

ANALISIS PERSAINGAN PERBANKAN DENGAN *GAME THEORY* SERTA UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN NASABAH DENGAN PENDEKATAN *IMPORTANCE PERFORMANCE ANALYSIS*

Farid Juliyanto dan Evi Yuliawati Sari

Program Studi Teknik Industri, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya

e-mail: farid.juliyanto@gmail.com

ABSTRAK

Kepuasan nasabah merupakan tujuan utama dari setiap perusahaan perbankan yang menjadi kunci utama dalam mempertahankan keberadaan industri perbankan. Tujuan penelitian ini adalah membandingkan antara Bank Y dan Bank X pada sisi kualitas layanannya. Pada tahap pertama digunakan metode Game Theory untuk mengetahui pihak mana yang lebih unggul. Pada persaingan ini, Bank Y menggunakan 11 strategi dan Bank X menggunakan 10 strategi. Nilai yang diperoleh pada metode Game Theory ialah 0.14 artinya kemenangan untuk pemain baris yaitu Bank X. Tahap kedua ialah dengan mengidentifikasi atribut-atribut yang ada pada setiap layanan pihak yang kalah dalam hal ini ialah Bank Y. Kemudian digunakan metode Importance Performance Analysis untuk mengetahui prioritas perbaikan dari 25 atribut yang digunakan. Atribut yang menjadi prioritas perbaikan manajemen Bank Y untuk dapat bersaing dengan Bank X adalah (1) Desain Automatic Teller Machine multifungsi (setor dan tarik). (2) Isi surat perjanjian yang jelas dan mudah dimengerti. (3) Jumlah merchant yang mendukung layanan Bank. (4) Kepedulian perusahaan membimbing nasabah dalam berinvestasi.

Kata Kunci: *Game Theory, Importance Performance Analysis, Kepuasan Pelanggan, Perbankan*

ABSTRACT

Customer's satisfaction is the main goal for any banking company and is the primary key to maintain the existence of banking industry. This research had the aim to make comparison between Bank Y and Bank X. In the first phase, Game Theory method was used to find out which bank was superior in the service quality. In this competition Bank Y utilized 11 strategies and Bank X applied 10 strategies. The result obtained by the Game Theory method was 0.14, which mean that Bank X was more superior in service. The second phase was to identify the existing attributes at each losing party's service, in this case, Bank Y. Then the importance performance analysis method was applied to know the improvement priority of 25 attributes used. The management improvement priority attributes of Bank Y to compete with Bank X were: (1) Multifunction ATM (deposit and draw), (2) Lucid agreement letter and easy to understand, (3) The amount of merchants supporting the bank service, (4) Company concern to guide and conduct the customers to invest.

Keywords: *Banking, Customer Satisfaction, Game Theory, Importance Performance Analysis*

PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya, [1]. Kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat antara lain: (1) hubungan antara perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis, (2) memberikan dasar yang baik bagi pembelian uang (3) dapat mendorong terjadinya loyalitas, (4) membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan, (5) reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan, (6) laba yang diperoleh

dapat meningkat. Kepuasan konsumen bersifat dinamis dan relatif [2].

Menurut para akademisi, kepuasan pelanggan ialah konstruk yang berdiri sendiri dan dipengaruhi oleh kualitas layanan, [3]. Kualitas layanan juga dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan secara langsung dan mempengaruhi loyalitas pelanggan secara tidak langsung melalui kepuasan, [4]. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik pada tahun 2010 jumlah penduduk Indonesia tercatat sebanyak 237,6 juta orang. Jumlah tersebut merupakan pasar potensial yang sangat menjanjikan bagi investor. Sehingga iklim investasi di Indonesia diperkirakan akan selalu meningkat tiap

tahunnya. Secara tidak langsung akan mempengaruhi sektor perekonomian Indonesia.

Sebuah artikel yang dirilis oleh kompas.com pada tahun 2015 menempatkan Bank Y sebagai Bank plat merah dengan *asset* tertinggi yakni sebesar Rp 905.76 triliun dan Bank X sebagai bank swasta dengan *asset* tertinggi yakni Rp 584.44 triliun. Penelitian ini difokuskan pada Bank BUMN dengan *asset* tertinggi dan BUMS dengan *asset* tertinggi. Adapun obyek penelitian untuk BUMN adalah Bank Y dengan total *asset* Rp 905,76 triliun dan untuk BUMS adalah Bank X dengan total *asset* sebesar Rp 584,44 triliun.

Teori permainan merupakan suatu model matematika yang digunakan dalam situasi konflik atau persaingan antara berbagai kepentingan yang saling berhadapan sebagai pesaing [5]. Dengan menggunakan *ServQual* kemudian digunakan metode *Importance performance analysis* untuk memetakan atribut-atribut yang perlu diperbaiki guna meningkatkan kualitas layanan penyedia jasa dalam hal ini ialah Bank.

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: (1) bagaimana menentukan penyedia jasa perbankan terbaik dengan strategi layanan yang ditawarkan kepada nasabah? (2) Bagaimana mengidentifikasi kelemahan strategi layanan penyedia jasa perbankan? (3) Bagaimana rekomendasi yang dapat diberikan kepada pihak manajemen perbankan terhadap kelemahan yang teridentifikasi?

Batasan masalah dan asumsi dalam penelitian ini adalah: (1) Penelitian dilakukan pada Bank Yi Surabaya dan Bank X Surabaya. (2) Responden penelitian ialah nasabah Bank Y dan Bank X kota Surabaya. (3) Pengambilan data dilakukan pada bulan Februari-Maret 2017. (4) Penilaian kualitas layanan berdasarkan atribut-atribut yang diperoleh dari penyebaran Kuesioner. (5) Penelitian hanya berfokus pada gap 5, yakni kesenjangan antara persepsi nasabah dengan ekspektasi nasabah. (6) Responden memahami Kuesioner dan sesuai dengan yang diharapkan peneliti. (7) Responden mengetahui secara pasti layanan yang ditawarkan oleh pihak Bank. (8) Selama penelitian tidak ada kebijakan pemerintah yang

dapat mempengaruhi kinerja perbankan. (9) Tidak terjadi bencana yang dapat mempengaruhi transaksi keuangan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya [1]. Dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan seseorang atas kinerja suatu produk yang diterima dibandingkan dengan harapannya setelah menggunakan suatu produk atau jasa.

Tjiptono mengatakan dengan adanya kepuasan pelanggan akan memberikan dampak pada produsen. Secara tidak langsung kepuasan pelanggan akan memberikan manfaat sebagai berikut: (1) Hubungan antara perusahaan dan para pelanggan menjadi harmonis. (2) Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang. (3) Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan. (4) Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*mouth to mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan. (5) Reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan. (6) Laba yang diperoleh dapat meningkat [6].

Tjiptono mengemukakan satu hal yang perlu diperhatikan disini adalah bahwa kepuasan pelanggan merupakan strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, diantaranya *Relationship Marketing*, *Superior Customer Service*, *Unconditional Guarantees*, dan penanganan keluhan pelanggan. Sehingga dalam realisasinya perlu strategi yang sesuai dengan penyedia jasa, sehingga strategi yang digunakan akan mendorong kepuasan pelanggan [7].

Wyckoff mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan [10]. Lewis & Booms mendefinisikan kualitas pelayanan secara sederhana, yaitu ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan [8].

Zheithaml, *et al.* menyederhanakan sepuluh dimensi di atas menjadi lima dimensi pokok yang dikenal dengan *SERVQUAL*

(*service quality*) yang terdiri dari: Bukti fisik (*tangibles*), Keandalan (*reliability*), Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), dan Empati (*emphaty*) [9].

Zeithaml, *et al.* mengidentifikasi 5 (lima) kesenjangan yang menyebabkan kegagalan penyampaian jasa. Adapun kesenjangan tersebut adalah sebagai berikut: (1) Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen. Manajemen tidak selalu memahami secara tepat apa yang diinginkan pelanggan (*gap 1*). (2) Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas asa. Manajemen mungkin memahami secara tepat keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan suatu set standar kinerja spesifik (*gap 2*). (3) Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Para personel mungkin kurang terlatih atau tidak mampu atau tidak memnuhi standar yang telah ditetapkan. Atau bahkan mereka dihadapkan pada standar yg berlawanan (*gap 3*). (4) Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat para wakil perusahaan dan iklan perusahaan (*gap 4*). (5) Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan. Kesenjangan ini terjadi bila memiliki persepsi yang keliru tentang kualitas jasa tersebut (*gap 5*) [10].

Bank adalah badan usaha yang kekayaannya terutama dalam bentuk aset keuangan (*financial assets*) serta bermotif profit juga sosial, jadi bukan hanya mencari keuntungan saja [11]. Nasabah merupakan konsumen dari pelayanan jasa perbankan [14]. Sehingga Nasabah dapat dikatakan sebagai pelanggan atau konsumen dari jasa perbankan.

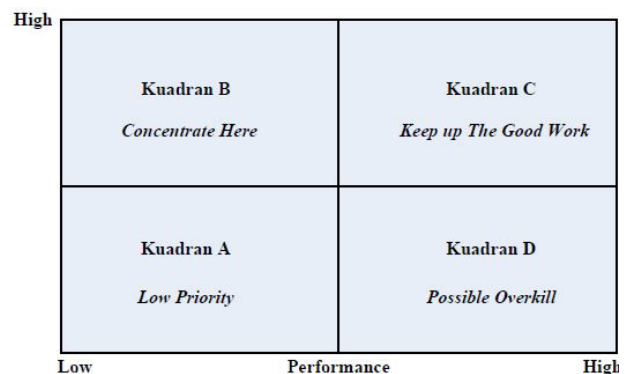
Teori permainan (*game theory*) adalah bagian dari ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pembuatan keputusan pada saat ada dua pihak atau lebih berada dalam kondisi persaingan atau konflik [12]. *Game theory* merupakan suatu pendekatan matematis untuk merumuskan situasi persaingan dan konflik antara berbagai kepentingan [13].

Terdapat dua jenis strategi permainan yang dapat digunakan pada *game theory*, yaitu *pure strategy* (setiap pemain menggunakan

strategi tunggal) dan *mixed strategy* (setiap pemain menggunakan campuran dari berbagai strategi yang berbeda-beda). *Pure strategy* digunakan untuk jenis permainan yang hasil optimalnya mempunyai *saddle point* (semacam titik keseimbangan antara nilai permainan kedua pemain). Sedangkan *mixed strategy* digunakan untuk mencari solusi optimal dari kasus *game theory* yang tidak mempunyai *saddle point*.

Importance Performance Analysis (IPA) adalah suatu rangkaian atribut layanan yang berkaitan dengan layanan khusus dievaluasi berdasarkan tingkat kepentingan masing-masing atribut menurut konsumen dan bagaimana layanan dipersepsikan kinerjanya relatif terhadap masing-masing atribut. Analisis ini digunakan untuk membandingkan antara penilaian konsumen terhadap tingkat kepentingan dari kualitas layanan (*importance*) dengan tingkat kinerja kualitas layanan (*performance*).

Rata-rata hasil penilaian keseluruhan konsumen kemudian digambarkan ke dalam *Importance-Performance Matrix* atau sering disebut Diagram Kartesius, dengan sumbu absis (X) adalah tingkat kinerja dan sumbu ordinat (Y) adalah tingkat kepentingan.



Gambar 1. Kuadran dalam *Importance Performance Analysis*

Karena populasi tak terhingga (tidak diketahui), maka untuk menentukan sampel minimum dari suatu populasi dapat menggunakan rumus Bernoulli dengan asumsi bahwa populasi berdistribusi normal.

$$n = \frac{z_{\alpha}^2 \times p \times q}{e^2} \quad (1)$$

Reliabilitas berkenaan dengan tingkat keajegan atau ketetapan hasil pengukuran, (Sukmadinata, 2009) [14]. Kuesioner dikatakan reliabel jika dapat memberikan hasil relatif sama (ajeg) pada saat dilakukan pengukuran kembali pada obyek yang berlainan pada waktu yang berbeda atau memberikan hasil yang tetap. Uji reliabilitas dilakukan dengan rumus *cronbach alpha* sebagai berikut:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \quad (2)$$

Apabila koefisien *Cronbach Alpha* (r_{11}) $\geq 0,7$ maka dapat dikatakan instrumen tersebut reliabel (Johnson & Christensen, 2012) [15].

Ghozali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut [16].

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}} \quad (3)$$

METODOLOGI PENELITIAN

Pada bagian ini akan dibahas tentang langkah-langkah dalam melakukan penelitian. Adapun langkah-langkah tersebut dikelompokkan menjadi 4 (empat) tahapan sebagai berikut: identifikasi masalah (latar belakang, rumusan, dan batasan asumsi), pengumpulan data (kuesioner terbuka tentang jenis layanan, kuesioner kualitas layanan, serta kuesioner kepentingan dan kinerja bank), pengolahan data (*Game Theory*, uji validitas dan reliabilitas, *Importance Performance Analysis*) dan analisa dan kesimpulan

HASIL DAN PEMBAHASAN

X secara resmi berdiri pada tanggal 21 Februari 1957 dengan nama Bank X. Pada tahun 2015 Bank X memiliki *asset* sebesar Rp 584,44 triliun dan merupakan satu-satunya bank swasta di Indonesia yang mampu bersaing di 3 besar bank dengan *asset* terbesar. Bank Y berdiri pada tanggal 2 Oktober 1998 sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh Pemerintah Indonesia.

Pada bulan Juli 1999, empat Bank milik Pemerintah digabungkan menjadi Bank Y. Bank Y merupakan Bank dengan *asset* tertinggi di Indonesia yakni sebesar Rp 905,76 triliun. Selanjutnya dilakukan penyebaran kuesioner terhadap 30 responden dari masing-masing bank untuk mengumpulkan informasi yang berkaitan dengan kualitas layanan masing-masing bank. Pada Tabel 1 dapat dilihat hasil rekapitulasi kuesioner terbuka yang nantinya digunakan sebagai strategi masing-masing bank.

Tabel 1. Rekapitulasi Kuisisioner Terbuka

No	Produk Bank X	Total
1	Produk Simpanan	30
2	Perbankan Elektronik	30
3	Produk X <i>Mobile</i>	19
4	Kartu Kredit	24
5	Produk Kredit Konsumen	19
6	Produk <i>Bancassurance</i>	14
7	<i>Call Center</i>	13
8	Produk <i>Remittance</i>	30
9	Reksadana	6
10	Jejaring Sosial X	17

No	Produk Bank Y	Total
1	Y Tabungan	30
2	Y Debit	30
3	Y <i>E-Cash</i>	30
4	Y <i>E-Money</i>	22
5	Y Kartu Kredit	15
6	Y Kredit Konsumer	15
7	Y Prioritas	5
8	Y Produk Investasi	16
9	Produk <i>Bancassurance</i>	18
10	Jejaring Sosial Y	18
11	Produk <i>Remittance</i>	30

Dengan menggunakan data pada Tabel 1, kemudian dilakukan penyebaran kuesioner tertutup terhadap 50 nasabah pada masing-masing bank. Sebelum dilakukan rekapitulasi kuesioner terlebih dahulu dilakukan penyortiran pada kuesioner. Kuesioner yang rusak dan tidak lengkap tidak dapat digunakan sebagai data atau dianggap rusak. Dari 50 kuesioner yang telah disebar terdapat 1 (satu) buah kuesioner yang pengisiannya tidak lengkap sehingga dianggap rusak dan hanya terdapat 49 kuesioner yang digunakan. Untuk memastikan jumlah kecukupan sampel yang digunakan maka digunakan rumus Bernouli sebagai berikut:

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 \times p \times q}{e^2} \quad (4)$$

$$n = \frac{1.96^2 \times \frac{49}{50} \times \frac{1}{50}}{0,05^2}$$

$$n = 30,118 \approx 31 \text{ sampel}$$

Tabel 2. Rekapitulasi Kuesioner Kualitas Layanan

No	Produk X	Rata-rata
1	Produk Simpanan	4,43
2	Perbankan Elektronik	4,58
3	Produk X <i>Mobile</i>	4
4	Kartu Kredit	3,97
5	Produk Kredit Konsumen	3,4
6	Produk <i>Bancassurance</i>	3,28
7	<i>Call Center</i>	4,11
8	Produk <i>Remittance</i>	4,45
9	Reksadana	3,9
10	Jejaring Sosial X	3,54

No	Produk Y	Rata-rata
1	Y Tabungan	4,3
2	Y Debit	3,8
3	Y <i>E-Cash</i>	4,2
4	Y <i>E-Money</i>	4,2
5	Y Kartu Kredit	4,02
6	Y Kredit Konsumer	4,1
7	Y Prioritas	4,52
8	Y Produk Investasi	3,9
9	Produk <i>Bancassurance</i>	4,02
10	Jejaring Sosial Y	3,7

Dengan demikian maka sampel minimum sudah terpenuhi, sehingga data kuesioner dapat digunakan.

Pada Tabel 2 merupakan hasil rekapitulasi

kuesioner tertutup yang nantinya akan digunakan sebagai *input* metode *Game Theory*. Dalam penentuan nilai yang digunakan ialah rata-rata dari tiap-tiap strategi yang digunakan oleh kedua belah pihak bank.

Dari data pada Tabel 2 kemudian dimasukan kedalam matrik *payoff* untuk selanjutnya dilakkan perhitungan dengan menggunakan *Game Theory*. Pada Tabel 3 merupakan hasil perhitungan matrik *payoff* Bank X vs Bank Y. Adapun untuk menentukan matrik *payoff* digunakan rumus sebagai berikut:

$$X_i Y_j = \text{Strategi}_i \text{ Pemain Baris} - \text{Strategi}_j \text{ Pemain Kolom} \quad (5)$$

Nilai *maximin* pada matrik tersebut adalah 0,13, sedangkan nilai *minimax* adalah 0,14, karena *maximin* dan *minimax* nilainya tidak sama, maka permainan ini diselesaikan dengan menggunakan metode program linier. Metode *Dual Simpleks* memungkinkan untuk menggunakan strategi dari dua belah pihak.

Pada Gambar 2 Dapat dilihat bahwa nilai permainan adalah 0,14, artinya kemenangan bagi pemain baris. Untuk mempermudah perhitungan, maka digunakan *software* POM QM for Windows, sehingga hasil yang diperoleh adalah seperti Tabel 3.

Dengan kata lain pada permainan ini dimenangkan oleh Bank X. Sesuai dengan tujuan diawal penelitian, pemain yang kalah akan diidentifikasi faktor-faktor yang dapat menyebabkan kekalahan pada pemain tersebut. Pada Gambar 2 memperlihatkan bahwa pemain baris (X) menggunakan 95% strategi X_1

	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y 10	Y 11	Row Mix
X 1	,13	,63	,23	,23	,41	,33	,14	,53	,41	,73	,13	,95
X 2	,28	,78	,38	,38	,56	,48	,1	,68	,56	,88	,28	,05
X 3	-,3	,2	-,2	-,2	-,02	-,1	-,32	,1	-,02	,3	-,03	0
X 4	-,33	-,17	-,23	-,23	-,05	-,13	-,35	,07	-,05	,27	-,33	0
X 5	-,9	-,4	-,8	-,8	-,62	-,7	-,92	-,5	-,62	-,3	-,9	0
X 6	-1,02	-,52	-,92	-,92	-,74	-,82	-1,04	-,62	-,74	-,42	-1,02	0
X 7	-,19	,31	-,09	-,09	,09	0	-,21	,21	,09	,41	-,19	0
X 8	,15	,65	,25	,25	,43	,35	,1	,55	,43	,75	,15	0
X 9	-,4	,1	-,3	-,3	-,12	-,2	-,42	0	-,12	-,2	-,4	0
X 10	-,78	-,26	-,66	-,66	-,48	-,56	-,78	-,36	-,48	-,16	-,76	
Column Mix -->	,21	0	0	0	0	0	,79	0	0	0	0	
Value of game (to row)	,14											

Gambar 2. Hasil Algoritma *Software* POM QM

(Produk Simpanan) dan 5% strategi X_2 (Perbankan Elektronik) melawan pemain kolom (Bank Y) menggunakan 21% strategi Y_1 (Y Tabungan) dan 79% strategi Y_7 (Y Prioritas) untuk memenangkan permainan sebesar 14%.

Selanjutnya merupakan Kuesioner identifikasi dimensi kualitas jasa terhadap jenis layanan jasa Bank. Kuesioner ketiga (tertutup) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh jasa yang ditawarkan oleh pihak bank merupakan jasa yang dibutuhkan oleh nasabah (tingkat kepentingan) dibandingkan dengan pelayanan yang telah diterima oleh nasabah.

Atribut yang tersusun pada Tabel 3 merupakan hasil pengelompokan berdasarkan dimensi kualitas jasa. Adapun dimensi kualitas yang digunakan ialah *Tangibles*, *Responsiveness*, *Reliability*, *Assurance*, dan *emphaty* dan pengelompokannya berdasarkan strategi yang digunakan pada *Game Theory*. Setelah diketahui pemenang pada tahapan *Game Theory*, kemudian dilakukan rekaitulasi kuesioner 3 untuk mengetahui tingkat kepentingan dan persepsi nasabah terhadap layanan yang ditawarkan oleh penyedia jasa, dalam hal ini adalah Bank.

Sebelum data pada Tabel 4 digunakan maka perlu dilakukan pengujian terhadap data tersebut, apakah data tersebut *Reliable* dan *Valid*. Sehingga apabila data tersebut nantinya digunakan hasilnya sesuai dengan kaidah penelitian. Pada Tabel 5 dapat dilihat hasil pengujian validitas persepsi nasabah pada tiap-

tiap atribut dan Tabel 6 pengujian validitas tingkat kepentingan tiap-tiap atribut.

Nilai *Corrected Item - Total Correlation* juga dibandingkan dengan nilai r tabel, item dinyatakan valid apabila nilai *Corrected Item - Total Correlation* \geq nilai r tabel. Untuk jumlah sampel $n-2 \rightarrow 49-2 = 47$ dan α sebesar 0,05 maka nilai r tabel adalah 0,282.

Reliabilitas berkenaan dengan tingkat keajegan atau ketetapan hasil pengukuran [17]. Kuesioner dikatakan reliabel jika dapat memberikan hasil relatif sama atau konsisten pada saat dilakukan pengukuran kembali pada obyek yang berlainan pada waktu yang berbeda dan memberikan hasil yang cenderung sama (tetap). Pada tabel 6 merupakan hasil pengujian reliabilitas kuesioner dengan menggunakan *software SPSS*.

Apabila koefisien *Cronbach Alpha* $\geq 0,7$ maka dapat dikatakan instrumen tersebut reliabel. Dengan demikian, maka item-item pertanyaan tersebut dianggap reliabel dan mempunyai indeks koefisien reliabilitas yang sangat tinggi.

Pada matrik *Importance Performance Analysis* sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kinerja atau persepsi, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor harapan atau tingkat kepentingan. Rata-rata tersebut digunakan sebagai nilai tengah pada matrik *Importance Performance Analysis*. Sedangkan *plotting* data menggunakan bantuan *Software SPSS* dapat dilihat pada Gambar 3.

Tabel 3. Matrik *Payoff* Bank X vs Bank Y

		Y											Maximin
		Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	Y ₆	Y ₇	Y ₈	Y ₉	Y ₁₀	Y ₁₁	
X	X ₁	0,13	0,63	0,23	0,23	0,41	0,33	0,14	0,53	0,41	0,73	0,13	0,13
	X ₂	0,28	0,78	0,38	0,38	0,56	0,48	0,10	0,68	0,56	0,88	0,28	0,1
	X ₃	-0,30	0,20	-0,20	-0,20	-0,02	-0,10	-0,32	0,10	-0,02	-0,30	-0,30	-0,32
	X ₄	-0,33	0,17	-0,23	-0,23	-0,05	-0,13	-0,35	0,07	-0,05	0,27	-0,33	-0,35
	X ₅	-0,90	-0,40	-0,80	-0,80	-0,62	-0,70	-0,92	-0,50	-0,62	-0,30	0,90	-0,92
	X ₆	-1,02	-0,52	-0,92	-0,92	-0,74	-0,82	-1,04	-0,62	-0,74	-0,42	-1,02	-1,04
	X ₇	-0,19	0,31	-0,09	-0,09	0,09	0,01	-0,21	0,21	0,09	0,41	-0,19	-0,21
	X ₈	0,15	0,65	0,25	0,25	0,43	0,35	0,10	0,55	0,43	0,75	0,15	0,1
	X ₉	-0,40	0,10	-0,30	-0,30	-0,12	-0,20	-0,42	0,00	-0,12	0,20	-0,40	-0,42
	X ₁₀	-0,78	-0,26	-0,66	-0,66	0,48	-0,56	-0,78	-0,36	-0,48	-0,16	-0,76	-0,78
Minimax		0,28	0,78	0,38	0,38	0,56	0,48	0,14	0,68	0,56	0,88	0,28	

Tabel 4. Gap Antara Persepsi dengan Tingkat Kepentingan Atribut

No	Atribut	Notasi	Persepsi (A)	Kepentingan (B)	Gap (A-B)
1	Desain ATM multifungsi (setor dan tarik)	A1	3,18	4,27	-1,08
2	Desain kartu kredit yang menarik	A2	3,51	3,51	0,00
3	Desain program yang simpel dan mudah digunakan	A3	3,78	3,98	-0,20
4	Desain ruang tunggu yang nyaman dan ketersediaan informasi (koran, majalah, dll)	A4	3,76	3,96	-0,20
5	Isi surat perjanjian yang jelas dan mudah dimengerti	A5	3,46	4,00	-0,54
6	Jaminan keamanan informasi dan transaksi yang diberikan	A6	3,35	3,47	-0,12
7	Jaminan uang sampai pada penerima dengan tepat dan cepat	A7	3,33	3,49	-0,16
8	Jumlah <i>merchant</i> yang mendukung layanan Bank	A8	3,47	3,98	-0,51
9	Kecepatan akses <i>server</i> yang tinggi terhadap transaksi nasabah	A9	3,53	4,14	-0,61
10	Kecepatan respon admin jejaring sosial tinggi	A10	3,90	4,10	-0,20
11	Kecepatan transaksi karyawan dalam melayani nasabah	A11	3,78	3,98	-0,20
12	Kemampuan karyawan (<i>cso, teller, security</i>) dalam menjelaskan produk secara tepat	A12	3,76	4,06	-0,30
13	Kemudahan akses (jual/beli) reksadana/investasi tanpa harus ke Bank	A13	3,61	3,98	-0,37
14	Kemudahan memperoleh layanan (pengajuan layanan)	A14	3,45	3,57	-0,12
15	Kemudahan menghubungi perusahaan ketika terjadi pemasalahan transaksi elektronik	A15	3,29	3,45	-0,16
16	Kemudahan pengiriman uang baik dalam negeri maupun luar negeri	A16	3,49	3,69	-0,20
17	Kepedulian perusahaan membimbing nasabah dalam berinvestasi	A17	3,45	4,18	-0,73
18	Kepedulian secara individual karyawan (<i>cso, teller, security</i>) dalam berkomunikasi dengan nasabah	A18	3,76	3,92	-0,16
19	Kesesuaian informasi yang diberikan dengan kondisi dilapangan	A19	3,78	3,98	-0,20
20	Kesesuaian penawaran dengan kenyataan yang diterima nasabah	A20	3,76	3,96	-0,20
21	Kesigapan karyawan (<i>cso, teller, security</i>) dalam menangani masalah nasabah	A21	3,35	3,43	-0,08
22	Kesopanan, keramahan, dan kepedulian admin jejaring sosial dalam melayani nasabah	A22	3,43	3,63	-0,20
23	Ketersediaan bukti dalam setiap transaksi	A23	3,51	3,71	-0,20
24	Macam-macam produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan	A24	3,27	3,47	-0,20
25	Selalu <i>update</i> berita seputar ekonomi dan perbankan	A25	3,18	3,69	-0,51

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Persepsi Atribut

Atribut	Item	Skor Total	Ket
A1	Pearson Correlation	,566**	Valid
A2	Pearson Correlation	,426*	Valid
A3	Pearson Correlation	,556**	Valid
A4	Pearson Correlation	,649**	Valid
A5	Pearson Correlation	,612**	Valid
A6	Pearson Correlation	,302*	Valid
A7	Pearson Correlation	,426*	Valid
A8	Pearson Correlation	,601**	Valid
A9	Pearson Correlation	,408*	Valid
A10	Pearson Correlation	,617**	Valid
A11	Pearson Correlation	,649**	Valid
A12	Pearson Correlation	,681**	Valid
A13	Pearson Correlation	,322*	Valid
A14	Pearson Correlation	,387*	Valid
A15	Pearson Correlation	,568**	Valid
A16	Pearson Correlation	,417*	Valid
A17	Pearson Correlation	,552**	Valid
A18	Pearson Correlation	,649**	Valid
A19	Pearson Correlation	,612**	Valid
A20	Pearson Correlation	,358*	Valid
A21	Pearson Correlation	,410*	Valid
A22	Pearson Correlation	,582**	Valid
A23	Pearson Correlation	,440**	Valid
A24	Pearson Correlation	,572**	Valid
A25	Pearson Correlation	,649**	Valid

Tabel 6. Hasil Uji Validitas Tingkat Kepentingan Atribut

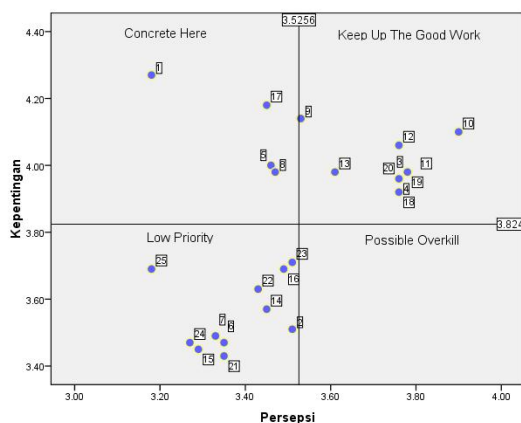
Atribut	Item	Skor Total	Ket
A1	Pearson Correlation	,426**	Valid
A2	Pearson Correlation	,315*	Valid
A3	Pearson Correlation	,521**	Valid
A4	Pearson Correlation	,616**	Valid
A5	Pearson Correlation	,404**	Valid
A6	Pearson Correlation	,291*	Valid
A7	Pearson Correlation	,422**	Valid
A8	Pearson Correlation	,613**	Valid
A9	Pearson Correlation	,446**	Valid
A10	Pearson Correlation	,627**	Valid
A11	Pearson Correlation	,589**	Valid
A12	Pearson Correlation	,534**	Valid
A13	Pearson Correlation	,367**	Valid
A14	Pearson Correlation	,389**	Valid
A15	Pearson Correlation	,571**	Valid
A16	Pearson Correlation	,527**	Valid
A17	Pearson Correlation	,528**	Valid
A18	Pearson Correlation	,627**	Valid
A19	Pearson Correlation	,572**	Valid
A20	Pearson Correlation	,335*	Valid
A21	Pearson Correlation	,359*	Valid
A22	Pearson Correlation	,519**	Valid
A23	Pearson Correlation	,530**	Valid
A24	Pearson Correlation	,533**	Valid
A25	Pearson Correlation	,656**	Valid

Tabel 7. Uji Reliabilitas Persepsi Nasabah dan Tingkat Kepentingan

Atribut	Kepentingan		Persepsi	
	Cronbach's Alpha	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
A1	0,881	Reliabel	0,870	Reliabel
A2	0,885	Reliabel	0,874	Reliabel
A3	0,881	Reliabel	0,868	Reliabel
A4	0,879	Reliabel	0,864	Reliabel
A5	0,880	Reliabel	0,872	Reliabel
A6	0,888	Reliabel	0,872	Reliabel
A7	0,884	Reliabel	0,870	Reliabel
A8	0,880	Reliabel	0,864	Reliabel
A9	0,886	Reliabel	0,870	Reliabel
A10	0,880	Reliabel	0,864	Reliabel
A11	0,879	Reliabel	0,865	Reliabel
A12	0,878	Reliabel	0,867	Reliabel
A13	0,888	Reliabel	0,871	Reliabel
A14	0,885	Reliabel	0,870	Reliabel
A15	0,881	Reliabel	0,866	Reliabel
A16	0,885	Reliabel	0,867	Reliabel
A17	0,882	Reliabel	0,867	Reliabel
A18	0,879	Reliabel	0,864	Reliabel
A19	0,880	Reliabel	0,866	Reliabel
A20	0,887	Reliabel	0,872	Reliabel
A21	0,884	Reliabel	0,871	Reliabel
A22	0,881	Reliabel	0,867	Reliabel
A23	0,885	Reliabel	0,867	Reliabel
A24	0,881	Reliabel	0,867	Reliabel
A25	0,879	Reliabel	0,863	Reliabel

Tabel 8. Usulan Perbaikan Peneliti

Jenis Layanan	Usulan Perbaikan
Desain ATM multifungsi (setor dan tarik).	1. Menggunakan ATM yang mendukung setor tunai, tarik tunai, non tunai, dan cetak buku tabungan. 2. Meningkatkan jaringan dan ketersediaan ATM multi fungsi sebesar 10% (dari 282 titik menjadi 315 titik). 3. Bekerjasama dengan pihak lain untuk menempatkan ATM ditempatnya.
Isi surat perjanjian yang jelas dan mudah dimengerti.	1. Penyederhanaan surat perjanjian, digantikan dengan modul perjanjian. 2. Menggunakan aplikasi berbasis android, ios, dan blackberry untuk akses secara <i>online</i> .
Jumlah <i>merchant</i> yang mendukung layanan bank.	1. Bekerjasama dengan lebih banyak gerai dengan cara mendatangi lebih dulu. 2. Menawarkan diskon pada pelanggan jika menggunakan transaksi dengan debit Y ataupun kartu kredit Y
Kepedulian perusahaan membimbing nasabah dalam berinvestasi.	1. Mengadakan forum diskusi tentang investasi yang memungkinkan anggotanya untuk berbagi pengalaman. 2. Mengadakan seminar yang berkaitan dengan investasi. 3. Menyediakan ruang konsultasi bagi nasabah baik yang masih pemula ataupun yang sudah mahir dalam membaca perekonomian.

Gambar 3. Matrik *Importance Performance Analysis*

Secara keseluruhan, atribut Kecepatan respon admin jejaring sosial tinggi perlu dipertahankan kualitas layanannya, dan atribut Kesigapan karyawan (*cso, teller, security*) dalam menangani masalah nasabah perlu ditingkatkan guna meningkatkan kualitas layanan Bank Y. Sedangkan atribut Desain ATM multifungsi (setor dan tarik) menjadi prioritas utama perbaikan kualitas layanan Bank Y. Dan fokus utama perbaikan ialah pada atribut yang berada pada kuadran *Concrete Here*. Melihat *plotting* usulan perbaikan yang dapat diberikan dapat dilihat pada Tabel 8.

KESIMPULAN

Nilai permainan pada *Game Theory* adalah 0,14, artinya kemenangan bagi pemain baris. Dengan kata lain pada permainan ini dimenangkan oleh Bank X. Terdapat 4 atribut yang menjadi prioritas perbaikan yaitu: (1) Desain ATM multifungsi (setor dan tarik). (2) Isi surat perjanjian yang jelas dan mudah dimengerti. (3) Jumlah merchant yang mendukung layanan Bank. (4) Kepedulian perusahaan membimbing nasabah dalam berinvestasi. Kemudian usulan yang dapat diberikan ialah: (1) Menggunakan ATM yang mendukung setor tunai, tarik tunai, non tunai, dan cetak buku tabungan. (2) Penyederhanaan surat perjanjian, digantikan dengan modul perjanjian. (3) Bekerjasama dengan lebih banyak gerai dengan cara mendatangi lebih dulu. (4) Mengadakan forum diskusi dan seminar yang berkaitan dengan investasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kotler, Philip. *Marketing management: analysis, planning, implementation, control*. New Jersey:Prentice Hall, inc. 1994. ed 8.
- [2] Wibowo, Danny. Dimensi Nilai Jasa Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas (Studi Pada Bank BCA Cabang Surabaya), *Jurnal Manajemen Pemasaran*. 2012. Vol. 7, No. 1, April, ISSN 1907-235X
- [3] Oliver, R, L. A cognitive model of the atecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of marketing research*. 1980. Vol XVII (November), pp.460-469
- [4] Caruana, A. service loyalty: th effect of service quality and the mediating role of customer satisfaction, *European journal of marketing*. 2002. Vol 36 no7/8 pp 811-955
- [5] Aminudin. *Prinsip-prinsip Riset Operasi*. Jakarta:Erlangga. 2005.
- [6] Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta:Andi. 1996.
- [7] Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta:Andi. 2000
- [8] Tjiptono, Fandy, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta:Andi. 2005. Edisi Pertama. Cetakan Pertama
- [9] Tjiptono, Fandy dan Candra, Gregorius. *Pemasaran Strategic*. Yogyakarta:Andi 2012.
- [10] Parasuraman, A., V.A., Zeithml dan L.L., Berry. SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Meansuring Consumer Perseption of Service Quality. *Jurnal of Retailing*. 1998, pp 64
- [11] Hasibuan, Malayu. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2005.
- [12] Djumhana, Muhamad. *Hukum Perbankan di Indonesia*. Bandung:Citra Aditya Bakti. 2003.
- [13] Dimyati, Tjutju Tarliyah dan Dimyati, Ahmad. *Operations Research Model-Model Pengambilan Keputusan*. Bandung: Sinar Baru Algensindo, 2004.
- [14] Ayu, Media Anugerah. *Pengantar Riset Operasional*. Jakarta:Gunadarma, 1996. Ed. 1. Cet. 5
- [15] Sukmadinata, Nana Syaodih Metode penelitian pendidikan Bandung:Remaja Rosdakarya. 2009.
- [16] Johnson, B. & Christensen, L.. *Educational Research 4th Ed.: Quantitative, qualitative, and mix-methods approaches*. California: SAGE Publication. 2012.
- [17] Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang:Universitas Diponegoro. . 2009. Edisi Keempat.