C1	D4	E1	F3
197	A2	B2	C2	D2	E2	F5
198	A1	B5	C1	D4	E1	F1
199	A2	B3	C2	D1	E3	F5
200	A2	B2	C2	D3	E1	F1

Sumber : Kuisisioner Nasabah Perbankan di Kotatiff Jember, 1999.

Keterangan :

- A1 = jenis kelamin laki-laki
- A2 = jenis kelamin perempuan
- B1 = usia 17 - 20 tahun
- B2 = usia 21 - 25 tahun
- B3 = usia 26 - 30 tahun
- B4 = usia 31 - 35 tahun
- B5 = usia 35 tahun keatas
- C1 = sudah kawin
- C2 = belum kawin
- D1 = tingkat pendidikan SD
- D2 = tingkat pendidikan SMTP
- D3 = tingkat pendidikan SMU
- D4 = tingkat pendidikan Perguruan Tinggi
- E1 = pegawai negeri
- E2 = pegawai swasta
- E3 = wirausaha
- E4 = pelajar
- E5 = mahasiswa
- E6 = lulusan SMU
- E7 = lulusan Perguruan Tinggi
- F1 = penghasilan/uang saku kurang dari Rp. 250.000,-
- F2 = penghasilan/uang saku antara Rp. 250.000 - Rp. 500.000,-
- F3 = penghasilan/uang saku antara Rp. 500.000 - Rp. 750.000,-
- F4 = penghasilan/uang saku antara Rp. 750.000 - Rp. 1.000.000,-
- F5 = penghasilan/uang saku Rp. 1.000.000,- keatas

II. PRIORITAS PILIHAN NASABAH TERHADAP ATRIBUT JASA PERBANKAN

No	Lok.Strategis	Pelayanan	Fasilitas	Tk. Bunga	Hadiah	Varian Produk Bank	Goodwill Bank
1	3	2	1	6	5	4	7
2	2	1	3	6	4	7	5
3	5	3	2	4	7	6	1
4	3	4	2	5	6	7	1
5	5	4	1	6	7	2	3
6	1	2	3	4	7	5	6
7	3	1	2	6	7	4	5
8	3	1	2	4	6	5	7
9	2	5	1	4	7	3	6
10	3	5	1	6	7	4	2
11	1	4	2	6	7	5	3
12	2	4	3	6	7	5	1
13	4	2	5	3	7	6	1
14	5	4	3	2	7	6	1
15	1	3	5	4	7	6	2
16	1	4	2	6	7	5	3
17	5	3	2	1	4	6	7
18	4	2	3	1	5	7	6
19	2	1	4	3	5	7	6
20	6	3	4	1	2	7	5
21	7	1	6	2	3	5	4
22	7	1	5	2	3	6	4
23	3	2	1	4	5	7	6
24	4	1	2	5	7	6	3
25	4	5	2	3	6	7	1
26	5	2	3	1	8	7	4
27	5	1	2	6	7	4	3
28	5	2	1	3	6	4	5
29	1	2	3	6	7	5	4
30	2	3	1	5	6	7	4
31	5	2	1	7	6	3	4
32	4	5	1	2	6	7	3
33	5	4	2	3	7	6	1
34	5	3	2	4	7	5	1
35	3	4	5	2	6	7	1
36	2	3	4	6	7	5	1
37	3	1	6	2	4	5	7
38	4	1	2	3	5	6	7
39	7	1	2	4	6	5	3
40	3	2	4	5	6	7	1
41	4	2	3	5	7	6	1
42	3	2	1	4	6	7	5
43	3	2	4	6	5	7	1
44	3	4	2	1	7	5	6
45	1	3	5	7	6	2	4

42	3	2	1	4	6	7	5	1
43	3	2	4	1	5	7	7	1
44	3	4	2	2	7	5	6	6
45	1	3	5	7	6	2	4	4
46	1	2	5	6	7	4	3	3
47	1	3	6	5	7	4	2	4
48	3	1	2	5	7	6	4	3
49	1	4	2	6	7	5	4	2
50	2	3	4	2	7	6	4	3
51	2	3	4	6	7	5	3	1
52	7	3	1	5	7	6	4	4
53	7	6	5	2	4	3	1	1
54	3	2	5	2	4	3	1	1
55	2	6	3	6	7	4	1	1
56	1	3	2	1	7	5	4	4
57	1	2	7	7	6	4	6	5
58	1	4	3	7	6	4	5	2
59	1	4	6	5	7	3	4	4
60	2	3	2	6	7	5	4	4
61	1	6	3	1	7	5	5	4
62	3	2	3	6	7	4	5	5
63	1	5	4	6	7	2	1	1
64	1	5	2	6	7	3	4	4
65	2	5	2	6	7	4	3	3
66	1	1	5	4	7	6	3	3
67	2	4	5	6	7	3	2	2
68	2	4	1	5	8	7	3	3
69	4	2	3	1	7	6	4	1
70	1	4	3	5	7	6	7	1
71	2	4	2	3	5	6	1	7
72	2	4	3	6	7	5	1	1
73	2	6	4	5	7	3	1	1
74	1	1	5	6	7	4	3	3
75	6	2	3	6	7	4	2	2
76	2	6	5	3	4	1	7	7
77	2	4	4	5	7	3	1	1
78	5	1	4	7	5	6	3	3
79	1	4	6	3	7	2	1	1
80	1	3	5	6	7	4	2	2
81	3	4	5	7	6	3	2	2
82	2	1	6	8	7	4	2	2
83	2	6	3	7	4	5	1	1
84	1	1	5	7	6	4	3	3
85	1	6	5	4	7	3	2	2
86	3	7	3	6	5	4	2	2
87	1	4	7	1	6	5	2	2
88	3	6	5	4	7	3	2	2
89	3	4	7	1	5	6	2	2
90	1	6	1	5	7	4	2	2
91	6	7	3	4	6	5	2	2
92	1	4	1	3	7	5	2	2
93	1	3	4	5	7	6	2	2
94	2	5	2	4	6	7	3	3
95	2	5	6	3	7	4	1	1
96	2	4	1	6	7	5	3	3
97	2	3	4	7	6	5	1	1
98	1	5	7	1	6	3	4	4
99	5	6	7	3	4	5	2	2

81	3	1	6	5	7	4	2
82	2	6	3	7	4	5	1
83	2	1	5	7	6	4	3
84	1	6	5	4	7	3	2
85	1	7	3	6	5	4	2
86	3	4	7	1	6	5	2
87	1	6	5	4	7	3	2
88	3	4	7	1	5	6	2
89	3	6	1	5	7	4	2
90	1	7	3	4	6	5	2
91	6	4	1	3	7	5	2
92	1	3	4	5	7	6	2
93	1	5	2	4	6	7	3
94	2	5	6	3	7	4	1
95	2	4	1	6	7	5	3
96	2	3	4	7	6	5	1
97	2	5	7	1	6	3	4
98	1	6	7	3	4	5	2
99	5	4	1	2	7	3	6
100	1	3	4	2	5	6	7
101	2	1	3	6	7	4	5
102	3	2	4	1	6	5	7
103	3	4	5	2	6	1	7
104	4	1	3	6	2	7	5
105	1	4	2	3	5	7	6
106	1	5	7	3	6	2	4
107	5	2	1	4	7	3	6
108	3	4	1	6	5	2	7
109	1	7	2	5	6	4	3
110	5	2	3	1	4	7	6
111	2	3	4	7	5	6	1
112	4	7	1	6	5	3	2
113	4	1	3	2	6	5	7
114	2	5	7	1	6	4	3
115	3	2	5	4	7	1	6
116	1	2	4	3	6	5	7
117	1	4	2	3	6	7	5
118	2	3	4	6	5	7	1
119	1	5	3	2	6	4	7
120	3	6	4	5	2	7	1
121	2	1	3	7	6	4	5
122	3	4	2	1	5	7	6
123	2	3	5	4	6	7	1
124	4	5	3	7	1	6	2
125	5	1	6	3	7	4	2
126	5	1	4	6	7	2	3
127	6	4	2	1	3	7	5
128	6	5	2	3	7	4	1
129	3	2	1	5	7	4	6
130	1	3	5	2	7	6	4
131	2	4	3	6	7	5	1
132	5	1	4	6	3	7	2
133	1	3	2	4	7	6	5
134	5	4	7	1	3	2	6
135	7	4	6	1	5	3	2
136	2	5	7	3	6	4	1
137	4	2	5	3	7	1	6

123	2	3	5	4	6	7	8
124	4	5	2	7	4	6	2
125	5	1	6	3	7	4	2
126	5	1	4	6	7	2	3
127	6	4	2	1	3	7	5
128	6	5	2	3	7	4	1
129	3	2	1	5	7	4	6
130	1	3	5	2	7	6	4
131	2	4	3	6	7	5	1
132	5	1	4	6	3	7	2
133	1	3	2	4	7	6	5
134	5	4	7	1	3	2	6
135	7	4	6	1	5	3	2
136	2	5	7	3	6	4	1
137	4	2	5	3	7	1	6
138	3	1	2	4	7	6	5
139	1	2	3	5	6	7	4
140	4	1	5	3	6	7	2
141	3	4	2	1	6	7	5
142	4	3	1	6	2	5	7
143	7	6	1	2	5	3	4
144	1	7	4	3	5	6	2
145	1	3	2	5	7	4	6
146	6	4	5	1	3	7	2
147	2	5	7	6	3	4	1
148	1	7	6	5	3	4	2
149	1	3	7	6	4	5	2
150	2	4	5	1	7	3	6
151	3	2	1	6	7	5	4
152	1	3	2	4	7	6	5
153	1	3	4	7	5	6	2
154	5	4	2	6	7	1	3
155	4	1	3	5	6	7	2
156	4	5	2	3	1	6	7
157	2	5	3	6	7	4	1
158	3	4	1	2	7	5	6
159	1	2	3	4	6	7	5
160	1	3	2	6	7	4	5
161	2	1	4	5	3	6	7
162	3	2	5	1	7	6	4
163	4	3	1	6	7	5	2
164	1	3	5	4	7	6	2
165	2	4	3	6	7	5	1
166	1	4	2	6	3	7	5
167	5	4	6	7	2	3	1
168	7	2	1	4	3	5	6
169	3	1	2	4	7	6	5
170	7	4	5	6	2	3	1
171	2	5	4	6	3	7	1
172	5	1	2	6	3	4	7
173	5	4	2	6	7	3	1
174	3	2	4	7	1	5	6
175	5	3	1	4	7	6	2
176	2	7	3	4	6	5	1
177	7	1	2	5	6	3	4
178	3	2	1	6	7	4	5
179	5	4	3	7	6	2	1
180	4	2	5	6	3	7	1

153	1	3	4	7	5	6	2
154	5	4	2	6	7	1	3
155	4	1	3	5	8	7	2
156	4	5	2	3	1	6	7
157	2	5	3	6	7	4	1
158	3	4	1	2	7	5	6
159	1	2	3	4	6	7	5
160	1	3	2	6	7	4	5
161	2	1	4	5	3	6	7
162	3	2	5	1	7	6	4
163	4	3	1	6	7	5	2
164	1	3	5	4	7	6	2
165	2	4	3	6	7	5	1
166	1	4	2	6	3	7	5
167	5	4	6	7	2	3	1
168	7	2	1	4	3	5	6
169	3	1	2	4	7	6	5
170	7	4	5	6	2	3	1
171	2	5	4	6	3	7	1
172	5	1	2	6	3	4	7
173	5	4	2	6	7	3	1
174	3	2	4	7	1	5	6
175	5	3	1	4	7	6	2
176	2	7	3	4	6	5	1
177	7	1	2	5	6	3	4
178	3	2	1	6	7	4	5
179	5	4	3	7	6	2	1
180	4	2	5	6	7	3	1
181	1	7	6	4	2	5	3
182	2	3	5	6	7	4	1
183	3	5	2	4	7	6	1
184	1	2	5	7	3	6	4
185	1	3	2	5	6	7	4
186	2	4	1	6	7	5	3
187	2	4	3	1	7	5	6
188	5	6	2	3	7	4	1
189	3	1	2	4	5	6	7
190	4	3	2	6	5	7	1
191	3	2	1	7	5	4	6
192	3	2	4	5	1	6	7
193	3	5	1	4	6	7	2
194	4	2	5	6	7	3	1
195	1	4	2	5	3	6	7
196	2	7	4	6	5	3	1
197	3	4	1	7	2	5	6
198	2	3	1	4	7	6	5
199	1	2	4	5	6	7	3
200	2	1	4	3	7	6	5

Sumber : Kuisiner Nasabah Perbankan di Kotatiff Jember, 1999.