

**LAPORAN AKHIR
PENELITIAN TERAPAN UNGGULAN PERGURUAN TINGGI**



PENGEMBANGAN DAN IMPLEMENTASI MODEL S-OCB DAN SERVQUAL PADA INDUSTRI PERBANKAN DI INDONESIA

Tahun ke 1 dari rencana 3 Tahun

TIM PENGUSUL

Ketua

Dr. Drs. Soni Harsono., M.Si NIDN. 0026116202

Anggota

Harry Widyatoro., SE., M.Si NIDN. 0718026802

Dra. Psi. Tjahjani Prawitowati.,MM NIDN 0714116501

Dr. Basuki Rachmat, SE., MM NIDN 0721017101

Dibiayai oleh:

Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat

Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan

Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi

Sesuai dengan kontrak Penelitian Tahun Anggaran 2018

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
(STIE) PERBANAS SURABAYA
NOVEMBER 2018**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul : PENGEMBANGAN DAN IMPLEMENTASI MODEL S-OCB DAN SERVQUAL PADA INDUSTRI PERBANKAN DI INDONESIA

Peneliti/Pelaksana

Nama Lengkap : Dr. Drs SONI HARSONO, M.Si
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya
NIDN : 0026116502
Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
Program Studi : Manajemen
Nomor HP : 082233423005
Alamat surel (e-mail) : soni@perbanas.ac.id

Anggota (1)
Nama Lengkap : HARRY WIDYANTORO S.E., M.Si
NIDN : 0718026802
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya

Anggota (2)
Nama Lengkap : Dr. Dra TJAHJANI PRAWITOWATI M.M.
NIDN : 0714116501
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya

Anggota (3)
Nama Lengkap : Dr BASUKI RACHMAT M.M.
NIDN : 0721017101
Perguruan Tinggi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas Surabaya

Institusi Mitra (jika ada)
Nama Institusi Mitra : -
Alamat : -
Penanggung Jawab : -
Tahun Pelaksanaan : Tahun ke 1 dari rencana 3 tahun
Biaya Tahun Berjalan : Rp 100,000,000
Biaya Keseluruhan : Rp 634,616,250

Menyetujui,
Ketua STIE Perbanas Surabaya

(Dr. Yadi Sutarto, SE., M.Si)
NIP/NIK 36950154

Kota Surabaya, 13 - 11 - 2018

Ketua,

(Dr. Drs SONI HARSONO, M.Si)
NIP/NIK 19651261993031003

Menyetujui,
Ketua PPNPM STIE Perbanas Surabaya

(Dr. Dra. Ec. Rr. Iramani, M.Si)
NIP/NIK 36900082

RINGKASAN PENELITIAN

Tidak banyak penelitian yang memadukan *Service-Oriented Organizational Citizenship Behaviors* (S-OCB) dan *service quality (servqual)* di perbankan, dua aspek penting dalam merebut dan mempertahankan kesetiaan nasabah. Tujuan penelitian adalah mengekplorasi persepsi, kesenjangan dan hubungan dimensi S-OCB dan servqual dari sisi pegawai dan nasabah perbankan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, melibatkan 399 responden yang meliputi 74 pegawai dan 325 nasabah bank perkreditan rakyat (BPR) dan bank pembangunan daerah (BPD). Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan alat analisis menggunakan WarpPLS. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi nasabah dan pegawai BPR terhadap S-OCB dan *servqual* memiliki rerata lebih tinggi dibandingkan dengan persepsi nasabah dan pegawai BPD. Kesenjangan rerata persepsi dimensi S-OCB dan *servqual*, nasabah mempersepsikan bahwa pegawai memiliki dimensi S-OCB dalam kategori yang sama dengan evaluasi diri dari pegawai sendiri (dalam kategori baik dan sangat baik), meskipun ada perbedaan nilai reratanya. *Servqual* dengan dimensi tangible pada kategori baik, dimensi reliability dan responsiveness, sangat baik meskipun ada perbedaan nilai reratanya. Rerata persepsi pada dimensi S-OCB di BPD termasuk kategori baik meskipun penilaian nasabah lebih tinggi reratanya dibandingkan dengan penilaian dari pegawai sendiri. Rerata persepsi nasabah dan pegawai BPD terhadap *servqual* termasuk kategori baik meskipun ada perbedaan nilai rerata. Menurut pegawai dan nasabah BPR/BPD semua dimensi yang diteliti merupakan cerminan dari S-OCB. S-OCB pegawai dan nasabah BPR dan BPD sama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap *servqual*. Hasil penelitian ini akan menjadi implikasi manajerial karena dilihat dari dua sisi yaitu pegawai dan nasabah perbankan dan berguna bagi management perbankan.

Keyword: *Servqual, Service-Oriented Organizational Citizenship*

PRAKATA

Ucapan terima kasih dan rasa syukur kami yang tiada terhingga kehadiran Tuhan yang Maha Esa, Maha Pengasih dan Maha Penyayang. Jika sampai saat ini kita masih diperkenakan diberi kehidupan serta menikmati indahnya hidup dengan berbagai suka dan dukanya. Salah satu wujud tanda syukur tersebut adalah Tim PTUPT kami telah merampungkan penelitian yang telah dipercayakan kepada kami terkait dengan masalah **Pengembangan dan Implementasi model S-OCB dan Servqual pada Industri Perbankan di Indonesia**. Salah satu sektor unggulan dalam pembangunan ekonomi di Indonesia yang dapat menopang perekonomian nasional dan memajukan masyarakat Indonesia dengan mengembangkan sumber daya manusia khususnya di sector Perbankaan dan mengembangkan kualitas layanan kepada para nasabah yang prima. Penelitian ini juga merupakan upaya kerja nyata dalam mewujudkan peta jalan penelitian STIE Perbanas yang telah menjadi unggulan di STIE Perbanas yaitu terkait dengan **Pengembangan IPTEKS berbasis potensi lokal untuk menciptakan daya saing lembaga keuangan dan perbankan tahun 2020**. Rampungnya penelitian ini tentunya tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak yang langsung atau tidak telah membantu dan mendukung kami. Secara khusus kepada Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon, Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali, Kemenristekdikti melalui Kopertis Wilayah VII Jawa Timur yang telah menyediakan pendanaan untuk mendukung penelitian ini. Atas segala bantuan dan dukungannya, kami sampaikan banyak terimakasih. Ucapan terima kasih juga kami sampaikan kepada Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (PPPM) STIE Perbanas yang telah memfasilitasi sehingga aktivitas penelitian ini dapat berjalan sesuai rencana. Kami hanya bisa berdoa serta berharap kiranya Tuhan yang maha kasih akan membalas setiap jerih-lelah kita semua. Tidak ada kata selesai, oleh sebab itu kami berharap agar, keberlanjutan penelitian ini terus mendapat dukungan dari berbagai pihak. Permohonan maaf kami jika dalam proses melakukan penelitian ini kami banyak melakukan kesalahan baik disengaja maupun tidak, baik dari tutur kata maupun tingkah laku kami, tidak lupa kami menyampaikan permohonan maaf. Kami sadar sekali ada banyak kekurangan dalam penelitian ini, oleh sebab itu kami sangat mengharapkan saran dan kritik dari semua pihak untuk penyempurnaan penelitian ini, sehingga hasil penelitian ini dapat membawa manfaat kepada semua orang.

Tuhan Memberkati!

Surabaya, 1 November 2018

ttd
Tim Peneliti

DAFTAR ISI

5.5.2.	Persepsi nasabah terhadap Kualitas Layanan di BPR dan BPD	61
5.5.3.	Persepsi Pegawai terhadap <i>Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior (S-OOCBs) di BPR dan BPD</i>	62
5.5.4.	Persepsi pegawai terhadap Kualitas Layanan di BPR dan BPD	65
5.5.5.	Kesenjangan dimensi S-OOCBs ditinjau dari persepsi nasabah dan persepsi karyawan BPR Modern Express Ambon	66
5.5.6.	Kesenjangan dimensi kualitas layanan ditinjau dari persepsi nasabah dan pegawai BPR Modern Express Ambon	67
5.5.7.	Kesenjangan dimensi S-OOCBs ditinjau dari persepsi nasabah dan persepsi pegawai BPD Bali.	68
5.5.8.	Kesenjangan dimensi kualitas layanan ditinjau dari persepsi nasabah dan persepsi pegawai BPD Bali.	69
5.5.9.	Dimensi-dimensi S-OOCBs yang mereflesikan S-OOCBs dan pengaruh S-OOCBs terhadap Servqual dari perspektif pegawai BPR Modern Express Ambon.	70
5.5.10.	Dimensi-dimensi S-OOCBs yang mereflesikan S-OOCBs dan pengaruh S-OOCBs terhadap kualitas layanan (<i>servqual</i>) dari perspektif nasabah BPR Modern Express Ambon.	74
5.5.11.	Dimensi-dimensi S-OOCBs yang mereflesikan S-OOCBs dan pengaruh S-OOCBs terhadap kualitas layanan (<i>servqual</i>) dari perspektif Pegawai BPD Bali.	77
5.5.12.	Dimensi-dimensi S-OOCBs yang mereflesikan S-OOCBs dan pengaruh S-OOCBs terhadap Servqual dari perspektif nasabah BPD Bali.	80
BAB VI	RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA	84
	6.1. Rencana Tahapan Berikutnya	84
BAB VII	KESIMPULAN DAN SARAN	85
	7.1. Kesimpulan	85
	7.2. Saran	87
	DAFTAR PUSTAKA	89

Lampiran-lampiran:

Lampiran 1: Artikel

Lampiran 2: Bukti submit

DAFTAR TABEL

Tabel	Keterangan	Halaman
Tabel 3.1.	Rencana Target Capaian Tahunan	12
Tabel 5.1.	Karakteristik Responden Nasabah BPR Modern Express berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan terakhir	17
Tabel 5.2.	Karakteristik responden Nasabah BPR Modern Express berdasarkan profesi utama saat ini dan pendapatan per bulan	17
Tabel 5.3.	Karakteristik Nasabah Responden BPR Modern Express berdasarkan alasan menjadi nasabah, keperluan tabungan dan pihak yang memutuskan menjadi nasabah	18
Tabel 5.4.	Karakteristik Responden Nasabah BPR Modern Express berdasarkan informasi tentang Bank, lama menjadi nasabah	19
Tabel 5.4.	Karakteristik Responden Pegawai BPR Modern Express berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan terakhir	19
Tabel 5.6.	Karakteristik Responden Pegawai BPR Modern Express berdasarkan masa kerja dan jabatan saat ini.	20
Table 5.7.	Karakteristik Responden Nasabah BPD Bali berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan terakhir	21
Tabel 5.8.	Karakteristik responden Nasabah BPD Bali berdasarkan profesi saat ini dan rata-rata pengeluaran per bulan	21
Tabel 5.9.	Karakteristik Nasabah Responden BPD Bali berdasarkan alasan menjadi nasabah, keperluan tabungan dan pihak yang memutuskan menjadi nasabah	22
Tabel 5.10.	Karakteristik Responden Nasabah BPD Bali berdasarkan informasi tentang Bank, lama menjadi nasabah.	23
Tabel 5.11.	Karakteristik Responden Pegawai BPD Bali berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan terakhir	24
Tabel 5.12.	Karakteristik Responden Pegawai BPD Bali berdasarkan masa kerja dan jabatan saat ini	24
Tabel 5.13.	Interval Kelas	26
Tabel 5.14.	Tanggapan Responden nasabah terhadap variabel <i>Service-Oriented Organizational Citizenship Behaviors</i> (SO-OCBs) di BPR Modern Express Ambon	26
Tabel 5.15.	Tanggapan Responden nasabah terhadap variabel <i>Kualitas Layanan</i> di BPR Modern Express Ambon	33
Tabel 5.16.	Tanggapan Responden pegawai terhadap variabel <i>Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior</i> (S-OOCB) di BPR Modern Express Ambon	34
Tabel 5.17.	Tanggapan Responden pegawai terhadap variabel <i>Kualitas Layanan</i> di BPR Modern Express Ambon	40

Tabel 5.18.	Tanggapan Responden nasabah terhadap variabel <i>Service-Oriented Citizenship Behavior</i> (S-OOCBs) di BPD Bali	42
Tabel 5.19.	Tanggapan Responden nasabah terhadap variabel <i>Kualitas Layanan</i> di BPD Bali	48
Tabel 5.20.	Tanggapan Responden pegawai terhadap variabel <i>Service-Oriented Citizenship Behavior</i> (S-OOCBs) di BPD Bali	51
Tabel 5.21.	Tanggapan Responden pegawai terhadap variabel <i>Kualitas Layanan</i> di BPD Bali	57
Tabel 5.22.	Rerata Persepsi Nasabah BPD dan BPR pada <i>Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior</i> (S-OOCBs)	60
Tabel 5.23.	Rerata Persepsi Nasabah BPD dan BPR pada <i>Kualitas Layanan</i>	61
Tabel 5.24.	Rerata Persepsi Pegawai BPD dan BPR pada <i>Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior</i> (S-OOCBs)	63
Tabel 5.25.	Rerata Persepsi pegawai BPD dan BPR pada <i>Kualitas Layanan</i>	65
Tabel 5.26.	Kesenjangan Rerata Antara Persepsi Nasabah dan Persepsi Pegawai BPR Modern Express Ambon pada <i>Dimensi S-OOCBs</i>	66
Tabel 5.27.	Kesenjangan Rerata Antara Persepsi Nasabah dan Persepsi pegawai BPR pada Kualitas Layanan	67
Tabel 5.28.	Kesenjangan Rerata Antara Persepsi Nasabah dan Persepsi pegawai BPD Bali pada <i>Dimensi S-OOCBs</i>	68
Tabel 5.29.	Kesenjangan Rerata Antara Persepsi Nasabah dan Persepsi pegawai BPD Bali pada Kualitas Layanan	69

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Keterangan	Halaman
Gambar 2.1.	Peta Jalan Penelitian	6
Gambar 2.2.	Alir Rencana Strategis Penelitian STIE Perbanas Surabaya 2016-2020	8
Gambar 2.3.	Peta Jalan Pusat Kajian Bisnis dan Perbankan 2016-2020	9
Gambar 4.1.	Fishbone Diagram, Luaran serta Indikator Capaian Penelitian	13
Gambar 4.2.	Kerangka konseptual Penelitian	14
Gambar 5.1.	<i>Model fit and quality indices</i> pegawai BPR	71
Gambar 5.2.	Full Model S-OOCBs – Servqual pegawai BPR	72
Gambar 5.3.	Model fit and quality indices nasabah BPR	74
Gambar 5.4.	Full Model S-OOCBs – Servqual nasabah BPR	75
Gambar 5.5.	<i>Model fit and quality indices</i> pegawai BPD Bali	77
Gambar 5.6.	Full Model S-OOCBs – Servqual pegawai BPD Bali	78
Gambar 5.7.	Model fit and quality indices nasabah BPD Bali	80
Gambar 5.8.	Full Model S-OOCBs – Servqual nasabah BPD Bali	81

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Konsep kualitas layanan sangat menarik banyak perhatian dari kalangan akademisi maupun kalangan praktisi, karena dari kualitas layanan inilah nantinya akan tercipta loyalitas. Oleh sebab itu jika melihat perkembangan riset tentang kualitas layanan maka ada beberapa peneliti yang menjadi rujukan dalam melakukan penelitian tentang kualitas layanan, antara lain adalah (Gronroos, 1984) dengan dimensi kualitas layanan terdiri dari (1) kualitas teknis (*technical quality; what the customer get*) dan (2) kualitas fungisional (*functional quality; how the customer get*) dan Parasuraman, *et al.* (1985) dengan lima dimensi kualitas layanan. Sementara itu (Md. Abdul Jalil *et al.* 2014) mengungkapkan faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk menerima layanan perbankan syariah bagi umat Islam seperti produk dan layanan, keandalan, ketersediaan outlet. Namun, bagi non-Muslim produk dan layanan adalah faktor yang paling penting; faktor penting lainnya bagi mereka adalah kehandalan, ketersediaan outlet dan agama. Dari analisis data telah menemukan bahwa non-Muslim mengambil layanan syariah tidak hanya karena merek Islam tetapi beberapa faktor lain seperti persepsi layanan, kenyamanan pelayanan, organisasi etis.

Selain kualitas layanan dan manfaat yang dicari faktor lain yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah *Organizational Citizenship Behavior* (OCB) yaitu perilaku yang ditunjukkan oleh karyawan yang tidak hanya melakukan karena kewajiban dan tanggung jawabnya namun, karyawan juga melakukan peran yang lebih daripada apa yang menjadi tanggung jawabnya tanpa adanya *reward* atau apapun dari organisasi dan semata-mata hanya untuk kepentingan organisasi untuk tujuannya. Dimensi OCB adalah *customer facilitation*, *organizational involvement*, dan *sportsmanship*. (Kumar, 2014) dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa adanya OCB dari karyawan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan demikian dari perspektif pemasaran, OCB merupakan aspek khusus yang mendukung pemasaran bidang jasa dan berperan dalam meningkatkan layanan kepada pelanggan (Sabiote, 2005 dan Kumar, 2014). Hasil penelitian mendapatkan (Jain, Malhotra dan Guan,

2012) perilaku diluar peran tersebut adalah *Service-Oriented Citizenship Behavior* (S-OCB) yang memberikan kontribusi pada pengelolaan hubungan perusahaan dengan pelanggan, membentuk persepsi pelanggan tentang kualitas layanan prima dan dapat menimbulkan loyalitas pelanggan.

Penelitian sebelumnya oleh (Soni, Tjahjani, Basuki dan Harry, 2016) membuktikan bahwa dimensi S-OCB yang berpengaruh signifikan terhadap kualitas layanan terbanyak ada pada BPD yaitu 6 dimensi dan diurutan kedua BPR. Penelitian ini menimbulkan pertanyaan lanjutan adalah bagaimana S-OCB ini dapat dijadikan sebagai budaya perusahaan yang mendukung layanan pegawai kepada para nasabah dengan tanpa mengabaikan tugas utama mereka, oleh sebab itu perlu dikaji bagaimana mendalami implementasi S-OCB pada berbagai tingkatan dan bagaimana cara melakukan evaluasi implementasi S-OCB, dengan harapan dapat menciptakan kualitas layanan yang prima dan pada akhirnya dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas nasabah.

BAB II

TINJUAN PUSTAKA

2.1. *State of art* bidang penelitian

Loyalitas pelanggan akan terbentuk jika kualitas layanan diterapkan dengan konsisten oleh sebab itu untuk menciptakan kualitas layanan maka (Gronroos, 1984) mengungkapkan bahwa dimensi kualitas layanan terdiri dari (1) kualitas teknis (*technical quality; what the customer get*) dan (2) kualitas fungsional (*functional quality; how the customer get*). Selain itu, (Garvin, 1984) mengungkapkan bahwa untuk membentuk loyalitas pelanggan maka kualitas layanan perlu diterapkan dengan baik oleh manajemen, dimensi kualitas layanan tersebut adalah (1) kinerja (*performance*); (2) corak (*features*); (3) keandalan (*reliability*); (4) *conformance*; (5) daya tahan (*durability*); (6) kemampuan layanan (*serviceability*); (7) keindahan (*aesthetics*) dan (8) kualitas yang dirasakan (*perceived quality*). Penelitian tentang kualitas layanan selanjutnya adalah dari Parasuraman, et al. (1985) dengan dimensi kualitas layanan terdiri dari sepuluh dimensi yaitu (1) reliabilitas; (2) daya tanggap; (3) kompetensi; (4) akses; (5) kesopanan; (6) komunikasi; (7) kredibilitas; (8) keamanan; (9) kemampuan memahami pelanggan dan (10) bukti fisik. Dalam perkembangannya karena penerapan konsep kualitas layanan diterapkan diberbagai sector yang memiliki karakteristik berbeda dan hasil riset yang menunjukan hasil yang berbeda maka (Parasuraman. et al. 1988) melakukan modifikasi konsep kualitas layanan dari penelitian sebelumnya dengan meringkas sepuluh menjadi lima dimensi kualitas layanan yaitu: (1) *responsiveness* (tanggap); (2) *assurance* (jaminan); (3) *emphaty* (empati); (4) *tangible* (keberwujudan) dan (5) *reliability* (keandalan).

Dalam perkembangan selanjutnya banyak peneliti yang melakukan penelitian tentang kualitas layanan, dengan model dan pengukuran yang berbeda serta pada sektor jasa yang berbeda. (Cronin and Taylor, 1992) menyarankan untuk kualitas layanan diukur dengan skala *SERVICE PERFORMANCE (SERVPERF)* dengan menggunakan dimensi *SERVQUAL*. Selanjutnya (Rust and Oliver, 1994) menyarankan untuk mengukur kualitas layanan dengan tiga dimensi, yaitu (1) *service product*; (2) *service delivery* dan (3) *service environment*.

Tidak banyak penelitian kualitas layanan dibidang perbankan yang dilakukan, antara lain dilakukan oleh Parasuraman et al., (1988) dengan 5 dimensi dalam *SERVQUAL*

yaitu *tangible, reliability, responsiveness, emphaty, assurance*. Selanjutnya Cronin and Taylor (1992) dengan 5 dimensi dalam *SERVQUAL* dengan nama *SERVPERF* yaitu *tangible, reliability, responsiveness, emphaty, assurance*. Penelitian selanjutnya oleh Jamal Ahmad and Kyriaki Anastasiadou (2009) dengan 5 dimensi dalam *SERVQUAL* yaitu *Tangible, reliability, responsiveness, emphaty, assurance*. selanjutnya Siddiqi Omar Kazi (2011) dengan *SERVQUAL* 5 dimensi yaitu *tangible, reliability, responsiveness, emphaty, assurance*.

Beberapa penelitian diatas banyak menimbulkan perdebatan mengenai keterbatasan model kualitas layanan (*SERVQUAL*) mengingat kualitas layanan memiliki multi dimensi, sehingga dalam rangka memecah permasalahan tersebut (Brady and Cronin, 2001) menyarankan perlunya memahami dimensi utama sebagai alternatif dari dimensi kualitas layanan, dimensi tersebut adalah kualitas interaksi (*interaction quality*) atau kontak yang terjadi pada proses penyampaian jasa antara penyedia jasa dengan konsumen, kualitas lingkungan fisik (*environment quality*) serta kualitas hasil (*outcome quality*). Secara spesifik (Gronroos, 2000) menekankan bahwa, kualitas interaksi adalah kualitas yang berhubungan erat dengan bagaimana proses layanan itu disampaikan yaitu dilihat dari proses interaksi staf penyedia layanan terhadap pelanggannya.

Terlepas dari perdebatan mengenai dimensi dari kualitas layanan, namun ada hal yang menjadi titik temu dari penelitian tersebut yaitu kualitas layanan dari satu organisasi atau perusahaan yang satu dengan organisasi atau perusahaan lainnya sangat bervariasi, hal ini disebabkan karena perbedaan dalam aspek operasional, budaya organisasi, budaya setempat atau daerah dan bahkan perbedaan itu juga karena lingkupnya yaitu lingkup lokal, domestik atau internasional.

Organisasi mengharapkan memiliki karyawan yang berkomitmen pada organisasi dengan memberikan kontribusi ekstra di luar tugas dan kewajiban pokok, seperti misalnya melayani pelanggan tidak hanya pada jam kerja, bersedia melaksanakan tugas di luar hari dan jam kerja rutin tanpa mengharap imbalan, mempromosikan perusahaan pada pihak lain yang dipertimbangkan membawa manfaat buat perusahaan. Perilaku yang dilakukan secara suka rela oleh karyawan, dengan tidak ada sistem penghargaan formal, dan perilaku tersebut mendukung pada efektivitas serta efisiensi organisasi, disebut sebagai *Organizational Citizenship*

Behavior/ OCB, (Organ, 2006). Terkait dengan layanan kepada pelanggan, maka hal-hal yang dilakukan oleh karyawan diatas harapan standard layanan dari perusahaan tentu saja akan dapat menimbulkan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian lainnya (Kumar, 2014), mengungkapkan OCB dari karyawan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dari perspektif pemasaran, OCB merupakan aspek khusus yang mendukung pemasaran bidang jasa dan berperan dalam meningkatkan layanan kepada pelanggan (Sabiote, 2005; Kumar, 2014). Hasil penelitian sebelumnya (Jain, *et al.* 2012) perilaku diluar peran tersebut adalah *Service-Oriented Citizenship Behavior* (S-OCB) yang memberikan kontribusi pada pengelolaan hubungan perusahaan dengan pelanggan, membentuk persepsi pelanggan tentang kualitas layanan prima dan dapat menimbulkan loyalitas pelanggan. Penelitian selanjutnya dari (Jain, *et al.* 2014) menyimpulkan adanya tiga dimensi dari S-OCB, yaitu loyalitas karyawan, pelayanan dan partisipasi yang dapat membentuk loyalitas pelanggan.

Penelitian tentang OCB dari perspektif pelanggan (dalam penelitian ini adalah nasabah bank) dilakukan oleh (Sabiote dan Roman, 2005) dengan mengembangkan instrumen OCB dari perspektif pelanggan. Dimensi OCB dalam penelitian tersebut adalah *customer facilitation*, *organizational involvement*, dan *sportsmanship*.

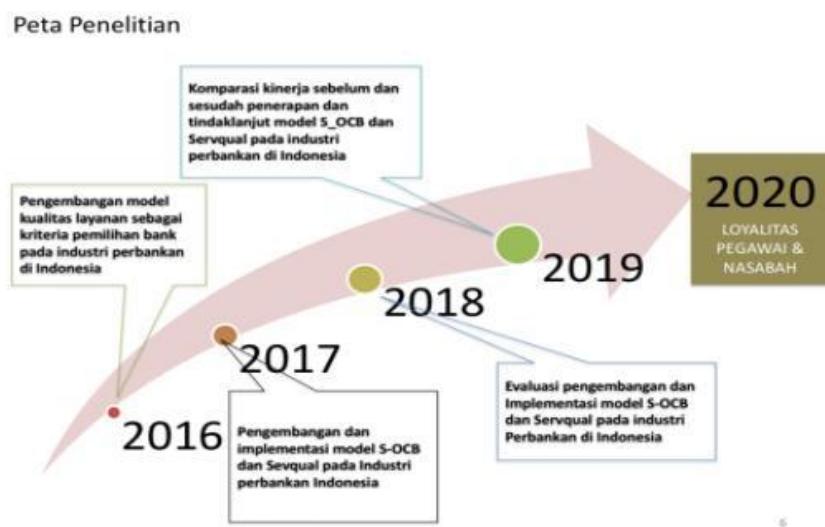
Customer facilitation merupakan perilaku yang berorientasi pada pelanggan dan berkontribusi pada pencapaian tujuan organisasi, seperti memberikan pelayanan ekstra, memberikan alternatif solusi yang menarik bagi pelanggan meskipun harus mengeluarkan usaha ekstra untuk melakukan hal tersebut, memahami situasi yang dihadapi oleh pelanggan, melayani dengan penuh antusias dan semangat. *Organizational involvement* merupakan perilaku yang menggambarkan adanya identifikasi dan kepatuhan pada perusahaan, seperti mempromosikan perusahaan pada pihak luar, menjaga sikap positif, dan secara aktif menjaga nama baik perusahaan. Dimensi ketiga yaitu *Sportmanship* merupakan perilaku yang menunjukkan adanya kesediaan untuk bertoleransi pada situasi yang menimbulkan ketidaknyamanan tanpa mengeluh.

(Sabiote dan Roman, 2005) melihat hubungan antara S-OCB dari perspektif pelanggan dengan persepsi kualitas layanan, kepuasan, kepercayaan dan *word of mouth* (WOM). Interaksi antara karyawan *frontline* dengan pelanggan merupakan bagian kritis dari

proses layanan jasa, (Zeithaml and Bitner, 2000) dalam (Sabiote dan Roman, 2005), dimana kepuasan pelanggan dan kesediaan pelanggan untuk bertransaksi kembali dengan perusahaan ditentukan oleh kualitas dari karyawan yang melakukan kontak dengan pelanggan. Hal tersebut yang mendasari mengapa S-OCB menjadi bagian penting dalam proses layanan kepada pelanggan, karena adanya S-OCB akan mempengaruhi persepsi pelanggan mengenai kualitas layanan dari perusahaan. Persepsi positif mengenai kualitas layanan yang selanjutnya menimbulkan persepsi mengenai kualitas karyawan yang melakukan pelayanan akan mempengaruhi tingkat kepuasan dari pelanggan. Ketika pelanggan berinteraksi dengan karyawan, maka pelanggan akan menilai, memonitor perilaku-perilaku karyawan yang membawa manfaat dan memiliki nilai kepuasan bagi pelanggan, seperti memberikan solusi dari permasalahan dan menyelesaikan setiap keluhan dengan baik.

2.2. Peta Jalan Penelitian

Dalam penelitian ini juga akan ditunjukkan peta jalan penelitian dari pengusul yang merupakan bagian dari fokus penelitian STIE Perbanas. Peta jalan tersebut tersaji pada Gambar 2.1:



Gambar 2.1. Peta Jalan Penelitian

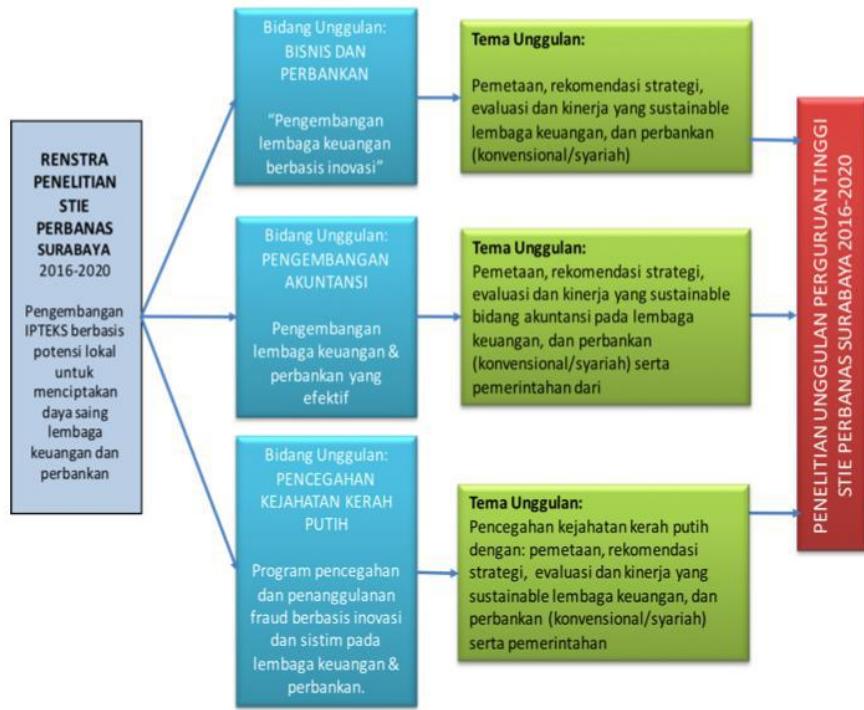
2.3. Studi pendahuluan yang telah dilaksanakan dan hasil yang sudah dicapai oleh pengusul

Pengusul sudah melakukan penelitian yang berhubungan dengan perilaku konsumen dengan judul ***BP+SC Model: Sebuah model dengan pendekatan citra diri dan citra***

merek untuk membangun loyalitas pelanggan batik Madura di Surabaya. Penelitian ini memperoleh hibah fundamental tahun pendanaan 2014 dan telah dipublikasikan di *International Journal of Applied Business and Economic Research (IJABER)* terindek Scopus Q4. Penelitian berikutnya berjudul *DJ Model: Sebuah model pemulihan layanan terhadap kepuasan mahasiswa dengan pendekatan keadilan distributif, interaksional dan prosedural pada perguruan tinggi swasta*. Penelitian ini juga mendapat hibah fundamental untuk pendanaan 2015 dan telah dipublikasikan di *PEOPLE: International Journal of Social Sciences* terindek Copernicus dan Google Scholar. Penelitian PUPT tahun 2016 dengan judul “**Pengembangan model kualitas layanan sebagai kriteria pemilihan bank pada Industri Perbankan di Indonesia**”, telah dipublikasikan pada bulan Juni 2017 pada *Polish of Journal of Management Studies (PJMS)* terindek Scopus Q2. Sedangkan PTUPT 2018 mengambil judul “**Pengembangan dan Implementasi Model S-OCB dan Servqual Pada Industri Perbankan di Indonesia**”. Dengan demikian penelitian ini merujuk pada peta penelitian yang telah gariskan dalam rencana strategis penelitian STIE Perbanas.

2.4. Renstra dan Peta Jalan Penelitian STIE Perbanas

Arah penelitian STIE Perbanas berfokus pada 3 bidang yaitu: bidang bisnis dan perbankan, bidang pengembangan akuntansi serta bidang penelitian dan pencegahan kejahatan kerah putih di mana setiap bidang tersebut merujuk pada fokus penelitian unggulan perguruan tinggi yang telah disepakati dengan tema: “**Pengembangan IPTEKS berbasis potensi lokal untuk menciptakan daya saing lembaga keuangan dan perbankan tahun 2020**”. Dari tema tersebut ditunjang oleh para peneliti/dosen dari berbagai unsur antara lain dari program studi dan Pusat Kajian yang ada di STIE Perbanas maka dapat disusun topik-topik penelitian. Berikut adalah bagan alir Rencana Strategis Penelitian STIE Perbanas Surabaya tahun 2016-2020, seperti yang ditunjukan pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2. Alir Rencana Strategis Penelitian STIE Perbanas Surabaya 2016-2020

Untuk mencapai luaran penelitian, tim peneliti dalam penelitian ini adalah kolaborasi bidang pemasaran, bidang SDM dan Psikologi serta bidang teknologi informasi, sehingga rasa optimisme luaran penelitian ini akan tercapai dengan demikian penelitian ini akan mendukung capaian rencana strategis yaitu menciptakan daya saing perbankan tahun 2020.Untuk tercapainya rencana strategis STIE Perbanas, maka masing-masing bidang telah membuat peta jalan seperti yang ditunjukkan pada Gambar 2.2.

2.5. Luaran Penelitian

Luaran penelitian ini adalah manual instrumen pemetaan kompetensi S-OCB dan Servqual, Software instrumen rekrutmen seleksi yang berhubungan dengan S-OCB dan Servqual, buku ajar tentang S-OCB dan Servqual ber ISBN. Hasil penelitian ini diharapkan diterbitkan dalam **Jurnal Internasional bereputasi** serta pemakahan pada **Seminar Internasional**.



Gambar 2.3. Peta Jalan Pusat Kajian Bisnis dan Perbankan 2016-2020

2.6. Pentingnya riset yang diusulkan dalam mendukung capaian Renstra

Penelitian STIE Perbanas Surabaya

Rencana Strategis Penelitian STIE Perbanas merupakan acuan dari peneliti dalam mengembangkan Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi. Terciptanya daya saing perbankan yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah membuat dan memadukan model S-OCB dengan Servqual yang belum pernah dilakukan pada perbankan.

Dengan demikian maka terciptanya daya saing perbankan dilakukan dengan cara menguji pengembangan dan penyusunan perangkat implementasi model S-OCB dengan Servqual, melakukan evaluasi pengembangan dan implementasi model S-OCB dan Servqual serta melakukan komparasi kinerja sebelum dan sesudah penerapan dan

tindaklanjut model S-OCB dan Servqual bank perkreditan rakyat dan bank pembangunan daerah.

Tujuan jangka panjang penelitian diharapkan adalah **manual instrument pemetaan kompetensi S-OCB dan Sevqual pegawai perbankan, Software instrumen S-OCB dan Servqual**. Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat didesiminasi pada **Forum Seminar Internasional, buku ajar tentang S-OCB dan Servqual ber ISBN, dan dipublikasikan pada *Internasional Jurnal bereputasi*.**

BAB III

TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

3.1.Tujuan Khusus Penelitian

Tujuan khusus penelitian ini adalah untuk menganalisis implementasi, mengevaluasi efektivitas hasil, menganalisis perbedaan dan solusi masalah S-OCB dengan servqual pada bank perkreditan rakyat dan bank pembangunan daerah.

Tahapan pertama penelitian (tahun 1), peneliti menguji pengembangan dan penyusunan perangkat implementasi model S-OCB dengan Servqual pada bank perkreditan rakyat dan bank pembangunan daerah. **Tahapan kedua (Tahun 2)**, peneliti melakukan Evaluasi pengembangan dan Implementasi model S-OCB dan Servqual bank perkreditan rakyat dan bank pembangunan daerah. **Tahapan ketiga (Tahun 3)**, peneliti melakukan komparasi kinerja sebelum dan sesudah penerapan dan tindaklanjut model S-OCB dan Servqual bank perkreditan rakyat dan bank pembangunan daerah.

Beberapa penelitian tentang S-OCB, Servqual, Kepuasan dan Loyalitas meliputi pengujiannya dilakukan secara parsial. Penelitian ini akan memadukan model S-OCB dengan Servqual yang berhubungan dengan kepuasan serta loyalitas nasabah yang selama ini dilakukan secara parsial. Urgensi penelitian ini adalah belum ditemukannya penelitian-penelitian dibidang Marketing maupun MSDM yang memadukan dua model S-OCB dan Servqual pada BPR dan BPD yang pada akhirnya akan menciptakan kepuasan dan loyalitas nasabah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat diterapkan pada rekrutmen pegawai di perbankan, para pengambil keputusan di perbankan serta bagi para peneliti.

3.2.Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi yang berarti untuk pengembangan literatur Manajemen Pemasaran, Manajemen Sumber Daya Manusia serta Perbankan baik untuk praktek maupun kebijakan.

Kontribusi untuk literatur Manajemen Pemasaran adalah penelitian ini mencoba untuk memadukan S-OCB yang merupakan bagian dari ilmu Manajemen Sumber Daya Manusia dan Psikologi dengan Servqual yang merupakan bagian dari Ilmu Manajemen

Pemasaran dengan demikian Pemasaran Internal di Perbankan akan berdampak pada kepuasan dan loyalitas dari nasabah akan terwujud.

Kontribusi praktik dan kebijakan dari penelitian ini adalah dengan adanya manual instrumen pemetaan kompetensi S-OCB dan Servqual perbankan serta software instrument S-OCB dan Servqual.

Rencana target capaian tahunan penelitian ini adalah publikasi pada jurnal internasional bereputasi, pemakalah dalam pertemuan ilmiah internasional, hak cipta manual instrumen pemetaan kompetensi S-OCB dan Servqual perbankan serta software instrument S-OCB dan Servqual, buku ajar tentang S-OCB dan Servqual ber ISBN. Tabel 3.1. menyajikan rencana target capaian tahunan PTUPT ini.

**Tabel 3.1
Rencana Target Capaian Tahunan**

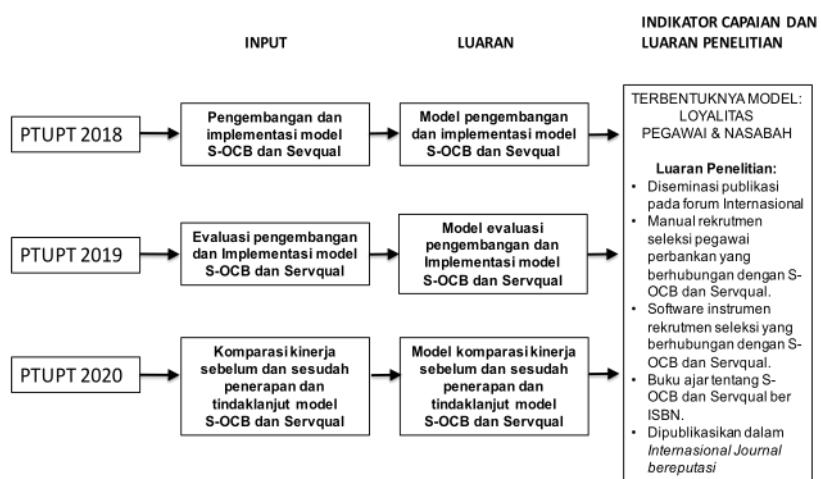
No	Jenis Luaran	Indikator Capaian		
		2018	2019	2020
1	Publikasi ilmiah2)	Internasional	Submitted	Submitted
		Nasional terkreditasi	-	-
2	Pemakalah dalam pertemuan ilmiah 3)	Internasional	Terdaftar	Terdaftar
		Nasional	-	-
3	Keynote speaker dalam pertemuan ilmiah 4)	Internasional	-	-
		Nasional	-	-
4	Visiting Lecturer	Internasional	-	-
5	Hak atas kekayaan Intelektual 6)	Paten	-	-
		Paten sederhana	-	-
		Hak cipta	Draft	Draft
		Merek dagang	-	-
		Desain produk industri	-	-
		Indikasi geografis	-	-
		Perlindungan varietas tanaman	-	-
		Perlindungan topografi sirkuit terpadu	-	-
6	Teknologi Tepat guna		-	-
7	Model/Purwarupa/Desain/Karya seni/Rekayasa Sosial 7)		-	-
8	Buku Ajar (ISBN) 8)		-	-
9	Tingkat Kesiapan Teknologi (TKT) 9)		Tingkat 6	Tingkat 6
				Tingkat 7

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1. Fishbone, Input, Luaran dan Indikator Capaian Penelitian

Sesuai dengan tujuan utama dari penelitian, maka berikut ini di sajikan diagram fishbone, input, luaran dan indikator capaian nampak seperti Gambar 4.1.



Gambar 4.1. Fishbone Diagram, Luaran serta Indikator Capaian Penelitian

4.2. Desain Penelitian

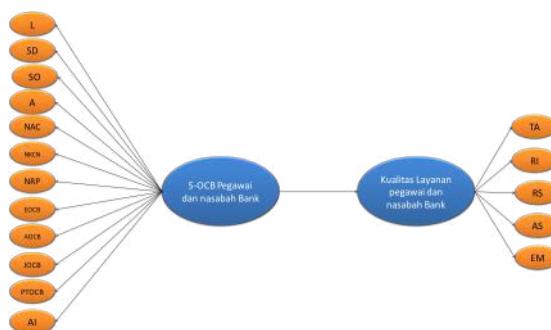
Penelitian ini mengadopsi instrumen SERVQUAL dari (Parasuraman *et al.* 1988) sebagai faktor pemilihan bank untuk melihat bagaimana persepsi nasabah bank terhadap dimensi SERVQUAL yang terdiri dari: *tangibles*, *reliability*, *assurance*, *empathy*, dan *responsiveness* dengan dua puluh dua (22) item pertanyaan sebagai kriteria seleksi perbankan. Penelitian ini juga mengadopsi dimensi S-OCB dari (Sabioye and Roman, 2005) yaitu *customer facilitation*, *organizational involvement*, dan *sportsmanship*. Instrumen penelitian ini memiliki lima bagian utama yaitu (1) profil demografi yang meliputi empat pertanyaan; (2) instrumen SERVQUAL; (3) instrumen S-OCB dan (5) pertanyaan terbuka. Untuk mengukur instrumen penelitian ini digunakan lima poin skala Likert mulai dari sangat tidak penting (skor 1); tidak penting (skor 2); ragu-ragu (skor 3); penting (skor 4); penting sekali (skor 5).

4.3. Populasi, Sampel Penelitian dan Teknik Penarikan Sampel

Populasi penelitian ini adalah pegawai dan nasabah BPR dan BPD di Indonesia. Sampel dalam penelitian ini adalah pegawai Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon dan Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali. Data penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan di kepada pegawai terpilih/dipilih oleh manajemen serta nasabah perbankan. Kuesioner yang dibagikan 405 responden yang meliputi 25 pegawai dan 5 kepada pimpinan BPR dan 125 nasabah BPR, 40 pegawai dan 10 pimpinan BPD dan 200 nasabah BPD. Penyebaran kuisioner akan dilaksanakan pada bulan Mei – Juni 2018.

4.4. Kerangka Konseptual Penelitian

Setelah menyusun alir penelitian, maka perlu disusun kerangka konseptual. Kerangka konseptual disusun untuk menjelaskan variabel-variabel mana yang berkedudukan sebagai variabel bebas dan variabel terikat.



Sumber: Parasuraman *et al.* (1988); Kumar (2014); Sabiote & Roman (2005)

Gambar 4.2. Kerangka konseptual Penelitian

4.5. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). *Partial Least Square* (PLS) merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian. *Partial Least Square* (PLS) merupakan pendekatan alternatif yang bergeser dari pendekatan SEM berbasis kovarian menjadi berbasis varian.

BAB V

HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI

Merujuk pada BAB III tentang metode penelitian, bahwa metode atau teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini meliputi analisis deskriptif dan analisis statistik. Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui gambaran umum tentang data penelitian atau untuk mengetahui sebaran dalam data penelitian. Analisis statistik digunakan untuk membuktikan hipotesis penelitian. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan menggunakan pendekatan *Partial Least Square* (PLS). *Partial Least Square* (PLS) merupakan model persamaan *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis komponen atau varian dan juga menggunakan program SPSS.

5.1. Uji Validitas dan Reliabilitas sampel kecil

sebelum melakukan tahapan analisis data yang lebih mendalam, maka tahap awal yang harus dilakukan adalah dengan menguji instrumen penelitian. Pengujian ini instrumen ini dilakukan dengan tahapan sebagai berikut:

1. Tahap pertama dengan melakukan face validity. tim meminta pendapat dan masukan dari rekan dan para ahli penelitian. Ada 2 (dua) aktivitas yang dilakukan oleh tim adalah dengan: (1) meminta masukan dan pendapat dari rekan lain kantor serta menanyakan apakah ada pertanyaan maupun pernyataan yang kurang atau sulit dipahami. Dari rekan sekerja di peroleh jika ada beberapa pernyataan yang sulit di mengerti, sehingga kuesioner di revisi kembali. (2) Face validity selanjutnya adalah meminta masukan kepada ahli, dalam hal ini tim meminta bantua kepada Bapak Dr. Yudi Sutarso., SE., M.Si. Dari beliau di dapatkan beberapa masukan untuk penyempurnaan instrument penelitian.
2. Tahap kedua adalah dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas instrument. Tes ini dilakukan pada 36 nasabah BPR Modern Express Ambon dan 34 pegawai BPR Modern Express Ambon.

Dari hasil uji sampel kecil di peroleh hasil sebagai berikut:

1. Penilaian nasabah untuk indikator variable S-OOCB dinyatakan semuanya valid, ini terbukti *correlation of significant* < 0.05 .

2. Penilaian nasabah untuk indikator kualitas layanan dinyatakan ada 1 (satu) indicator yang tidak valid karena nilai correlation of significant > 0.05. Indikator tersebut adalah **ta 4** dengan nilai correlation sebesar 0.169.
3. Penilaian nasabah untuk indikator variable CCB dalam penilaian nasabah dinyatakan bahwa ada 2 (dua) indikator yaitu inditator **CCB-1** dinyatakan tidak valid dengan nilai correlation of significant sebesar 0.262 dan **T-2** dengan nilai correlation of significant 0.149.
4. Dengan demikian indicator pada variable kualitas layanan dari aspek nasabah yang tidak valid: ta4, dan indicator variable CCB_1 dan T-2 dikeluarkan dari model.
5. Penilaian nasabah untuk semua variable S-OOCB, kualitas layanan dan CCB dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha > 0.60. Nilai Cronbach Aplha untuk: S-OOCB adalah 0.751; kualitas layanan 0.748 dan CCB 0.667.
6. Penilaian pegawai untuk indicator variable S-OOCBs dan kualitas layanan dari dinyatakan valid, karena nilai correlation of significant < 0.05.
7. Penilaian pegawai untuk variable S-OOCBs dan kualitas layanan dinyatakan reliabel, karena nilai Cronbach Alpha S-OOCBs sebesar 0.750 dan kualitas layanan sebesar 0.752.

5.2. Gambaran Umum Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon.

Berikut ini akan dideskripsikan tentang karakteristik responden dari nasabah BPR Modern Express Ambon.

Tabel 5.1.
Karakteristik Responden Nasabah BPR Modern Express berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan terakhir

Jenis Kelamin			Usia			Pendidikan terakhir		
Laki	69	56%	17-25	7	5,69%	SMU	33	28,6%
Wnt	53	43%	>25-35	37	30,1%	Diploma	11	8,94%
			>35-45	35	25,5%	S1	68	55,3%
			>45-55	30	24,4%	S2	9	7,32%
			>55-65	10	8,13%	S3	1	0,81%
			> 65	3	2,44%			
Jumlah	123	100%	Jumlah	123	100%	Jumlah	123	100%

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan Table 5.1. Responden dari nasabah BPR Modern Express sebanyak 123, dari total responden tersebut 53 orang wanita atau sebanyak 43% dan

69 laki-laki (56%). Usia responden didapat informasi bahwa sebanyak 37 responden (30,1%) adalah berusia >25-35 tahun, sedangkan urutan kedua adalah berusia >35-40 tahun sebanyak 35 atau 25,5%, menempati urutan ketiga berusia >45-55 tahun sebanyak 30 atau 24,4%, urutan keempat adalah berusia >55-65 tahun sebanyak 10 atau 8,13% dan yang berusia 17-25 tahun sebanyak 7 atau 5,69% dan usia >65 tahun sebanyak 3 orang atau 2,44%.

Berdasarkan Tabel 5.1 di dapat informasi bahwa dari total 123 responden yang berpendidikan S1 merupakan responden terbanyak yaitu sebanyak 68 atau 55,3%, urutan kedua adalah berpendidikan SMU sederajat sebanyak 33 atau 28,6%, urutan ketiga adalah berpendidikan diploma sebanyak 11 atau 8,94%, urutan selanjutnya adalah berpendidikan S2 sebanyak 9 atau 7,32% dan yang terakhir adalah pendidikan S3 sebanyak 1 atau 0,81%

**Tabel 5.2
Karakteristik responden Nasabah BPR Modern Express berdasarkan profesi utama saat ini dan pendapatan per bulan.**

Profesi saat ini	Rata-rata pengeluaran per bulan				
Pengusaha/wiraswasta	11	8,94%	Kurang dari 1.000.000	2	1,63%
Pegawai swasta	57	46,34%	1.000.001 s/d 2.000.000	10	8,13%
Pegawai BUMN	12	9,75%	2.000.001 s/d 3.000.000	26	21,1%
Profesional	5	4,06%	3.000.001 s/d 4.000.000	33	26,8%
TNI/Polri	1	0,81%	4.000.001 s/d 5.000.000	15	12,2%
Ibu rumah tangga	5	4,06%	5.000.001 s/d 6.000.000	19	15,4%
Petani	0	0%	Lebih dari 7.000.001	17	13,8%
Nelayan	0	0%			
lainnya	31	25,2%			
Jumlah	123	100%	Jumlah	123	100%

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan Tabel 5.2. dari total responden sebanyak 123 di dapat informasi profesi responden saat ini yang terbanyak adalah pegawai swasta sebesar 57 atau 46,34%, urutan kedua adalah pegawai BUMN sebanyak 11 atau 9,75%, urutan ketiga adalah pengusaha sebesar 11 atau 8,94%, sedangkan urutan keempat adalah profesional dan ibu rumah tangga sebanyak 5 atau 4,06%, urutan kelima adalah TNI/Polri sebanyak 1 atau 0,81%.

Berdasarkan pendapatan perbulan diperoleh informasi yaitu pendapatan terbanyak responden adalah kisaran 3.000.001 s/d 4.000.000 sebanyak 33 atau 26,8%, urutan kedua adalah kisaran 2.000.001 s/d 3.000.000 sebanyak 26 atau 21,1%. Urutan ketiga adalah pendapatan dalam kisaran 5.000.001 s/d 6.000.000 sebanyak 17 atau

16,4% dan urutan keempat adalah kisaran >7.000.000 sebanyak 17 atau 13,8% urutan kelima adalah kisaran 4.000.001 s/d 5.000.000 sebanyak 15 atau 12,2%, urutan keenam adalah pedapatan 1.00.001 s/d 2.000.000 sebanyak 10 atau 8,13% serta yang terakhir adalah kurang dari 1.000.000 sebanyak 2 atau 1,63%.

Tabel 5.3.

Karakteristik Nasabah Responden BPR Modern Express berdasarkan alasan menjadi nasabah, keperluan tabungan dan pihak yang memutuskan menjadi nasabah.

Alasan menjadi Nasabah		Keperluan Tabungan			Pihak yang memutuskan menjadi nasabah		
Tersedianya ATM	0 %	Keluarga	98 80,3%	Saya sendiri	80 65,57%		
Aktivitas promosi	6 4,87%	Bisnis	9 7,38%	Perusahaan/kantor	15 12,29%		
Kantor cabang yang banyak	46 37,39%	Kantor	7 5,74%	Mitra bisnis	4 3,27%		
Hadiah	0 0%	lainnya	14 11,38%	Keluarga	21 17,21%		
Bunga tabungan menarik	56 45,52%			Lainnya	2 1,63%		
Lainnya (sebutkan)	14 11,38%						
Jumlah	123 100%	Jumlah	122 100%	Jumlah	123 100%		

Sumber: diolah peneliti

Tabel 5.3. menyajikan informasi dari responden alasan menjadi nasabah Bank BPR Modern Express yang terbanyak adalah karena bunga tabungan menarik sebesar 56 atau 45,52%, urutan kedua adalah alasannya karena kantor cabang yang banyak sebanyak 46 atau 37,39%, urutan ketiga adalah karena faktor lainnya yaitu 14 atau 11,38%, urutan keempat adalah karena aktivitas promosi sebanyak 6 atau 4,87%.

Informasi mengenai tabungan mereka dipergunakan untuk keperluan keluarga sebanyak 98 atau 80,3% merupakan yang terbanyak, sedangkan urutan kedua adalah untuk keperluan lainnya sebanyak 14 atau 11,38%, urutan ketiga adalah untuk keperluan bisnis sebanyak 9 atau 7,38%, yang terakhir adalah untuk keperluan kantor sebanyak 7 atau 5,74%. Sedangkan informasi tentang pihak yang memutuskan responden menjadi nasabah adalah yang terbanyak karena inisiatif sendiri yaitu 80 atau 65,57%, keluarga pada urutan kedua sebanyak 21 atau 17,21%, urutan ketiga adalah perusahaan atau kantor sebanyak 15 atau 12,29%, urutan keempat adalah mitra bisnis sebanyak 4 atau 3,27%, dan lainnya sebanyak 2 atau 1,63%.

Tabel 5.4.
Karakteristik Responden Nasabah BPR Modern Express berdasarkan informasi tentang Bank, lama menjadi nasabah.

Informasi tentang Bank			Lama menjadi nasabah		
Media cetak (koran/majalah/brosur)	8	6,55%	Kurang dari 6 bln	11	9,02%
Media elektronik (TV/radio)	2	1,63%	6-12 bln	11	9,02%
Internet	5	4,09%	1-2 thn	19	15,6%
Teman/kenalan	44	36,06%	2-4 thn	21	25,4%
Keluarga	26	21,31%	Lebih dari 4 thn	50	41%
Kantor/pegawai bank	37	30,33%			
Jumlah	123	100%	Jumlah	123	100%

Sumber: diolah peneliti

Tabel 5.4. menyajikan informasi dari responden tentang dari mana responden mendapat informasi BPR Modern Express. Terbanyak responden menjawab adalah dari teman/kenalan/keluarga sebanyak 44 atau 36,06%, urutan kedua adalah pegawai BPR sebanyak 37 atau 30,33%, sedangkan urutan ketiga sebanyak 26 atau 21,21% dari keluarga, urutan kempat adalah dari media (koran/majalah/brosur) sebanyak 8 atau 6,55%, urutan kelima adalah dari internet sebanyak 5 atau 4,09 dan yang terakhir adalah dari media elektronik (TV/radio) yaitu sebesar 2 atau 1,63%.

Informasi tentang lamanya responden menjadi nasabah adalah terbanyak adalah lebih dari 4 tahun yaitu sebesar 50 atau 41%, urutan kedua antara 2-4 tahun sebanyak 21 atau 25,4%, urutan ketiga adalah 1-2 tahun sebanyak 19 atau 15,6%, urutan keempat lama menjadi nasabah kurang dari 6 bulan dan 6-12 bulan adalah sama-sama sebanyak 11 atau 9,02%.

Berikut ini dideskripsikan tentang karakteristik pegawai BPR Modern Express Ambon sebagai berikut:

Tabel 5.5.
Karakteristik Responden Pegawai BPR Modern Express berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan terakhir

Jenis Kelamin			Usia			Pendidikan terakhir		
Laki-laki	21	61,76%	17-25	2	5,88%	SMU	3	8,22%
Wanita	13	38,24%	>25-35	23	67,6%	Diploma	2	5,88%
			>35-45	3	8,82%	S1	29	85,3%
			>45-55	6	17,6%	S2	0	0%
			>55-65	0	0%	S3	0	0%
Jumlah	34	100%	Jumlah	34	100%	Jumlah	34	100%

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan Table 5.5. Responden dari pegawai BPR Modern Express sebanyak 34, dari total responden tersebut 21 orang laki-laki atau sebanyak 61,76%

dan 13 wanit (38,24%). Usia responden didapat informasi bahwa sebanyak 23 responden (67,6%) adalah berusia >25-35 tahun, sedangkan urutan kedua adalah berusia >45-55 tahun sebanyak 6 atau 17,6%, menempati urutan ketiga berusia >35-45 tahun sebanyak 3 atau 8,82%, urutan keempat adalah berusia >17-25 tahun sebanyak 2 atau 5,88%.

Berdasarkan Tabel 5.5 di dapat informasi bahwa dari total 34 responden yang berpendidikan S1 merupakan responden terbanyak yaitu sebanyak 29 atau 85,3%, urutan kedua adalah berpendidikan SMU sederajat sebanyak 3 atau 8,22%, urutan ketiga adalah berpendidikan diploma sebanyak 2 atau 5,88%.

**Tabel 5.6.
Karakteristik Responden Pegawai BPR Modern Express berdasarkan masa kerja dan jabatan saat ini.**

Masa kerja	Jabatan saat ini		
Kurang dari 1 tahun	1	2,94%	CS
> 1 tahun s/d < 2 tahun	2	5,88%	Teller
>2 tahun s/d < 4 tahun	10	29,4%	Back Office
>4 tahun s/d < 6 tahun	10	29,4%	Marketing
>6 tahun	11	32,4	Lain-lain
Jumlah	34	100%	Jumlah
			34
			100%

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan Table 5.6. masa kerja pegawai BPR Modern Express sebanyak 11 orang (32,4%) memiliki masa kerja lebih dari 6 tahun, urutan kedua antara 2 tahun s/d 4 tahun dan 4 tahun s/d kurang dari 6 tahun sama-sama sebanyak 10 orang (29,4%), urutan ketiga adalah antara 1 tahun s/d 2 tahun sebanyak 2 orang (5,88%) dan urutan terakhir kurang dari 1 tahun sebanyak 1 orang (2,94%).

Berdasarkan Tabel 5.6 di dapat informasi bahwa dari total 34 pegawai BPR Modern Express yang berjabatan lain-lain sebanyak 16 orang (47,1%) merupakan responden terbanyak, urutan kedua adalah berjabatan marketing sebanyak 10 orang atau 29,4%, urutan ketiga adalah berjabatan back office sebanyak 4 orang (11,8%), urutan keempat berjabatan CS sebanyak 3 orang (8,82%) dan yang terakhir adalah berjabatan teller sebanyak 1 orang (2,94%).

5.3. Gambaran Umum Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali.

Berikut ini akan dideskripsikan tentang karakteristik responden dari nasabah BPD Bali.

Tabel 5.7.
Karakteristik Responden Nasabah BPD Bali berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan terakhir

Jenis Kelamin			Usia			Pendidikan terakhir		
Laki	99	49%	17-25	54	26,7%	SMU	73	36,1%
Wnt	103	51%	>25-35	61	30,2%	Diploma	16	7,92%
			>35-45	42	20,8%	S1	98	48,5%
			>45-55	33	16,3%	S2	13	6,44%
			>55-65	10	4,95%	S3	2	0,99%
			> 65	2	0,99%			
Jumlah	202	100%	Jumlah	202	100%	Jumlah	202	100%

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan Table 5.7. Responden dari nasabah BPD Bali sebanyak 202, dari total responden tersebut 103 orang wanita atau sebanyak 51% dan 99 laki-laki (49%). Usia responden didapat informasi bahwa sebanyak 61 responden (30,2%) adalah berusia >25-35 tahun, sedangkan urutan kedua adalah berusia 17-25 tahun sebanyak 54 atau 26,7%, menempati urutan ketiga berusia >35-45 tahun sebanyak 42 atau 20,8%, urutan keempat adalah berusia >45-55 tahun sebanyak 33 atau 16,3%, urutan kelima berusia >55-65 sebanyak 10 (4,95% (dan yang berusia >65 tahun sebanyak 2 atau 0,99% urutan keenam.

Berdasarkan Tabel 5.7 di dapat informasi bahwa dari total 202 responden yang berpendidikan S1 merupakan responden terbanyak yaitu sebanyak 98 atau 48,5%, urutan kedua adalah berpendidikan SMU sederajat sebanyak 73 atau 36,1%, urutan ketiga adalah berpendidikan diploma sebanyak 16 atau 7,92%, urutan selanjutnya adalah berpendidikan S2 sebanyak 13 atau 6,44% dan yang terakhir adalah pendidikan S3 sebanyak 2 atau 0,99%.

Tabel 5.8
Karakteristik responden Nasabah BPD Bali berdasarkan profesi saat ini dan rata-rata pengeluaran per bulan.

Profesi saat ini			pendapatan per bulan		
Pengusaha/wiraswasta	28	13,86%	Kurang dari 1.000.000	17	8,42%
Pegawai swasta	101	51,48%	1.000.001 s/d 2.000.000	44	21,28%
Pegawai BUMN	7	3,46%	2.000.001 s/d 3.000.000	43	21,23%
Profesional	0	0%	3.000.001 s/d 4.000.000	32	15,8%
TNI/Polri	4	1,98%	4.000.001 s/d 5.000.000	18	8,91%
Ibu rumah tangga	6	2,97%	5.000.001 s/d 6.000.000	25	12,4%
Petani	1	0,5%	Lebih dari 7.000.001	23	11,4%
Nelayan	0	0%			
lainnya	52	25,7%			
Jumlah	202	100%	Jumlah	202	100%

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan Tabel 5.8. dari total responden sebanyak 202 di dapat informasi profesi responden saat ini yang terbanyak adalah pegawai swasta sebesar 101 atau 51,48%, urutan kedua adalah berprofesi lainnya sebanyak 52 atau 25,7%, urutan ketiga adalah pengusaha/wiraswasta sebesar 28 atau 13,86%, sedangkan urutan keempat adalah pegawai BUMN sebanyak 7 atau 3,46%, urutan kelima adalah ibu rumah tangga sebanyak 6 atau 2,97%, urutan keenam adalah TNI/Polri sebanyak 4 responden (1,98%) dan urutan terakhir atau ketujuh adalah petani sebanyak 1 orang (0,5%).

Berdasarkan pendapatan perbulan diperoleh informasi yaitu pendapatan terbanyak responden adalah kisaran 1.000.001 s/d 2.000.000 sebanyak 44 atau 21,28%, urutan kedua adalah kisaran 2.000.001 s/d 3.000.000 sebanyak 43 atau 21,23%. Urutan ketiga adalah pendapatan dalam kisaran 3.000.001 s/d 4.000.000 sebanyak 32 atau 15,8% dan urutan keempat adalah kisaran 5.000.001 s/d 6.000.000 sebanyak 25 atau 12,4%, urutan keenam sebanyak 23 (11,4%) berpendapatan perbulan >7.000.000, urutan keenam adalah pendapatan 4.00.001 s/d 5.000.000 sebanyak 18 atau 8,91% serta yang terakhir adalah kurang dari 1.000.000 sebanyak 17 atau 8,42%.

**Tabel 5.9.
Karakteristik Nasabah Responden BPD Bali berdasarkan alasan menjadi nasabah, keperluan tabungan dan pihak yang memutuskan menjadi nasabah.**

Alasan menjadi Nasabah			Keperluan Tabungan			Pihak yang memutuskan menjadi nasabah		
Tersedianya ATM	55	27,2%	Keluarga	120	66,34%	Saya sendiri	134	66,34%
Aktivitas promosi	11	5,44%	Bisnis	34	16,8%	Perusahaan/kantor	37	18,31%
Kantor cabang yang banyak	80	39,60 %	Kantor	27	13,4%	Mitra bisnis	6	2,97%
Hadiah	9	4,45%	lainnya	21	10,4%	Keluarga	20	9,90%
Bunga tabungan menarik	24	11,88 %				Lainnya	5	2,47%
Lainnya (sebutkan)	23	11,39 %						
Jumlah	202	100%	Jumlah	202	100%	Jumlah	202	100%

Sumber: diolah peneliti

Tabel 5.9. menyajikan informasi dari responden alasan menjadi nasabah BPD Bali yang terbanyak adalah karena banyaknya kantor cabang sebesar 80 atau 39,69%, urutan kedua adalah alasannya karena tersedianya ATM sebanyak 55 atau 27,2%, urutan ketiga adalah karena bunga tabungan yang menarik sebanyak 24 atau 11,88%, urutan keempat adalah karena faktor lainnya sebanyak 23 atau 11,39%, urutan kelima

karena aktivitas promosi sebanyak 11 responden (5,44%), dan urutan terakhir atau keenam adalah karena hadiah sebanyak 9 responden (4,45%).

Informasi mengenai tabungan responden dipergunakan untuk keperluan keluarga sebanyak 120 atau 66,34% merupakan yang terbanyak, sedangkan urutan kedua adalah untuk keperluan bisnis sebanyak 34 atau 16,8%, urutan ketiga adalah untuk keperluan kantor sebanyak 27 atau 13,4%, yang terakhir adalah untuk keperluan lainnya sebanyak 21 atau 10,4%. Sedangkan informasi tentang pihak yang memutuskan responden menjadi nasabah adalah yang terbanyak karena inisiatif sendiri yaitu 134 atau 66,34%, perusahaan/kantor pada urutan kedua sebanyak 37 atau 18,31%, urutan ketiga adalah keluarga sebanyak 20 atau 9,90% dan urutan keenam adalah mitra bisnis sebanyak 6 (2,97%) serta yang terakhir adalah karena faktor lainnya sebanyak 6 atau 2,47%.

Tabel 5.10.
Karakteristik Responden Nasabah BPD Bali berdasarkan informasi tentang Bank, lama menjadi nasabah.

Informasi tentang Bank			Lama menjadi nasabah		
Media cetak (koran/majalah/brosur)	22	10,89%	Kurang dari 6 bln	27	13,4%
Media elektronik (TV/radio)	16	7,92%	6-12 bln	13	6,44%
Internet	18	8,91%	1-2 thn	38	18,8%
Teman/kenalan	41	20,29%	2-4 thn	32	15,8%
Keluarga	42	20,79%	Lebih dari 4 thn	92	45,5%
Kantor/pegawai bank	63	31,19%			
Jumlah	202	100%	Jumlah	202	100%

Sumber: diolah peneliti

Tabel 5.10. menyajikan informasi dari responden tentang dari mana responden mendapat informasi BPD Bali. Terbanyak responden menjawab adalah dari kantor/pegawai sebanyak 63 atau 31,19%, urutan kedua adalah keluarga sebanyak 42 atau 20,79%, sedangkan urutan ketiga sebanyak 41 atau 20,29% dari teman/kenalan, urutan kelima adalah dari media (koran/majalah/brosur) sebanyak 22 atau 10,89%, urutan keenam adalah dari internet sebanyak 18 atau 8,91% dan yang terakhir adalah dari media elektronik (TV/radio) yaitu sebesar 16 atau 7,92%.

Informasi tentang lamanya menjadi responden menjadi nasabah BPD Bali adalah terbanyak adalah lebih dari 4 tahun yaitu sebesar 92 atau 45,5%, urutan kedua antara 1-2 tahun sebanyak 38 atau 18,8%, urutan ketiga adalah 2-4 tahun sebanyak 32 atau 15,8%, urutan keenam lama menjadi nasabah kurang dari 6 bulan sebanyak 27 responden (13,4%) dan yang terakhir adalah 6-12 bulan sebanyak 13 atau 6,44%.

Berikut ini dideskripsikan tentang karakteristik pegawai BPD Bali sebagai berikut:

Tabel 5.11.
Karakteristik Responden Pegawai BPD Bali berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Pendidikan terakhir

Jenis Kelamin			Usia			Pendidikan terakhir		
Laki-laki	17	42,5%	17-25	5	12,5%	SMU	6	15%
Wanita	23	57,5%	>25-35	16	40%	Diploma	0	0%
			>35-45	10	25%	S1	30	74%
			>45-55	9	22,5%	S2	4	10%
			>55-65	0	0%	S3	0	0%
			>65	0	0%			
Jumlah	40	100%	Jumlah	40	100%	Jumlah	40	100%

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan Table 5.11. Responden dari pegawai BPD Bali sebanyak 40, dari total responden tersebut 23 orang wanita atau sebanyak 57,5% dan 17 laki-laki (42,5%). Usia responden didapat informasi bahwa sebanyak 16 responden (40%) adalah berusia >25-35 tahun, sedangkan urutan kedua adalah berusia >35-45 tahun sebanyak 10 atau 25%, menempati urutan ketiga berusia >45-55 tahun sebanyak 9 atau 22,5%, urutan keempat adalah berusia >17-25 tahun sebanyak 5 atau 12,5%.

Berdasarkan Tabel 5.11 didapat informasi bahwa dari total 40 responden yang berpendidikan S1 merupakan responden terbanyak yaitu sebanyak 30 atau 74%, urutan kedua adalah berpendidikan SMU sederajat sebanyak 6 atau 15%, urutan ke tiga adalah berpendidikan S2 sebanyak 4 atau 10%.

Tabel 5.12.
Karakteristik Responden Pegawai BPD Bali berdasarkan masa kerja dan jabatan saat ini

Masa kerja			Jabatan saat ini		
Kurang dari 1 tahun	1	1,25%	CS	3	7,5%
> 1 tahun s/d < 2 tahun	5	12,5%	Teller	6	15%
>2 tahun s/d < 4 tahun	5	12,5%	Back Office	10	25%
>4 tahun s/d < 6 tahun	3	7,5%	Marketing	3	75%
>6 tahun	26	65%	Lain-lain	18	45%
Jumlah	40	100%	Jumlah	40	100%

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan Table 5.12. masa kerja pegawai BPD Bali sebanyak 26 orang (65%) memiliki masa kerja lebih dari 6, urutan kedua antara 1 tahun s/d 2 tahun dan >2 tahun s/d < 4 tahun sama-sama sebanyak 5 orang (12,5%), urutan ketiga adalah

antara >4 tahun s/d <6 tahun sebanyak 3 orang (7,5%) dan urutan terakhir kurang dari 1 tahun sebanyak 1 orang (1,25%).

Berdasarkan Tabel 5.12 di dapat informasi bahwa dari total 40 pegawai BPD Bali yang berjabatan lain-lain sebanyak 18 orang (45%) merupakan responden terbanyak, urutan kedua adalah berjabatan back office sebanyak 10 orang atau 25%, urutan ke tiga adalah berjabatan teller sebanyak 6 orang (15%), urutan keempat berjabatan marketing dan CS sama-sama sebanyak 3 orang (7,5%).

Pengukuran Variabel

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden terhadap obyek penelitian dengan bobot nilai 1 – 6. Responden diminta untuk mengisi dan memberi tanda silang (X) pada alternatif jawaban sesuai skalanya untuk masing-masing pernyataan. Kriteria untuk masing-masing indikator adalah sebagai berikut:

1. Skor 6 untuk jawaban sangat setuju
2. Skor 5 untuk jawaban setuju
3. Skor 4 untuk jawaban cukup setuju
4. Skor 3 untuk jawaban kurang setuju
5. Skor 2 untuk jawaban tidak setuju
6. Skor 1 untuk jawaban sangat tidak setuju

Untuk nilai rata-rata tiap-tiap pernyataan dari responden diperoleh dengan memakai rumus sebagai berikut:

$$\text{Interval Kelas} = \frac{\text{nilai tinggi} - \text{nilai rendah}}{\text{jumlah kelas}} = \frac{6-1}{6} = 0,833$$

Dari interval kelas tersebut, maka dapat diketahui batasan nilai masing-masing kelas dan setelah itu nilai masing-masing akan dimasukan ke pada Tabel 5.13:

Tabel 5.13
Interval Kelas

Interval	Kategori	Nilai
$1,00 \leq a \leq 1,833$	Sangat tidak setuju	1
$1,833 \leq a \leq 2,66$	Tidak setuju	2
$2,66 \leq a \leq 3,493$	Kurang setuju	3
$3,493 \leq a \leq 4,323$	Cukup Setuju	4
$4,323 \leq a \leq 5,156$	Setuju	5
$5,156 \leq a \leq 6$	Sangat Setuju	6

Sumber: Sugiyono (2012:79)

5.4. Deskripsi variable *Service-Oriented Organizational Citizenship Behaviors (Service-Oriented-OCBs)* menurut Responden nasabah BPR Modern Express Ambon

Berikut ini dipaparkan tentang rangkuman pendapat responden tentang variable *Service-Oriented Organizational Citizenship Behaviors (Service-Oriented-OCBs)* pada BPR Modern Express Ambon.

Tabel 5.14.
Tanggapan Responden nasabah terhadap variabel Service-Oriented Organizational Citizenship Behaviors (SO-OCBs) di BPR Modern Express Ambon

Item Pernyataan	Tanggapan						Sum	Mean	Std. Deviation
	1	2	3	4	5	6			
L1_1		1	0	9	59	54	657	5,3415	0,6874
L2_2	0	0	0	6	65	52	661	5,3740	0,5782
L3_3	0	2	1	15	56	49	641	5,2114	0,8123
L4_4	0	1	0	13	66	43	642	5,2195	0,6958
L5_5	0	1	0	7	70	45	650	5,2846	0,6468
Rata-rata L							5,2862		
SD1_6	0	0	0	9	52	62	668	5,4309	0,6283
SD2_7	0	0	2	9	57	55	657	5,3415	0,6874
SD3_8	0	0	0	7	57	59	667	5,4226	0,6006
SD4_9	0	0	0	7	69	47	655	5,3252	0,5939
SD5_10	0	0	1	6	73	43	650	5,2846	0,5936
SD7_11	0	0	0	3	63	57	669	5,4390	0,5454
SD8_12	0	0	0	5	60	58	668	5,4309	0,5737
Rata-rata SD							5,3821		
SO1_13	1	0	0	9	57	56	658	5,3496	0,7353
SO2_14	0	0	0	7	57	59	667	5,4228	0,6006
SO3_15	0	0	0	11	56	56	660	5,3659	0,64361
SO4_16	0	0	3	13	63	45	643	5,2276	0,6991
SO5_17	0	0	0	14	65	44	645	5,2439	0,6445
Rata-rata SO							5,3219		

A1_18	0	0	2	20	58	43	634	5,545	0,7469
A2_19	0	1	1	16	66	39	633	5,463	0,7317
A3_20	0	1	1	8	51	62	664	5,3984	0,7213
A4_21	2	9	10	24	48	30	566	4,6016	1,2396
A5_22	0	0	0	6	73	44	653	5,3089	0,5600
A6_23	0	0	0	9	58	56	662	5,3821	0,6209
Rata-rata A								5,2813	
NAC1_24	0	0	0	12	71	40	643	5,2275	0,6116
NAC2_25	0	2	3	19	62	37	621	5,0488	0,8381
NAC3_26	0	1	0	9	72	41	644	5,2358	0,6538
NAC4_27	0	1	2	18	57	45	635	5,1626	0,7931
Rata-rata NAC								5,1686	
NKCN1_28	0	2	1	9	65	46	644	5,2358	0,6538
NKCN2_29	0	1	2	14	64	42	636	5,1707	0,7543
NKCN3_30	1	2	4	18	60	38	617	5,0163	0,9319
Rata-rata NKCN								5,1409	
NRP1_31	0	1	2	12	67	41	637	5,1789	0,7358
NRP2_32	0	0	2	14	65	42	639	5,1951	0,6972
Rata-rata NRP								5,187	
EOCB_33	0	1	0	6	63	65	659	5,3577	0,6544
AOCB_34	0	1	0	13	72	37	636	5,1707	0,6739
JOCB_1_35	0	0	1	6	73	43	650	5,2846	0,5939
JOCB_2_36	0	0	1	10	63	49	652	5,3008	0,6520
Rata-rata JOCB								5,2927	
PTOCB_37	1	1	1	18	63	41	631	5,1301	0,8293
AI_1_38	0	1	1	13	66	42	639	5,1951	0,7204
AI_2_39	0	2	2	14	58	47	638	5,1870	0,8233
AI_3_40	1	3	2	13	68	36	621	5,0488	0,9040
AI_3_41	1	1	0	11	59	51	648	5,2683	0,8003
Rata-rata AI								5,1748	
Rata-rata Variabel S-OBC								5,7178	

Sumber: diolah peneliti

Berdasarkan Tabel 5.14 mengenai tanggapan responden nasabah terhadap variabel *service-oriented organizational citizenship behavior* (S-OOCBs) pada bank BPR Modern Express Ambon memberikan tanggapan yang positif terhadap 41 (empat puluh satu) indikator pernyataan yang diteliti. Nilai rata - rata S-OOCBs secara keseluruhan sebesar 5,7178 dari skala 6. Berdasarkan rata - rata variabel yang telah ditetapkan terdahulu maka penilaian responden nasabah termasuk kategori sangat

setuju terhadap indikator S-OOCBs yang mereka rasakan selama mereka berinteraksi dengan BPR Modern Express Ambon.

Pada variabel S-OOCBs dengan indikator-indikator yang berhubungan dengan loyalitas (*Loyalty/L*), indikator L2_2 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3740. Pada indikator L2_2 yang menyatakan menurut saya karyawan BPR telah memberikan kesan yang baik tentang BPR, 65 (enam puluh lima) responden menyatakan setuju, 52 (lima puluh dua) responden menyatakan sangat setuju, 6 (enam) responden menyatakan cukup setuju. Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan loyalitas adalah indikator L3_3 dengan rata-ara 5,2114 yang menyatakan bahwa saya secara aktif mempromosikan produk BPR. Pada indikator ini 56 (lima puluh enam) responden menyatakan sangat setuju, 49 (empat puluh sembilan) responden menyatakan sangat setuju, 15 (lima belas) responden menyatakan cukup setuju, dan 1 (satu) responden menyatakan kurang setuju, serta 2 (dua) responden menyatakan tidak setuju dan 0 (nol) responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan *service delivery/SD*, indikator SD7_11 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,4309. Pada indikator SD7_11 yang menyatakan: saya mendapatkan layanan yang sopan dari karyawan BPR, 63 (enam puluh tiga) responden menyatakan setuju, 57 (lima puluh tujuh) responden menyatakan sangat setuju, 3 (tiga) responden menyatakan cukup setuju. Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan *Service Delivery (SD)* adalah SD5_10 yang menyatakan bahwa: saya mendapatkan layanan yang cermat dari karyawan BPR. Pada indikator ini 73 (tujuh puluh tiga) responden menyatakan setuju, 43 (empat puluh tiga) responden menyatakan sangat setuju, 6 (enam) responden menyatakan cukup setuju, dan 1 (satu) responden menyatakan kurang setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan orientasi layanan (*service orientation/SO*), indikator SO2_14 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,4228. Pada indikator SO2_14 yang menyatakan: karyawan BPR memberikan layanan terbaik saat saya menghadapi masalah layanan, 59 (lima puluh sembilan) responden menyatakan sangat setuju, 57 (lima puluh tujuh) responden menyatakan setuju, 7 (tujuh) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan (*service orientation/SO*) adalah pada SO4_16 yang menyatakan: karyawan BPR selalu

memperhatikan kepentingan saya. Pada indikator ini 63 (enam puluh tiga) responden yang menyatakan setuju, 45 (empat puluh lima) responden yang menyatakan sangat setuju, 13 (tiga belas) responden yang menyatakan cukup setuju, 3 (tiga) responden yang menyatakan kurang setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan orientasi layanan (*altruism/A*), indikator A1_18 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,545. Pada indikator A1_18 yang menyatakan: karyawan BPR bersedia melayani meskipun saat jam istirahat, 58 (lima puluh delapan) responden menyatakan setuju, 43 (empat puluh tiga) responden menyatakan sangat setuju, 20 (dua puluh) responden menyatakan cukup setuju dan 2 (dua) responden menyatakan kurang setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan Kebutuhan untuk memperhatikan nasabah (*the need to pay attention to customer (altruism/A)*) adalah pada A4_21 yang menyatakan: karyawan BPR bersedia melayani nasabah meskipun hari libur. Pada indikator ini 48 (empat puluh delapan) responden yang menyatakan setuju, 30 (tiga puluh) responden yang menyatakan sangat setuju, 24 (dua puluh empat) responden yang menyatakan cukup setuju, 10 (sepuluh) responden yang menyatakan kurang setuju, 9 (sembilan) responden menyatakan tidak setuju dan 2 (dua) responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan kebutuhan untuk memperhatikan nasabah (*the need to pay attention to customer/NAC*), indikator NAC3_26 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,2358. Pada indikator NAC3_26 yang menyatakan: karyawan BPR memberikan perhatian pada penyelesaian setiap masalah yang dihadapi nasabah, 72 (tujuh puluh dua) responden menyatakan setuju, 41 (empat puluh satu) responden menyatakan sangat setuju, 9 (sembilan) responden menyatakan cukup setuju dan 1 (satu) responden menyatakan tidak setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan (*the need to pay attention to customer/NAC*) adalah pada NAC2_25 yang menyatakan: saya merasa diutamakan oleh karyawan BPR. Pada indikator ini 62 (enam puluh dua) responden yang menyatakan setuju, 37 (tiga puluh tujuh) responden yang menyatakan sangat setuju, 19 (sembilan belas) responden yang menyatakan cukup setuju, 3 (tiga) responden yang menyatakan kurang setuju, 2 (dua) responden menyatakan tidak setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan kebutuhan untuk mengetahui kebutuhan nasabah (*the need to know customers' needs/NKCN*), indikator NKCN1_28 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,2358. Pada indikator NKCN1_28 yang menyatakan: karyawan BPR melakukan identifikasi kebutuhan nasabah, 65 (enam puluh lima) responden menyatakan setuju, 46 (empat puluh enam) responden menyatakan sangat setuju, 9 (sembilan) responden menyatakan cukup setuju dan 1 (satu) responden menyatakan tidak setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan (*the need to know customers' needs/NKCN*), adalah pada NKCN3_30 yang menyatakan: karyawan BPR dapat memahami kebutuhan nasabah melalui bahasa tubuh yang ditunjukkan oleh nasabah dengan rata-rata 5,0163. Pada indikator ini 60 (enam puluh) responden yang menyatakan setuju, 38 (tiga puluh delapan) responden yang menyatakan sangat setuju, 18 (delapan belas) responden yang menyatakan cukup setuju, 4 (empat) responden yang menyatakan kurang setuju, 2 (dua) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (satu) responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP), indikator NRP2_32 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,1951. Pada indikator NRP2_32 yang menyatakan: karyawan BPR mengenal saya dengan baik, 65 (enam puluh lima) responden menyatakan setuju, 42 (empat puluh dua) responden menyatakan sangat setuju, 14 (empat belas) responden menyatakan cukup setuju dan 2 (dua) responden menyatakan kurang setuju.

Jawaban terendah adalah pada NRP2_31 yang menyatakan: karyawan BPR ingat nama saya dengan rata-rata 5,1789. Pada indikator ini 67 (enam puluh tujuh) responden yang menyatakan setuju, 41 (empat puluh satu) responden yang menyatakan sangat setuju, 12 (dua belas) responden yang menyatakan cukup setuju, 2 (dua) responden yang menyatakan kurang setuju, 1 (satu) responden menyatakan tidak setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan Justification OCB, indikator JOCB2_36 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3008. Pada indikator JOCB2_36 yang menyatakan: karyawan BPR memberikan solusi permasalahan layanan secara personal, 63 (enam puluh tiga) responden menyatakan setuju, 49 (empat puluh sembilan) responden menyatakan sangat setuju, 10 (sepuluh) responden menyatakan cukup setuju dan 1 (satu) responden menyatakan kurang setuju.

Jawaban terendah adalah pada JOCB1_35 yang menyatakan: karyawan BPR memberikan informasi tambahan untuk menyelesaikan permasalahan layanan dengan rata-rata 5,2846. Pada indikator ini 73 (tujuh puluh tiga) responden yang menyatakan setuju, 43 (empat puluh tiga) responden yang menyatakan sangat setuju, 6 (enam) responden yang menyatakan cukup setuju, 1 (dua) responden yang menyatakan kurang setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan *altruisme* (AI), indikator AI3_41 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,2683. Pada indikator AI13_41 yang menyatakan: saya mendapatkan solusi layanan yang memuaskan dari karyawan BPR, 59 (lima puluh sembilan) responden menyatakan setuju, 51 (lima puluh satu) responden menyatakan sangat setuju, 11 (sebelas) responden menyatakan cukup setuju dan 1 (satu) responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Jawaban terendah adalah pada AI3_40 yang menyatakan: layanan bantuan sukarela yang saya terima dari karyawan BPR melebihi kebutuhan saya dengan rata-rata 5,0488. Pada indikator ini 68 (enam puluh delapan) responden yang menyatakan setuju, 36 (tiga puluh enam) responden yang menyatakan sangat setuju, 13 (tiga belas) responden yang menyatakan cukup setuju, 2 (dua) responden yang menyatakan kurang setuju, 3 (tiga) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (satu) responden menyatakan sangat tidak setuju.

Adapun urutan faktor yang paling menentukan pada variabel S-OOCBs ini adalah karyawan BPR bersedia melayani meskipun saat jam istirahat (A1_18) yang berhubungan dengan *altruism* dan saya mendapatkan layanan yang sopan dari karyawan BPR (SD7_11) yang berhubungan dengan *service delivery*.

Tabel 5.15.
Tanggapan Responden nasabah terhadap variabel Kualitas Layanan di BPR Modern Express Ambon

Item Pernyataan	Tanggapan						Sum	Mean	Std. Deviation
	1	2	3	4	5	6			
ta1	1	1	8	30	59	4	586	4,7642	0,9240
ta2	0	1	4	24	61	33	613	4,9837	0,8196
ta3	0	0	0	8	65	50	657	5,3415	0,5982
Rata-rata Ta							5,0298		
ri5	0	0	0	14	60	49	650	5,2846	0,6593
ri6	0	0	0	11	69	43	647	5,2602	0,6118
ri7	0	0	0	5	78	40	650	5,2846	0,5359

ri8	0	0	0	10	68	45	650	5,2846	0,6076
ri9	0	0	0	8	75	40	647	5,2602	0,5702
Rata-rata ri								5,2748	
rs10	0	0	0	7	74	42	650	5,2846	0,5656
rs11	0	0	0	10	54	59	664	5,3964	0,6368
rs12	0	0	0	06	69	48	657	5,3415	0,5701
rs13	0	0	1	8	66	48	653	5,3089	0,6289
Rata-rata rs								5,3328	
as14	0	0	0	5	71	47	657	5,3415	0,5555
as15	0	0	0	3	63	57	669	5,4390	0,5454
as16	0	0	0	7	63	53	661	5,3740	0,5922
as17	0	0	0	7	67	49	657	5,3415	0,5843
Rata-rata as								5,374	
em18	0	1	3	13	64	42	635	5,626	0,7722
em19	0	0	1	6	74	40	641	5,2114	0,7157
em20	0	3	2	15	61	42	629	5,1138	0,8608
em21	0	0	2	14	71	36	633	5,1463	0,6736
em22	1	1	3	17	64	37	622	5,0569	0,8617
Rata-rata em								5,2308	
Rata-rata Variabel Kualitas Layanan								5,2484	

Sumber: diolah

Berdasarkan Tabel 5.15 mengenai tanggapan responden nasabah terhadap variabel kualitas layanan pada bank BPR Modern Express Ambon memberikan tanggapan yang positif terhadap 22 (dua puluh dua) indikator pernyataan yang diteliti. Nilai rata - rata kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 5,2484 dari skala 6. Berdasarkan rata - rata variabel yang telah ditetapkan terdahulu maka penilaian responden nasabah termasuk kategori sangat setuju terhadap indikator kualitas layanan yang nasabah rasakan selama mereka berinteraksi dengan BPR Modern Express Ambon.

Pada variabel kulitas layanan dengan indikator-indikator yang berhubungan dengan loyalitas (*tangible/ta*), indikator ta_3 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3415. Pada indikator ta_3 yang menyatakan karyawan BPR berpenampilan rapi, 65 (enam puluh lima) responden menyatakan setuju, 50 (lima puluh) responden menyatakan sangat setuju, 8 (delapan) responden menyatakan cukup setuju. Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan *tangible* adalah indikator ta_1 dengan rata-ara 4,7642 yang menyatakan bahwa BPR memiliki peralatan dan terbaru (modern). Pada indikator ini 59 (lima puluh sembilan) responden menyatakan sangat setuju, 4 (empat) responden menyatakan sangat setuju, 30 (tiga

puluhan) responden menyatakan cukup setuju, dan 8 (delapan) responden menyatakan kurang setuju, serta 1 (satu) responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*reliability/ri*), indikator ri7 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,2846. Pada indikator ri7 yang menyatakan: BPR dapat diandalkan untuk memberikan layanannya dengan tepat, 78 (tujuh puluh delapan) responden menyatakan setuju, 40 (empat puluh) responden menyatakan sangat setuju, 5 (lima) responden menyatakan cukup setuju. Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan *reliability* adalah ri_5 dengan rata-rata 5,2846 yang menyatakan bahwa: bila berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu, BPR menepatinya. Pada indikator ini 60 (enam puluh) responden menyatakan setuju, 49 (empat puluh sembilan) responden menyatakan sangat setuju, 14 (empat belas) responden menyatakan cukup setuju.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*responsiveness/rs*), indikator rs11 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3964. Pada indikator rs11 yang menyatakan: karyawan BPR melayani nasabah dengan cepat, 59 (lima puluh sembilan) responden menyatakan sangat setuju, 54 (lima puluh empat) responden menyatakan setuju, 10 (sepuluh) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*responsiveness/rs*) adalah pada rs10 yang menyatakan: karyawan BPR memberitahu nasabah kapan pastinya layanan akan disampaikan. Pada indikator ini 74 (tujuh puluh empat) responden yang menyatakan setuju, 42 (empat puluh dua) responden yang menyatakan sangat setuju, 7 (tujuh) responden yang menyatakan cukup setuju.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*assurance/as*), indikator as15 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,4390. Pada indikator as15 yang menyatakan: saya merasa aman dalam melakukan transaksi dengan BPR, 63 (enam puluh tiga) responden menyatakan setuju, 57 (lima puluh tujuh) responden menyatakan sangat setuju, 3 (tiga) responden menyatakan cukup setuju. Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan *assurance* adalah as17 dengan rata-rata 5,3415 yang menyatakan bahwa: karyawan BPR memiliki pengetahuan untuk dapat menjawab pertanyaan nasabah. Pada indikator ini 67 (enam

puluhan tujuh) responden menyatakan setuju, 49 (empat puluh sembilan) responden menyatakan sangat setuju, 7 (tujuh) responden menyatakan cukup setuju.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*empathy/em*), indikator em18 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,626. Pada indikator em18 yang menyatakan: BPR memberikan perhatian individual kepada saya, 64 (enam puluh empat) responden menyatakan setuju, 42 (empat puluh dua) responden menyatakan sangat setuju, 13 (tiga belas) responden menyatakan cukup setuju, 3 (tiga) responden menyatakan kurang setuju dan 1 (satu) responden menyatakan tidak setuju.

Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*empathy/em*) adalah pada em22 yang menyatakan: karyawan BPR memahami kebutuhan khusus saya. Pada indikator ini 64 (enam puluh empat) responden yang menyatakan setuju, 37 (tiga puluh tujuh) responden yang menyatakan sangat setuju, 17 (tujuh belas) responden yang menyatakan cukup setuju, 3 (tiga) responden menyatakan kurang setuju dan 1 (satu) responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Tabel 5.16.
Tanggapan Responden pegawai terhadap variabel *Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior (S-OOCB)* di BPR Modern Express Ambon

Item Pernyataan	Tanggapan						Sum	Mean	Std. Deviation
	1	2	3	4	5	6			
L1_1	0	0	0	1	14	19	188	5,5292	0,5632
L2_2	0	0	0	1	15	18	187	5,5000	0,5640
L3_3	0	0	0	1	8	25	194	5,7059	0,5239
L4_4	0	0	0	1	11	22	191	5,6176	0,5512
L5_5	0	0	0	0	10	24	194	5,7059	0,4625
L6_6	0	0	0	2	16	16	184	5,4118	0,6089
Rata-rata L							5,5784		
SD1_7	0	0	0	0	15	19	189	5,5588	0,5039
SD2_8	0	0	0	0	20	14	184	5,4118	0,4995
SD3_9	0	0	2	2	15	15	179	5,2647	0,8278
SD4_10	0	0	0	5	15	14	179	5,2647	0,7096
SD5_11	0	0	0	0	17	17	187	5,5000	0,5075
SD6_12	0	0	0	0	15	19	189	5,5588	0,5039
SD7_13	0	0	0	1	12	21	190	5,5882	0,5569
SD8_14	0	0	0	0	13	21	191	5,6176	0,4932
Rata-rata SD							5,4705		
P1_15	0	0	0	2	17	15	183	5,3824	0,6037
P2_16	0	0	0	2	20	12	180	5,2941	0,5788
P3_17	0	0	0	4	17	13	179	5,2647	0,6655
P4_18	0	0	0	1	23	10	179	5,2647	0,5110

P5_19	0	0	0	1	21	12	181	5,3235	0,5348
P6_20	0	0	0	1	17	16	185	5,4412	0,5609
Rata-rata P								5,3284	
SO1_21	0	0	0	1	14	19	188	5,5294	0,5632
SO2_22	0	0	0	1	15	18	187	5,5000	0,5640
SO3_23	0	0	0	1	16	17	186	5,4706	0,5632
SO4_24	0	0	0	0	13	21	191	5,6176	0,4932
SO5_25	0	0	0	2	13	19	187	5,5000	0,6154
Rata-rata SO								5,5235	
A1_26	0	0	1	5	14	14	177	5,2059	0,8082
A2_27	0	0	0	3	17	14	181	5,3235	0,6382
A3_28	0	0	1	3	16	14	179	5,2647	0,7511
A4_29	1	3	3	6	10	11	156	5,5882	1,4167
A5_30	0	0	0	4	20	10	176	5,1765	0,6262
A6_31	0	0	0	3	18	13	180	5,2941	0,6290
Rata-rata A								5,3088	
NAC1_32	0	0	0	3	16	15	182	5,3529	0,6458
NAC2_33	0	0	0	1	14	19	188	5,5294	0,5632
NAC3_34	0	0	0	4	18	12	178	5,2353	0,6540
NAC4_35	0	0	1	4	21	8	172	5,0588	0,6937
Rata-rata NAC								5,2941	
NKCN1_36	0	0	0	5	17	12	177	5,2059	0,6866
NKCN2_37	0	0	4	10	12	8	160	4,7059	0,9701
NKCN3_38	0	2	1	8	11	12	166	4,8824	1,1281
Rata-rata NKCN								4,9314	
NRP_1_39	0	0	2	3	16	13	176	5,1765	0,8337
NRP_2_40	0	0	2	3	15	14	177	5,3824	0,8449
Rata-rata NRP								5,2794	
EOCB_41	0	0	0	3	15	16	183	5,3824	0,6520
EOCB_42	0	0	0	3	19	12	179	5,2647	0,6183
Rata-rata EOCB								5,3235	
JOCB_43	0	0	0	3	22	9	176	5,1765	0,5758
JOCB_44	0	0	0	6	15	13	177	5,2059	0,7294
Rata-rata JOCB								5,1912	
PTOCB_45	0	1	3	3	18	9	167	4,9118	0,9959
AI1_46	0	0	1	4	20	9	173	5,0882	0,7121
AI2_47	0	0	1	3	21	9	174	5,1176	0,6859
AI3_48	0	0	3	4	15	12	172	5,0588	0,9192
AI4_49	0	0	1	4	18	11	175	5,1471	0,7439
Rata-rata AI								5,1029	
Rata-rata Variabel S-OCB								5,2703	

Sumber: diolah

Berdasarkan Tabel 5.16 mengenai tanggapan responden pegawai terhadap variabel *service-oriented organizational citizenship behavior* (S-OOCBs) pada bank

BPR Modern Express Ambon memberikan tanggapan yang positif terhadap 49 (empat puluh sembilan) indikator pernyataan yang diteliti. Nilai rata - rata S-OOCBs secara keseluruhan sebesar 5,2703 dari skala 6. Berdasarkan rata - rata variabel yang telah ditetapkan terdahulu maka penilaian responden pegawai termasuk kategori sangat setuju terhadap indikator S-OOCBs yang mereka rasakan selama mereka bekerja di BPR Modern Express Ambon.

Pada variabel S-OOCBs dengan indikator-indikator yang berhubungan dengan loyalitas (*loyalty/L*), indikator L5_5 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,7059. Pada indikator L5_5 yang menyatakan: saya mendorong teman untuk menggunakan jasa BPR, 24 (dua puluh empat) responden menyatakan sangat setuju dan 10 (sepuluh) responden menyatakan setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan loyalitas adalah indikator L6_6 dengan rata-ara 5,4118 yang menyatakan: saya mendorong keluarga untuk menggunakan jasa BPR. Pada indikator ini 16 (enam belas) responden menyatakan sangat setuju dan setuju dan 2 (dua) responden menyatakan cukup setuju. Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan *service delivery/SD*, indikator SD8_14 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,6176. Pada indikator SD8_14 yang menyatakan: saya sangat menghargai nasabah, 21 (dua puluh satu) responden menyatakan sangat setuju dan 13 (tiga belas) responden menyatakan setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan *service delivery (SD)* adalah SD3_9 yang menyatakan bahwa: saya dapat memberikan layanan secara cepat sesuai permintaan nasabah. Pada indikator ini 15 (lima belas) responden menyatakan sangat setuju dan setuju, 2 (dua) responden menyatakan cukup setuju dan kurang setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan orientasi layanan (*participation/P*), indikator P6_20 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,4412. Pada indikator P6_20 yang menyatakan: saya mempelajari brosur BPR untuk memahami jasa yang ditawarkan, 17 (tujuh belas) responden menyatakan setuju, 16 (enam belas) responden menyatakan sangat setuju dan 1 (satu) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan (*participation/P*), adalah pada P3_17 yang menyatakan: saya memberikan ide tentang

cara berkomunikasi dengan nasabah. Pada indikator ini 17 (tujuh belas) responden yang menyatakan setuju, 13 (tiga belas) responden yang menyatakan sangat setuju dan 4 (empat) responden yang menyatakan cukup setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan orientasi layanan (*service orientation/SO*), indikator SO4_24 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,6167. Pada indikator SO4_24 yang menyatakan: saya bangga memberikan layanan yang baik pada nasabah, 21 (dua puluh satu) responden menyatakan sangat setuju dan 13 (tiga belas) responden menyatakan setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan (*service orientation/SO*) adalah pada SO3_23 yang menyatakan: saya mudah bergaul dengan nasabah. Pada indikator ini 17 (tujuh belas) responden yang menyatakan sangat setuju, 16 (enam belas) responden yang menyatakan sangat setuju dan 1 (satu) responden yang menyatakan cukup setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan orientasi layanan (*altruism/A*), indikator A4_29 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,5882. Pada indikator A4_29 yang menyatakan: saya bersedia melayani nasabah meskipun hari libur, 11 (sebelas) responden menyatakan sangat setuju, 10 (sepuluh) responden menyatakan setuju, 6 (enam) responden menyatakan cukup setuju, 3 (tiga) responden menyatakan kurang setuju dan tidak setuju serta 1 (satu) responden menyatakan sangat tidak setuju. Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan Kebutuhan untuk memperhatikan nasabah (*the need to pay attention to customer/altruism/A*) adalah pada A5_30 yang menyatakan: saya berupaya melayani nasabah dengan baik meskipun jadwal kerja padat. Pada indikator ini 20 (dua puluh) responden yang menyatakan setuju, 10 (sepuluh) responden yang menyatakan sangat setuju dan 4 (empat) responden yang menyatakan cukup setuju.

Pada variabel SO-OCBs yang berhubungan dengan kebutuhan untuk memperhatikan nasabah (*the need to pay attention to customer/NAC*), indikator NAC1_32 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3529. Pada indikator NAC1_32 yang menyatakan: saya senang dapat memberikan layanan lebih pada nasabah, 16 (enam belas) responden menyatakan setuju, 15 (lim belas) responden menyatakan sangat setuju dan 3 (tiga) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan (*the need to pay attention to customer/NAC*) adalah pada NAC4_35 yang menyatakan: saya berusaha memberikan layanan kepada masing-masing nasabah secara personal. Pada indikator ini 21 (dua puluh satu) responden yang menyatakan setuju, 8 (delapan) responden yang menyatakan sangat setuju, 4 (empat) responden yang menyatakan cukup setuju dan 1 (satu) responden yang menyatakan kurang setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan kebutuhan untuk mengetahui kebutuhan nasabah (*the need to know customers' needs/NKCN*), indikator NKCN1_36 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,2059. Pada indikator NKCN1_36 yang menyatakan: saya berusaha untuk mengetahui kebutuhan nasabah, 17 (tujuh belas) responden menyatakan setuju, 12 (dua belas) responden menyatakan sangat setuju dan 5 (lima) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan (*the need to know customers' needs/NKCN*), adalah pada NKCN2_37 yang menyatakan: saya dapat memperkirakan kebutuhan nasabah sebelum nasabah menyampaikan kebutuhannya atas layanan tertentu di BPR dengan rata-rata 4,7059. Pada indikator ini 12 (dua belas) responden yang menyatakan setuju, 10 (sepuluh) responden yang menyatakan cukup setuju dan 8 (delapan) responden yang menyatakan sangat setuju. Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP), indikator NRP2_40 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3824. Pada indikator NRP2_40 yang menyatakan: saya berupaya untuk mengenal nasabah secara personal, 15 (lima belas) responden menyatakan setuju, 16 (enam belas) responden menyatakan sangat setuju dan 3 (tiga) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah adalah pada NRP1_39 yang menyatakan: saya berupaya untuk mengingat nama-nama nasabah dengan rata-rata 5,1765. Pada indikator ini 16 (enam belas) responden yang menyatakan setuju, 13 (tiga belas) responden yang menyatakan sangat setuju, 3 (tiga) responden yang menyatakan cukup setuju, 2 (dua) responden yang menyatakan kurang setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan *education OCB*, indikator EOCD_41 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3824. Pada indikator EOCD_41 yang menyatakan: saya memberikan penjelasan kepada nasabah

(mengedukasi nasabah) tentang hak nasabah dalam layanan, 16 (enam belas) responden menyatakan setuju, 13 (tiga belas) responden menyatakan sangat setuju, 3 (tiga) responden menyatakan cukup setuju dan 2 (dua) responden menyatakan tidak setuju.

Jawaban terendah adalah pada EOCB_42 yang menyatakan: saya menawarkan alternatif layanan jika ada kendala dalam layanan utama dengan rata-rata 5,2647. Pada indikator ini 19 (sembilan belas) responden yang menyatakan setuju, 12 (dua belas) responden yang menyatakan sangat setuju dan 3 (tiga) responden yang menyatakan cukup setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan Justification OCB, indikator JOCB_44 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,2059. Pada indikator JOCB_44 yang menyatakan: saya memberikan solusi permasalahan terkait dengan teknologi yang hanya berlaku untuk nasabah tertentu, 15 (lima belas) responden menyatakan setuju, 13 (tiga belas) responden menyatakan sangat setuju dan 6 (enam) responden menyatakan cukup.

Jawaban terendah adalah pada JOCB_43 yang menyatakan: saya memberikan solusi permasalahan layanan yang sesuai secara personal pada nasabah dengan rata-rata 5,1765. Pada indikator ini 22 (dua puluh dua) responden yang menyatakan setuju, 9 (sembilan) responden yang menyatakan sangat setuju dan 3 (tiga) responden yang menyatakan cukup setuju. Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan *Altruisme* (AI), indikator AI4_49 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,1471. Pada indikator AI4_49 yang menyatakan: saya membantu mengatasi masalah layanan diatas harapan nasabah, 18 (delapan belas) responden menyatakan setuju, 11 (sebelas) responden menyatakan sangat setuju, 4 (empat) responden menyatakan cukup setuju dan 1 (satu) responden menyatakan kurang setuju. Jawaban terendah adalah pada AI3_48 yang menyatakan: saya bersedia secara sukarela memberikan bantuan layanan kepada nasabah melebihi dari yang ditugaskan dengan rata-rata 5,0588. Pada indikator ini 15 (lima belas) responden yang menyatakan setuju, 12 (dua belas) responden yang menyatakan sangat setuju, 4 (empat) responden yang menyatakan cukup setuju, 3 (tiga) responden yang menyatakan kurang setuju.

Adapun urutan faktor yang paling menentukan pada variabel S-OOCBs ini adalah saya mendorong teman untuk menggunakan jasa BPR (L5_5) yang berhubungan dengan

loyalitas dengan rata-rata 5,7059 dan saya sangat menghargai nasabah SD8_14 dengan nilai rata-rata 5,6176 yang berhubungan dengan *service delivery* serta SO4_24 saya bangga memberikan layanan yang baik pada nasabah yang berhubungan dengan *service orientation*.

Tabel 5.17.
Tanggapan Responden pegawai terhadap variabel Kualitas Layanan di BPR Modern Express Ambon

Item Pernyataan	Tanggapan						Sum	Mean	Std. Deviation
	1	2	3	4	5	6			
ta1	0	0	1	10	15	8	166	4,8824	0,8077
ta2	0	0	2	8	15	9	167	4,9118	0,8657
ta3	0	0	0	3	17	14	181	5,3235	0,6382
Ta4	0	0	2	11	11	10	165	4,8529	0,9254
Rata-rata Ta							4,9926		
ri5	0	0	1	5	17	11	174	5,1176	0,7692
ri6	0	0	0	3	23	8	175	5,1471	0,5577
ri7	0	0	0	1	19	14	183	5,3824	0,5512
ri8	0	0	0	1	17	16	185	5,4412	0,5609
ri9	0	0	0	5	15	14	179	5,2647	0,7096
Rata-rata ri							5,2706		
rs10	0	0	1	2	17	14	180	5,2940	0,7189
rs11	0	0	0	0	22	12	182	5,3529	0,4850
rs12	0	0	0	2	20	12	180	5,2941	0,5788
rs13	0	0	1	2	23	8	174	5,1176	0,6403
Rata-rata rs							5,2646		
as14	0	0	0	1	20	13	182	5,3529	0,5439
as15	0	0	0	1	21	12	181	5,3235	0,5348
as16	0	0	0	1	18	15	184	5,4118	0,5569
as17	0	0	0	2	18	14	182	4,3529	0,5970
Rata-rata as							5,1102		
em18	0	0	2	7	17	8	167	4,9118	0,8300
em19	0	0	2	2	20	10	174	5,1176	0,7692
em20	0	0	0	4	23	7	173	5,0882	0,5703
em21	0	0	0	3	19	12	179	5,2647	0,6183
em22	0	0	1	7	16	10	171	5,0294	0,7971
Rata-rata em							5,0823		
Rata-rata Variabel Kualitas Layanan							5,1441		

Sumber: diolah

Berdasarkan Tabel 5.17 mengenai tanggapan responden pegawai terhadap variabel kualitas layanan pada bank BPR Modern Express Ambon memberikan tanggapan yang positif terhadap 22 (dua puluh dua) indikator pernyataan yang diteliti. Nilai rata - rata kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 5,1441 dari skala 6.

Berdasarkan rata - rata variabel yang telah ditetapkan terdahulu maka penilaian responden pegawai termasuk kategori setuju terhadap indikator kualitas layanan yang pegawai rasakan selama mereka bekerja di BPR Modern Express Ambon.

Pada variabel kualitas layanan dengan indikator-indikator yang berhubungan dengan loyalitas (*tangible/ta*), indikator ta_3 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3235. Pada indikator ta_3 yang menyatakan karyawan BPR berpenampilan rapi, 17 (tujuh belas) responden menyatakan setuju, 14 (empat belas) responden menyatakan sangat setuju dan 3 (tiga) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan *tangible* adalah indikator ta_4 dengan rata-rata 4,8529 yang menyatakan: counter layanan BPR menarik. Pada indikator ini 11 (sebelas) responden menyatakan cukup setuju dan setuju, 10 (sepuluh) responden menyatakan sangat setuju dan 2 (dua) menyatakan kurang setuju.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*reliability/ri*), indikator ri8 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,4412. Pada indikator ri8 yang menyatakan: BPR menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang dijanjikan, 17 (tujuh belas) responden menyatakan setuju, 16 (enam belas) responden menyatakan sangat setuju dan 1 (satu) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan *reliability* adalah ri_5 dengan rata-rata 5,2846 yang menyatakan bahwa: bila berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu, BPR menepatinya. Pada indikator ini 17 (tujuh belas) responden menyatakan setuju, 11 (sebelas) responden menyatakan sangat setuju, 5 (lima) responden menyatakan cukup setuju dan 1 (satu) responden menyatakan kurang setuju.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*responsiveness/rs*), indikator rs11 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3529. Pada indikator rs11 yang menyatakan: karyawan BPR malayani nasabah dengan cepat, 22 (dua puluh dua) responden menyatakan setuju dan 12 (dua belas) responden menyatakan sangat setuju. Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*responsiveness/rs*) adalah pada rs13 dengan rata-rata 5,1176 yang menyatakan: saya meluangkan waktu untuk merespon permintaan nasabah. Pada indikator ini 23 (dua puluh tiga) responden yang menyatakan setuju, 8 (delapan) responden yang

menyatakan sangat setuju, 2 (dua) responden yang menyatakan cukup setuju dan 1 (satu) responden menyatakan kurang setuju.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*assurance/as*), indikator as16 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,4118. Pada indikator as16 yang menyatakan: saya selalu bersikap sopan, 18 (delapan belas) responden menyatakan setuju, 15 (lima belas) responden menyatakan sangat setuju dan 1 (satu) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan *assurance* adalah as15 dengan rata-rata 5,3235 yang menyatakan bahwa: nasabah merasa aman dalam melakukan transaksi dengan BPR. Pada indikator ini 21 (dua puluh satu) responden menyatakan setuju, 12 (dua belas) responden menyatakan sangat setuju dan 1 (satu) responden menyatakan cukup setuju.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*empathy/em*), indikator em21 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,2647. Pada indikator em21 yang menyatakan: BPR selalu memperhatikan kepentingan nasabahnya, 19 (Sembilan belas) responden menyatakan setuju, 12 (dua belas) responden menyatakan sangat setuju dan 3 (tiga) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*empathy/em*) adalah pada em22 dengan rata-rata 5,0294 yang menyatakan: karyawan BPR memahami kebutuhan khusus saya. Pada indikator ini 16 (enam belas) responden yang menyatakan setuju, 10 (sepuluh) responden yang menyatakan sangat setuju, 7 (tujuh) responden yang menyatakan cukup setuju dan 1 (satu) kurang setuju.

Tabel 5.18.

Tanggapan Responden nasabah terhadap variabel *Service-Oriented Citizenship Behavior (S-OOCBs)* di BPD Bali

Item Pernyataan	Tanggapan						Sum	Mean	Std. Deviation
	1	2	3	4	5	6			
L1_1	0	1	3	11	102	85	1075	5,3218	0,6914
L2_2	0	1	0	12	112	77	1072	5,3069	0,6268
L3_3	0	2	9	37	107	47	996	4,9307	0,8256
L4_4	0	2	4	27	102	67	1036	5,1287	0,7875
L5_5	0	2	1	26	95	78	1054	5,2178	0,7610
Rata-rata L							5,1811		
SD1_6	0	1	2	10	101	88	1081	5,3515	0,6693
SD2_7	0	0	3	19	112	68	1053	5,2129	0,6685
SD3_8	0	1	1	22	106	72	1055	5,2228	0,6946
SD4_9	0	1	1	20	121	59	1044	5,1683	0,6551

SD5_10	0	0	3	19	121	59	1044	5,1683	0,6475
SD7_11	0	1	1	8	112	80	1077	5,3317	0,6260
SD8_12	0	1	2	10	107	82	1075	5,3218	0,6619
Rata-rata SD								5,2539	
SO1_13	0	1	2	17	118	64	1050	5,1980	0,6694
SO2_14	0	2	2	16	113	69	1053	5,2129	0,7118
SO3_15	0	1	5	21	107	68	1044	5,1683	0,7473
SO4_16	2	2	5	29	114	50	1007	4,9851	0,8608
SO5_17	0		5	20	120	57	1037	5,1337	0,6816
Rata-rata SO								5,1396	
A1_18	0	3	6	28	109	56	1017	5,0347	0,8188
A2_19	0	0	6	38	108	50	1010	5,0000	0,7464
A3_20	0	0	4	30	108	60	1032	5,1089	0,7179
A4_21	1	12	22	44	85	38	920	4,5545	1,1239
A5_22	0	0	6	19	107	70	1049	5,1931	0,7243
A6_23	0	0	9	27	106	60	1025	5,0743	0,7787
Rata-rata A								4,9942	
NAC1_24	0	0	5	29	117	51	1022	5,0594	0,7028
NAC2_25	0	0	13	33	104	42	1003	4,9653	0,8248
NAC3_26	0	0	1	30	115	56	1034	5,1188	0,6584
NAC4_27	0	2	12	18	106	44	986	4,8812	0,8497
Rata-rata NAC								5,0061	
NKCN1_28	0	0	5	25	128	44	1019	5,0446	0,6632
NKCN2_29	0	1	4	28	122	47	1018	5,0396	0,6632
NKCN3_30	0	4	9	44	107	38	974	4,8218	0,8568
Rata-rata NKCN								4,9686	
NRP1_31	0	3	13	42	90	54	987	5,8861	0,9260
NRP2_32	0	1	13	31	104	53	1003	4,9653	0,8486
Rata-rata NRP								5,4257	
EOCB_33	0	0	2	18	123	59	1047	5,1832	0,6238
AOCB_34	0	0	1	20	114	67	1055	5,2228	0,6347
JOCB_1_35	0	0	2	20	109	71	1057	5,2327	0,6619
JOCB_2_36	0	0	4	28	104	66	1040	5,1485	0,7246
Rata-rata JOCB								5,1906	
PTOCB_37	0	1	4	25	114	58	1032	5,1086	0,7248
AI_1_38	0	1	6	23	116	56	1028	5,0891	0,7411
AI_2_39	0	1	7	20	113	61	1034	5,1188	0,7568
AI_3_40	0	1	11	34	112	44	995	4,9257	0,8038
AI_3_41	0	0	3	20	100	79	1063	5,2626	0,6950
Rata-rata AI								5,0990	
Rata-rata Variabel S-OCB								5,1478	

Sumber: diolah

Berdasarkan Tabel 5.18 mengenai tanggapan responden nasabah terhadap variabel *service-oriented organizational citizenship behavior* (S-OOCBs) pada bank BPD Bali memberikan tanggapan yang positif terhadap 41 (empat puluh satu) indikator pernyataan yang diteliti. Nilai rata - rata S-OOCBs secara keseluruhan sebesar 5,1478 dari skala 6. Berdasarkan rata - rata variabel yang telah ditetapkan terdahulu maka penilaian responden nasabah termasuk kategori setuju terhadap indikator S-OOCBs yang mereka rasakan selama mereka berinteraksi dengan BPD Bali.

Pada variabel S-OOCBs dengan indikator-indikator yang berhubungan dengan loyalitas (*Loyalty/L*), indikator L1_1 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3218. Pada indikator L1_1 yang menyatakan: saya mengatakan hal-hal yang baik tentang BPD Bali kepada orang lain, 102 (serratus dua) responden menyatakan setuju, 85 (delapan puluh lima) responden menyatakan sangat setuju, 11 (sebelas) responden menyatakan cukup setuju, 3 (tiga) responden menyatakan kurang setuju dan 1 (satu) responden menyatakan tidak setuju. Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan loyalitas adalah indikator L3_3 dengan rata-ara 4,9308 yang menyatakan bahwa saya secara aktif mempromosikan produk BPD. Pada indikator ini 107 (serratus tujuh) responden menyatakan sangat setuju, 47 (empat puluh tujuh) responden menyatakan sangat setuju, 37 (tiga puluh tujuh) responden menyatakan cukup setuju, 9 (Sembilan) responden menyatakan kurang setuju, serta 2 (dua) responden menyatakan tidak setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan *service delivery/SD*, indikator SD7_11 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3317. Pada indikator SD7_11 yang menyatakan: saya mendapatkan layanan yang sopan dari karyawan BPD, 121 (seratus dua puluh satu) responden menyatakan setuju, 59 (lima puluh sembilan) responden menyatakan sangat setuju, 20 (dua puluh) responden menyatakan cukup setuju, dan 1 (satu) responden menyatakan kurang setuju dan tidak setuju. Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan *Service Delivery (SD)* adalah SD4_9 yang menyatakan bahwa: saya mendapatkan solusi atas permasalahan yang terkait dengan layanan BPD Bali. Pada indikator ini 121 (serratus dua puluh satu) responden menyatakan setuju, 59 (lima puluh sembilan) responden menyatakan sangat

setuju, 20 (dua puluh) responden menyatakan cukup setuju, dan 1 (satu) responden menyatakan kurang setuju dan tidak setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan orientasi layanan (*service orientation/SO*), indikator SO2_14 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,2129. Pada indikator SO2_14 yang menyatakan: karyawan BPD Bali memberikan layanan terbaik saat saya menghadapi masalah layanan, 113 (seratus tiga belas) responden menyatakan setuju, 69 (enam puluh sembilan) responden menyatakan sangat setuju, 16 (enam belas) responden menyatakan cukup setuju, dan 2 (dua) responden menyatakan kurang setuju dan tidak setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan (*service orientation/SO*) adalah pada SO4_16 yang menyatakan: karyawan BPD Bali selalu memperhatikan kepentingan saya. Pada indikator ini 114 (seratus empat belas) responden yang menyatakan setuju, 50 (lima puluh) responden yang menyatakan sangat setuju, 29 (dua puluh sembilan) responden yang menyatakan cukup setuju, 5 (lima) responden yang menyatakan kurang setuju, dan 2 (dua) responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan orientasi layanan (*altruism/A*), indikator A5_22 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,1931. Pada indikator A5_22 yang menyatakan: karyawan BPD Bali tetap memberikan layanan yang baik meskipun terdapat banyak antrian nasabah, 107 (seratus tujuh) responden menyatakan setuju, 70 (tujuh puluh) responden menyatakan sangat setuju, 19 (dua puluh) responden menyatakan cukup setuju dan 6 (enam) responden menyatakan kurang setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan Kebutuhan untuk memperhatikan nasabah (*the need to pay attention to customer (altruism/A)*) adalah pada A4_21 yang menyatakan: karyawan BPD Bali bersedia melayani nasabah meskipun hari libur. Pada indikator ini 85 (delapan puluh lima) responden yang menyatakan setuju, 44 (empat puluh empat) responden yang menyatakan cukup setuju, 38 (tiga puluh delapan) responden yang menyatakan cukup setuju, 22 (dua puluh dua) responden yang menyatakan kurang setuju, 12 (dua belas) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (satu) responden menyatakan sangat tidak setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan kebutuhan untuk memperhatikan nasabah (*the need to pay attention to customer/NAC*), indikator NAC3_26 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,1188. Pada indikator NAC3_26 yang menyatakan: karyawan BPD Bali memberikan perhatian pada penyelesaian setiap masalah yang dihadapi nasabah, 115 (seratus lima belas) responden menyatakan setuju, 56 (lima puluh enam) responden menyatakan sangat setuju, 30 (tiga puluh) responden menyatakan cukup setuju dan 1 (satu) responden menyatakan tidak setuju. Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan (*the need to pay attention to customer/NAC*) adalah pada NAC4_27 yang menyatakan: saya merasa mendapatkan perhatian secara personal dari karyawan BPD Bali. Pada indikator ini 106 (saratus enam) responden yang menyatakan setuju, 44 (empat puluh empat) responden yang menyatakan sangat setuju, 18 (delapan belas) responden yang menyatakan cukup setuju, 12 (dua belas) responden yang menyatakan kurang setuju, 2 (dua) responden menyatakan tidak setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan kebutuhan untuk mengetahui kebutuhan nasabah (*the need to know customers' needs/NKCN*), indikator NKCN1_28 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,0446. Pada indikator NKCN1_28 yang menyatakan: karyawan BPD Bali melakukan identifikasi kebutuhan nasabah, 128 (seratus dua puluh delapan) responden menyatakan setuju, 44 (empat puluh empat) responden menyatakan sangat setuju, 25 (dua puluh lima) responden menyatakan cukup setuju dan 5 (lima) responden menyatakan tidak setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan (*the need to know customers' needs/NKCN*), adalah pada NKCN3_30 yang menyatakan: karyawan BPD Bali dapat memahami kebutuhan nasabah melalui bahasa tubuh yang ditunjukkan oleh nasabah dengan rata-rata 4,8218. Pada indikator ini 107 (seratus tujuh) responden yang menyatakan setuju, 44 (empat puluh empat) responden yang menyatakan cukup setuju, 38 (tiga puluh delapan) responden yang menyatakan sangat setuju, 9 (sembilan) responden yang menyatakan kurang setuju, 4 (empat) responden menyatakan tidak setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP), indikator NRP1_31 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,8861. Pada indikator NRP1_31 yang menyatakan: karyawan BPD Bali ingat

nama saya, 90 (Sembilan puluh) responden menyatakan setuju, 54 (lima puluh empat) responden menyatakan sangat setuju, 42 (empat puluh dua) responden menyatakan cukup setuju, 13 (tiga belas) responden menyatakan kurang setuju dan 3 (tiga) responden menyatakan tidak setuju.

Jawaban terendah adalah pada NRP2_32 yang menyatakan: karyawan BPD Bali mengenal saya dengan baik dengan rata-rata 4,9653. Pada indikator ini 104 (seratus empat) responden yang menyatakan setuju, 53 (lima puluh tiga) responden yang menyatakan sangat setuju, 31 (tiga puluh satu) responden yang menyatakan cukup setuju, 13 (tiga belas) responden yang menyatakan kurang setuju, 1 (satu) responden menyatakan tidak setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan Justification OCB, indikator JOCB1_35 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,2327. Pada indikator JOCB1_35 yang menyatakan: karyawan BPD Bali memberikan informasi tambahan untuk menyelesaikan permasalahan layanan, 109 (seratus sembilan) responden menyatakan setuju, 71 (tujuh puluh satu) responden menyatakan sangat setuju, 20 (dua puluh) responden menyatakan cukup setuju dan 2 (dua) responden menyatakan kurang setuju.

Jawaban terendah adalah pada JOCB2_36 yang menyatakan: karyawan BPD Bali memberikan solusi permasalahan layanan secara personal, dengan rata-rata 5,1485. Pada indikator ini 104 (seratus empat) responden yang menyatakan setuju, 66 (enam puluh enam) responden yang menyatakan sangat setuju, 28 (dua puluh delapan) responden yang menyatakan cukup setuju, 4 (empat) responden yang menyatakan kurang setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan *altruisme* (AI), indikator AI3_41 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,2626. Pada indikator AI13_41 yang menyatakan: saya mendapatkan solusi layanan yang memuaskan dari karyawan BPD Bali, 100 (seratus) responden menyatakan setuju, 79 (tujuh puluh sembilan) responden menyatakan sangat setuju, 20 (dua puluh) responden menyatakan cukup setuju dan 3 (tiga) responden menyatakan kurang setuju.

Jawaban terendah adalah pada AI3_40 yang menyatakan: layanan bantuan sukarela yang saya terima dari karyawan BPD Bali melebihi kebutuhan saya dengan rata-rata 4,9257. Pada indikator ini 112 (seratus dua belas) responden yang menyatakan setuju,

44 (empat puluh empat) responden yang menyatakan sangat setuju, 34 (tiga puluh empat) responden yang menyatakan cukup setuju, 11 (sebelas) responden yang menyatakan kurang setuju, 1 (satu) responden menyatakan tidak setuju.

Adapun urutan faktor yang paling menentukan pada variabel S-OOCBs ini adalah karyawan BPR bersedia melayani meskipun saat jam istirahat (NRP1_31) yang berhubungan dengan kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP) yang menyatakan: karyawan BPD Bali ingat nama saya dan saya mendapatkan layanan yang sopan dari karyawan BPD Bali (SD7_11) yang berhubungan dengan *service delivery* dengan nilai rata-rata 5,3317.

Tabel 5.19.
Tanggapan Responden nasabah terhadap variabel *Kualitas Layanan* di BPD Bali

Item Pernyataan	Tanggapan						Sum	Mean	Std. Deviation
	1	2	3	4	5	6			
ta1	0	1	3	11	102	85	1075	5,3218	0,6914
ta2	0	1	0	12	112	77	1072	5,3069	0,6268
ta3	0	2	9	37	107	47	996	4,9307	0,8256
Rata-rata Ta							5,1720		
ri5	0	2	1	26	95	78	1054	5,2178	0,7610
ri6	0	1	2	10	101	88	1081	5,3515	0,6693
ri7	0	0	3	19	112	68	1053	5,2129	0,6685
ri8	0	1	1	22	106	72	1055	5,2228	0,6946
ri9	0	1	1	20	121	59	1044	5,1683	0,6551
Rata-rata ri							5,2346		
rs10	0	0	3	19	121	59	1044	5,1683	0,6473
rs11	0	1	1	8	112	80	1077	5,3317	0,6260
rs12	0	1	2	10	107	82	1075	5,3218	0,6619
rs13	0	1	2	17	118	64	1050	5,1980	0,6694
Rata-rata rs							5,2549		
as14	0	2	2	16	113	69	1053	5,2129	0,7118
as15	0	1	5	21	107	68	1044	5,1683	0,7473
as16	2	2	5	29	114	50	1007	4,9851	0,8608
as17	0	0	5	20	120	57	1037	5,1337	0,6816
Rata-rata as							5,125		
em18	0	3	6	28	109	56	1017	5,0347	0,8188
em19	0	0	6	38	108	50	1010	5,0000	0,7464
em20	0	0	4	30	108	60	1032	5,1089	0,7179
em21	1	12	22	44	85	38	920	4,5545	0,1239
em22	0	0	6	19	107	70	1049	5,1931	0,7243
Rata-rata em							4,9782		
Rata-rata Variabel Kualitas Layanan							5,1529		

Sumber: diolah

Berdasarkan Tabel 5.19 mengenai tanggapan responden nasabah terhadap variabel kualitas layanan pada bank BPD Bali memberikan tanggapan yang positif terhadap 22 (dua puluh dua) indikator pernyataan yang diteliti. Nilai rata - rata kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 5,1529 dari skala 6. Berdasarkan rata - rata variabel yang telah ditetapkan terdahulu maka penilaian responden nasabah termasuk kategori setuju terhadap indikator kualitas layanan yang nasabah rasakan selama mereka berinteraksi dengan BPD Bali.

Pada variabel kualitas layanan dengan indikator-indikator yang berhubungan dengan loyalitas (*tangible/ta*), indikator ta_1 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3218. Pada indikator ta_1 yang menyatakan: BPD Bali memiliki peralatan dan terbaru (modern), 102 (seratus dua) responden menyatakan setuju, 85 (delapan puluh lima) responden menyatakan sangat setuju, 11 (sebelas) responden menyatakan cukup setuju, 3 (tiga) responden menyatakan kurang setuju dan 1 (satu) responden menyatakan tidak setuju. Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan *tangible* adalah indikator ta_3 dengan rata-ara 4,9307 yang menyatakan: karyawan BPD Bali berpenampilan rapi. Pada indikator ini 107 (seratus tujuh) responden menyatakan sangat setuju, 47 (empat puluh tujuh) responden menyatakan sangat setuju, 37 (tiga puluh tujuh) responden menyatakan cukup setuju, dan 9 (sembilan) responden menyatakan kurang setuju, serta 2 (dua) responden menyatakan tidak setuju.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*reliability/ri*), indikator ri6 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3515. Pada indikator ri7 yang menyatakan: bila nasabah mendapatkan masalah, BPD Bali bersikap simpatik untuk menyelesaiannya, 101 (seratus satu) responden menyatakan setuju, 88 (delapan puluh delapan) responden menyatakan sangat setuju, 10 (sepuluh) responden menyatakan cukup setuju, 2 (dua) responden menyatakan kurang setuju dan 1 (satu) responden menyatakan tidak setuju. Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan *reliability* adalah ri_9 dengan rata-rata 5,1683 yang menyatakan bahwa: BPD Bali memiliki pencatatan yang akurat. Pada indikator ini 121 (seratus dua puluh satu) responden menyatakan setuju, 72 (tujuh puluh dua) responden menyatakan sangat setuju, 22 (dua puluh dua) responden menyatakan cukup setuju, dan 1 (satu) responden menyatakan kurang setuju dan tidak setuju.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*responsiveness/rs*), indikator rs11 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3317. Pada indikator rs11 yang menyatakan: karyawan BPD melayani nasabah dengan cepat, 112 (seratus dua belas) responden menyatakan sangat setuju, 80 (delapan puluh) responden menyatakan setuju, 8 (delapan) responden menyatakan cukup setuju, dan 1 (satu) responden menyatakan kurang setuju dan tidak setuju.

Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*responsiveness/rs*) adalah pada rs10 dengan rata-rata 5,1683 yang menyatakan: karyawan BPD memberitahu nasabah kapan pastinya layanan akan disampaikan. Pada indikator ini 121 (seratus dua puluh satu) responden yang menyatakan setuju, 59 (lima puluh sembilan) responden yang menyatakan sangat setuju, 19 (Sembilan belas) responden yang menyatakan cukup setuju, dan 3 (tiga) responden menyatakan kurang setuju.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*assurance/as*), indikator as14 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,2129. Pada indikator as14 yang menyatakan: perilaku karyawan BPD Bali membuat saya mempercayainya, 113 (seratus tiga belas) responden menyatakan setuju, 69 (enam puluh sembilan) responden menyatakan sangat setuju, 16 (enam belas) responden menyatakan cukup setuju, dan 2 (dua) responden menyatakan kurang setuju dan tidak setuju. Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan *assurance* adalah as16 dengan rata-rata 4,9581 yang menyatakan bahwa: karyawan BPD Bali selalu bersikap sopan. Pada indikator ini 114 (seratus empat belas) responden menyatakan setuju, 50 (lima puluh) responden menyatakan sangat setuju, 29 (dua puluh sembilan) responden menyatakan cukup setuju, 5 (lima) responden menyatakan kurang setuju, dan 2 (dua) responden menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*empathy/em*), indikator em22 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,1931. Pada indikator em22 yang menyatakan: karyawan BPD Bali memahami kebutuhan khusus saya, 107 (seratus tujuh) responden menyatakan setuju, 70 (tujuh puluh) responden menyatakan sangat setuju, 19 (sembilan belas) responden menyatakan cukup setuju, 6 (enam) responden menyatakan kurang setuju.

Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*empathy/em*) adalah pada em21 yang menyatakan: karyawan BPD Bali selalu memperhatikan kepentingan saya. Pada indikator ini 85 (delapan puluh lima) responden yang menyatakan setuju, 44 (empat puluh empat) responden yang menyatakan cukup setuju, 38 (tiga puluh delapan) responden yang menyatakan sangat setuju, 22 (dua puluh dua) responden menyatakan kurang setuju, 12 (dua belas) responden menyatakan tidak setuju dan 1 (satu) responden menyatakan sangat tidak setuju.

Tabel 5.20.
Tanggapan Responden pegawai terhadap variabel *Service-Oriented Citizenship Behavior (S-OOCBs)* di BPD Bali

Item Pernyataan	Tanggapan						Sum	Mean	Std. Deviation
	1	2	3	4	5	6			
L1_1	0	0	1	4	24	11	205	5,250	0,6864
L2_2	0	0	0	1	24	14	213	5,3250	0,5256
L3_3	0	0	1	1	18	20	217	5,2734	0,5541
L4_4	0	0	0	0	28	12	212	5,3000	0,5541
L5_5	0	0	0	0	24	16	216	5,4000	0,4961
L6_6	0	0	0	1	19	20	219	5,4750	0,5541
Rata-rata L							5,3708		
SD1_7	0	0	0	1	27	12	211	5,2750	0,5057
SD2_8	0	0	0	2	26	12	210	5,2500	0,5430
SD3_9	0	0	0	5	29	6	201	5,0250	0,5304
SD4_10	0	0	0	3	31	6	203	5,0750	0,4743
SD5_11	0	0	0	0	30	10	210	5,2500	0,4383
SD6_12	0	0	0	1	28	11	210	5,2500	0,4935
SD7_13	0	0	0	1	21	18	217	5,4250	0,5494
SD8_14	0	0	0	0	23	17	217	5,4250	0,5006
Rata-rata SD							5,2468		
P1_15	0	0	1	3	31	5	200	5,0000	0,5547
P2_16	0	1	1	4	27	7	198	4,9500	0,7828
P3_17	0	1	1	3	31	4	196	4,9000	0,6385
P4_18	0	0	1	6	27	6	198	4,9500	0,6385
P5_19	0	0	0	4	27	9	205	5,1250	0,5633
P6_20	0	0	0	2	31	7	205	5,1250	0,4634
Rata-rata P							5,0083		
SO1_21	0	0	1	3	24	12	207	5,1750	0,6751
SO2_22	0	0	0	2	27	11	209	5,2250	0,5304
SO3_23	0	0	0	4	27	9	205	5,1250	0,5633
SO4_24	0	0	0	1	26	13	212	5,3000	0,5164
SO5_25	0	0	0	2	28	10	208	5,2000	0,5164
Rata-rata SO							5,205		

A1_26	0	0	4	6	22	8	194	4,8500	0,8638
A2_27	0	2	3	6	21	8	190	4,7500	1,0315
A3_28	0	2	2	5	22	9	194	4,8500	1,0012
A4_29	0	5	5	12	16	2	165	4,1250	1,1137
A5_30	0	0	0	3	30	7	204	5,1000	0,4961
A6_31	0	0	4	7	22	7	192	4,8000	0,8533
Rata-rata A								4,7458	
NAC1_32	0	0	0	9	22	9	200	5,0000	0,6793
NAC2_33	0	0	0	8	22	10	202	5,0500	0,6774
NAC3_34	0	0	0	7	22	11	204	5,1000	0,6717
NAC4_35	0	0	0	4	19	17	213	5,3250	0,6558
Rata-rata NAC								5,1187	
NKCN1_36	0	0	1	6	19	16	210	5,2500	0,7424
NKCN2_37	0	0	7		19	14	207	5,1750	0,7120
NKCN3_38	0	0	3	7	15	15	202	5,0500	0,9323
Rata-rata NKCN								5,1583	
NRP_1_39	0	0	2	8	20	10	198	4,9500	0,8149
NRP_2_40	0	0	0	7	17	16	209	5,2250	0,7333
Rata-rata NRP								5,0875	
EOCB_41	0	0	1	12	15	12	198	4,9500	0,8458
EOCB_42	0	0	1	3	12	12	191	4,8750	0,9388
Rata-rata EOCB								4,9125	
JOCB_43	0	0	4	8	17	11	195	4,8750	0,9388
JOCB_44	0	0	1	9	16	14	203	5,0750	0,8385
Rata-rata JOCB								4,975	
PTOCB_45	0	0	1	6	18	15	207	5,1750	0,7807
AI1_46	0	0	1	5	21	13	206	5,1500	0,7355
AI2_47	0	0	0	3	24	13	210	5,2500	0,5883
AI3_48	0	0	0	2	24	14	212	5,3000	0,5638
AI4_49	0	0	0	2	23	15	213	5,3250	0,5723
Rata-rata AI								5,2562	
Rata-rata Variabel S-OCB								5,1050	

Sumber: diolah

Berdasarkan Tabel 5.20 mengenai tanggapan responden pegawai terhadap variabel *service-oriented organizational citizenship behavior* (S-OOCBs) pada bank BPD Bali memberikan tanggapan yang positif terhadap 49 (empat puluh sembilan) indikator pernyataan yang diteliti. Nilai rata - rata S-OOCBs secara keseluruhan sebesar 5,1050 dari skala 6. Berdasarkan rata - rata variabel yang telah ditetapkan terdahulu maka penilaian responden pegawai termasuk kategori setuju terhadap indikator S-OOCBs yang mereka rasakan selama mereka bekerja di BPD Bali.

Pada variabel S-OOCBs dengan indikator-indikator yang berhubungan dengan

loyalitas (*loyalty/L*), indikator L6_6 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,4750. Pada indikator L6_6 yang menyatakan: saya mendorong keluarga untuk menggunakan jasa BPD Bali , 20 (dua puluh) responden menyatakan sangat setuju dan 19 (Sembilan belas) responden menyatakan setuju dan 1 (satu) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan loyalitas adalah indikator L1_1 dengan rata-rata 5,250 yang menyatakan: saya menceritakan kepada orang lain bahwa BPD Bali merupakan tempat kerja yang baik untuk berkariir. Pada indikator ini 24 (dua puluh empat) responden menyatakan setuju, 11 (sebelas) responden menyatakan sangat setuju, 4 (empat) responden menyatakan cukup setuju dan 1 (satu) responden menyatakan kurang setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan *service delivery/SD*, indikator SD8_14 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,4259. Pada indikator SD8_14 yang menyatakan: saya sangat menghargai nasabah, 23 (dua puluh tiga) responden menyatakan setuju dan 17 (tujuh belas) responden menyatakan sangat setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan *service delivery (SD)* adalah SD3_9 dengan rata-rata 5,0250 yang menyatakan bahwa: saya dapat memberikan layanan secara cepat sesuai permintaan nasabah. Pada indikator ini 29 (dua puluh sembilan) responden menyatakan setuju, 6 (enam) responden menyatakan sangat setuju dan setuju, 5 (lima) responden menyatakan cukup setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan orientasi layanan (*participation/P*), indikator P6_20 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,1250. Pada indikator P6_20 yang menyatakan: saya mempelajari brosur BPD Bali untuk memahami jasa yang ditawarkan, 31 (tiga puluh satu) responden menyatakan setuju, 7 (tujuh) responden menyatakan sangat setuju dan 2 (dua) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan (*participation/P*), adalah pada P3_17 dengan rata-rata 4,900 yang menyatakan: saya memberikan ide tentang cara berkomunikasi dengan nasabah. Pada indikator ini 31 (tiga puluh satu) responden yang menyatakan setuju, 4 (empat) responden yang menyatakan sangat setuju, tiga responden menyatakan cukup setuju dan 1 (satu) responden yang menyatakan kurang setuju dan tidak setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan orientasi layanan (*service orientation/SO*), indikator SO4_24 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3000. Pada indikator SO4_24 yang menyatakan: saya bangga memberikan layanan yang baik pada nasabah, 26 (dua puluh enam) responden menyatakan setuju dan 13 (tiga belas) responden menyatakan sangat setuju dan 1 (satu) responden menyatakan cukup setuju. Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan (*service orientation/SO*) adalah pada SO3_23 dengan rata-rata 5,1250 yang menyatakan: saya mudah bergaul dengan nasabah. Pada indikator ini 27 (dua puluh tujuh) responden yang menyatakan setuju, 9 (sembilan) responden yang menyatakan sangat setuju dan 4 (empat) responden yang menyatakan cukup setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan orientasi layanan (*altruism/A*), indikator A5_30 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,1000. Pada indikator A5_30 yang menyatakan: saya berupaya melayani nasabah dengan baik meskipun jadwal kerja padat, 30 (tiga puluh) responden menyatakan setuju, 7 (tujuh) responden menyatakan sangat setuju, dan 3 (tiga) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan kebutuhan untuk memperhatikan nasabah (*the need to pay attention to customer (altruism/A)*) adalah pada A4_29 yang menyatakan: saya bersedia melayani nasabah meskipun hari libur. Pada indikator ini 16 (enam belas) responden yang menyatakan setuju, 12 (dua belas) responden yang menyatakan cukup setuju dan 5 (lima) responden yang menyatakan kurang setuju dan tidak setuju serta 2 (dua) responden menyatakan sangat setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan kebutuhan untuk memperhatikan nasabah (*the need to pay attention to customer/NAC*), indikator NAC4_35 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3250. Pada indikator NAC4_35 yang menyatakan: saya berusaha memberikan layanan kepada masing-masing nasabah secara personal, 19 (sembilan belas) responden menyatakan setuju, 17 (tujuh belas) responden menyatakan sangat setuju dan 4 (empat) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan (*the need to pay attention to customer/NAC*) adalah pada NAC1_32 dengan rata-rata 5,0000 yang menyatakan: saya senang dapat memberikan layanan lebih pada nasabah. Pada indikator ini 22 (dua puluh dua) responden yang menyatakan setuju, 9 (sembilan)

responden yang menyatakan sangat setuju, dan 9 (sembilan) responden yang menyatakan cukup setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan kebutuhan untuk mengetahui kebutuhan nasabah (*the need to know customers' needs/NKCN*), indikator NKCN1_36 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,250. Pada indikator NKCN1_36 yang menyatakan: saya berusaha untuk mengetahui kebutuhan nasabah, 19 (sembilan belas) responden menyatakan setuju, 16 (enam belas) responden menyatakan sangat setuju dan 7 (tujuh) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan (*the need to know customers' needs/NKCN*), adalah pada NKCN3_38 dengan rata-rata 5,0500 yang menyatakan: saya berupaya memahami bahasa tubuh nasabah untuk mengetahui layanan yang dibutuhkan nasabah. Pada indikator ini 15 (lima belas) responden sama-sama menyatakan setuju dan sangat setuju, 7 (tujuh) responden yang menyatakan cukup setuju dan 3 (tiga) responden yang menyatakan kurang setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP), indikator NRP2_40 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,2250. Pada indikator NRP2_40 yang menyatakan: saya berupaya untuk mengenal nasabah secara personal, 15 (lima belas) responden menyatakan setuju, 12 (dua belas) responden menyatakan sangat setuju dan cukup setuju serta 1 (satu) responden menyatakan kurang setuju.

Jawaban terendah adalah pada NRP1_39 yang menyatakan: saya berupaya untuk mengingat nama-nama nasabah dengan rata-rata 4,9500. Pada indikator ini 20 (dua puluh) responden yang menyatakan setuju, 10 (sepuluh) responden yang menyatakan sangat setuju, 8 (delapan) responden yang menyatakan cukup setuju, 2 (dua) responden yang menyatakan kurang setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan *education OCB*, indikator EOBC_41 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 4,9500. Pada indikator EOBC_41 yang menyatakan: saya memberikan penjelasan kepada nasabah (mengedukasi nasabah) tentang hak nasabah dalam layanan, 15 (lima belas) responden menyatakan setuju, 12 (dua belas) responden menyatakan sangat setuju dan cukup setuju dan 1 (satu) responden menyatakan kurang setuju.

Jawaban terendah adalah pada EOCB_42 yang menyatakan: saya menawarkan alternatif layanan jika ada kendala dalam layanan utama dengan rata-rata 4,8750. Pada indikator ini 12 (dua belas) responden yang menyatakan setuju dan sangat setuju, 3 (tiga) responden yang menyatakan cukup setuju dan 1 (satu) responden yang menyatakan kurang setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan Justification OCB, indikator JOCB_44 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,0750. Pada indikator JOCB_44 yang menyatakan: saya memberikan solusi permasalahan terkait dengan teknologi yang hanya berlaku untuk nasabah tertentu, 16 (enam belas) responden menyatakan setuju, 14 (empat belas) responden menyatakan sangat setuju dan 9 (sembilan) responden menyatakan cukup setuju serta 1 (satu) responden menyatakan kurang setuju.

Jawaban terendah adalah pada JOCB_43 yang menyatakan: saya memberikan solusi permasalahan layanan yang sesuai secara personal pada nasabah dengan rata-rata 4,8750. Pada indikator ini 17 (tujuh belas) responden yang menyatakan setuju, 11 (sebelas) responden yang menyatakan sangat setuju, 8 (delapan) responden menyatakan cukup setuju dan 4 (empat) responden yang menyatakan kurang setuju.

Pada variabel S-OOCBs yang berhubungan dengan *Altruisme* (AI), indikator AI4_49 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3250. Pada indikator AI4_49 yang menyatakan: saya membantu mengatasi masalah layanan diatas harapan nasabah, 23 (dua puluh tiga) responden menyatakan setuju, 15 (lima belas) responden menyatakan sangat setuju dan 2 (dua) responden menyatakan cukup.

Jawaban terendah adalah pada AI1_46 yang menyatakan: saya bersedia untuk memberikan layanan lebih dari standard untuk memuaskan nasabah dengan rata-rata 5,1500. Pada indikator ini 21 (dua puluh satu) responden yang menyatakan setuju, 13 (tiga belas) responden yang menyatakan sangat setuju, 5 (lima) responden yang menyatakan cukup setuju dan 1 (satu) responden yang menyatakan kurang setuju.

Adapun urutan faktor yang paling menentukan pada variabel S-OOCBs ini adalah saya mendorong keluarga untuk menggunakan jasa BPD Bali (L6_6) yang berhubungan dengan loyalitas dengan rata-rata 5,4750 dan saya sangat menghargai nasabah SD8_14 dengan nilai rata-rata 5,4250 yang berhubungan dengan *service delivery*.

Tabel 5.21.
Tanggapan Responden pegawai terhadap variabel *Kualitas Layanan* di BPD Bali

Item Pernyataan	Tanggapan						Sum	Mean	Std. Deviation
	1	2	3	4	5	6			
ta1	0	0	2	15	12	11	192	4,8000	0,9114
ta2	0	0	0	12	18	10	198	4,9500	0,7493
ta3	0	0	2	10	15	13	199	4,9750	0,8912
ta4	0	0	0	6	25	9	203	5,0750	0,6155
Rata-rata Ta							4,95		
ri5	0	0	0	2	28	10	208	5,2000	0,5164
ri6	0	0	0	3	29	8	205	5,1250	0,5157
ri7	0	0	0	3	27	10	207	5,1750	0,5494
ri8	0	0	1	3	27	9	204	5,1000	0,6324
ri9	0	0	0	3	29	8	205	5,1250	0,5157
Rata-rata ri							5,145		
rs10	0	0	0	4	28	8	204	5,1000	0,5453
rs11	0	0	0	2	30	8	206	5,1500	0,4830
rs12	0	0	0	2	26	12	210	5,2500	0,5430
rs13	0	0	0	3	27	10	207	5,1750	0,5494
Rata-rata rs							5,1687		
as14	0	0	0	2	31	7	205	5,1250	0,4634
as15	0	0	0	3	24	13	210	5,2500	0,5883
as16	0	0	0	0	25	15	215	5,3750	0,4902
as17	0	0	0	6	24	10	204	5,1000	0,6324
Rata-rata as							5,2125		
em18	0	0	0	3	8	29	186	4,6500	0,6224
em19	0	1	4	3	28	4	190	4,7500	0,8697
em20	0	0	3	7	24	6	193	4,8250	0,7807
em21	0	0	0	2	29	9	207	5,1750	0,5006
em22	0	0	1	4	30	5	199	4,9750	0,5767
Rata-rata em							4,875		
Rata-rata Variabel Kualitas Layanan							5,0702		

Sumber: diolah

Berdasarkan Tabel 5.21 mengenai tanggapan responden pegawai terhadap variabel kualitas layanan pada bank BPD Bali memberikan tanggapan yang positif terhadap 22 (dua puluh dua) indikator pernyataan yang diteliti. Nilai rata - rata kualitas layanan secara keseluruhan sebesar 5,0702 dari skala 6. Berdasarkan rata - rata variabel yang telah ditetapkan terdahulu maka penilaian responden pegawai termasuk kategori setuju terhadap indikator kualitas layanan yang pegawai rasakan selama mereka bekerja di BPD Bali.

Pada variabel kualitas layanan dengan indikator-indikator yang berhubungan dengan

loyalitas (*tangible/ta*), indikator ta_3 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 4,9750. Pada indikator ta_3 yang menyatakan karyawan BPD Bali berpenampilan rapi, 15 (lima belas) responden menyatakan setuju, 13 (tiga belas) responden menyatakan sangat setuju dan 10 (sepuluh) responden menyatakan cukup setuju dan 2 responden menyatakan kurang setuju.

Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan *tangible* adalah indikator ta_1 dengan rata-rata 4,8000 yang menyatakan: BPD Bali memiliki peralatan terbaru (modern). Pada indikator ini 15 (lima belas) responden menyatakan cukup setuju, 12 (dua belas) responden menyatakan setuju dan 11 (sebelas) menyatakan sangat setuju.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*reliability/ri*), indikator ri5 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,2000. Pada indikator ri5 yang menyatakan: bila berjanji, BPD Bali menepatinya tepat waktu, 28 (dua puluh delapan) responden menyatakan setuju, 10 (sepuluh) responden menyatakan sangat setuju dan 2 (dua) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan *reliability* adalah ri_8 dengan rata-rata 5,1000 yang menyatakan bahwa: BPD Bali menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Pada indikator ini 27 (dua puluh tujuh) responden menyatakan setuju, 10 (sepuluh) responden menyatakan sangat setuju dan 3 (tiga) responden menyatakan cukup.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*responsiveness/rs*), indikator rs12 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,2500. Pada indikator rs12 yang menyatakan: saya selalu bersedia membantu para nasabah, 26 (dua puluh enam) responden menyatakan setuju dan 12 (dua belas) responden menyatakan sangat setuju dan 2 (dau) responden menyatakan cukup setuju.

Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*responsiveness/rs*) adalah pada rs10 dengan rata-rata 5,1000 yang menyatakan: karyawan BPD Bali memberitahu nasabah kapan pastinya layanan akan disampaikan. Pada indikator ini 28 (dua puluh delapan) responden yang menyatakan setuju, 8 (delapan) responden yang menyatakan sangat setuju, 4 (empat) responden yang menyatakan cukup setuju.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*assurance/as*), indikator as16 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,3750. Pada indikator as16 yang menyatakan: saya selalu bersikap sopan, 25 (dua puluh lima) responden menyatakan setuju, 15 (lima belas) responden menyatakan sangat setuju.

Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan *assurance* adalah as17 dengan rata-rata 5,1000 yang menyatakan bahwa: saya memiliki pengetahuan untuk dapat selalu menjawab pertanyaan nasabah. Pada indikator ini 24 (dua puluh empat) responden menyatakan setuju, 10 (sepuluh) responden menyatakan sangat setuju dan 6 (enam) responden menyatakan cukup setuju.

Pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*empathy/em*), indikator em21 menunjukkan nilai rata - rata tertinggi yaitu 5,1750. Pada indikator em21 yang menyatakan: BPD Bali selalu memperhatikan kepentingan nasabahnya, 29 (dua puluh sembilan) responden menyatakan setuju, 9 (sembilan) responden menyatakan sangat setuju dan 4 (empat) responden menyatakan cukup setuju serta 1 (satu) responden mengatakan kurang setuju.

Jawaban terendah pada variabel kualitas layanan yang berhubungan dengan (*empathy/em*) adalah pada em18 dengan rata-rata 4,6500 yang menyatakan: BPD Bali memberikan perhatian individu pada nasabahnya. Pada indikator ini 29 (dua puluh sembilan) responden yang menyatakan setuju, 9 (sembilan) responden yang menyatakan sangat setuju dan 2 (dua) responden yang menyatakan cukup.

Adapun urutan faktor yang paling menentukan pada variabel kualitas layanan ini adalah saya selalu bersikap sopan (as_16) yang berhubungan dengan *assurance* dengan rata-rata 5,3750 dan bila berjanji, BPD Bali menepatinya tepat waktu ri_5 dengan nilai rata-rata 5,2000 yang berhubungan dengan *reliability*.

5.5. Analisis Hasil Penelitian Dan Pembahasan

5.5.1. Persepsi nasabah terhadap *Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior (S-OOCBs)*

Dari hasil olah data diperoleh gambaran mengenai persepsi nasabah terhadap S-OOCB pada BPR Modern Express dan BPD Bali seperti pada Tabel 5.22.

Tabel 5.22.
Rerata Persepsi Nasabah BPD dan BPR pada *Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior* (S-OOCBs)

Variabel S-OOCBs	BPD Modern Express		BPD BALI	
	Rerata	Kategori	Rerata	Kategori
L1_1	5,3415	SS	5,3218	SS
L2_2	5,3740	SS	5,3069	SS
L3_3	5,2114	SS	4,9307	S
L4_4	5,2195	SS	5,1287	S
L5_5	5,2846	SS	5,2178	SS
SD1_6	5,4309	SS	5,3515	SS
SD2_7	5,3415	SS	5,2129	SS
SD3_8	5,4226	SS	5,2228	SS
SD4_9	5,3252	SS	5,1683	SS
SD5_10	5,2846	SS	5,1683	SS
SD7_11	5,4390	SS	5,3317	SS
SD8_12	5,4309	SS	5,3218	SS
SO1_13	5,3496	SS	5,1980	SS
SO2_14	5,4228	SS	5,2129	S
SO3_15	5,3659	SS	5,1683	SS
SO4_16	5,2276	SS	4,9851	S
SO5_17	5,2439	SS	5,1337	S
A1_18	5,545	SS	5,0347	S
A2_19	5,463	SS	5,0000	S
A3_20	5,3984	SS	5,1089	S
A4_21	4,6016	S	4,5545	S
A5_22	5,3089	SS	5,1931	SS
A6_23	5,3821	SS	5,0743	S
NAC1_24	5,2275	SS	5,0594	S
NAC2_25	5,0488	S	4,9653	S
NAC3_26	5,2358	SS	5,1188	S
NAC4_27	5,1626	SS	4,8812	S
NKCN1_28	5,2358	SS	5,0446	S
NKCN2_29	5,1707	SS	5,0396	S
NKCN3_30	5,0163	S	4,8218	S
NRP_1_31	5,1789	SS	5,8861	SS
NRP_2_32	5,1951	SS	4,9653	S
EOCB_33	5,3577	SS	5,1832	SS
AOCB_34	5,1707	SS	5,2228	SS
JOCB_1_35	5,2846	SS	5,2327	SS
JOCB_2_36	5,3008	SS	5,1485	S
PTOCB_37	5,1301	S	5,1086	S
AI_1_38	5,1951	SS	5,0891	S
AI_2-39	5,1870	SS	5,1188	S
AI3_40	5,0488	S	4,9257	S
AI4_41	5,2683	SS	5,2626	SS
Rerata L	5,2862	SS	5,1811	SS
Rerata SD	5,3821	SS	5,2539	SS
Rerata SO	5,3219	SS	5,1396	S
Rerata A	5,2813	SS	4,9942	S
Rerata NAC	5,1686	SS	5,0061	S
Rerata NKCN	5,1409	S	4,9686	S
Rerata NRP	5,187	SS	5,4257	SS
Rerata EOCB	5,3577	SS	5,1832	SS
Rerata AOCB	5,1707	SS	5,2228	SS

Rerata JOCB	5,2927	SS	5,1906	SS
Rerata PTOCB	5,1301	S	5,1086	S
Rerata AI	5,1748	SS	5,0990	S
Rerata S-OOCBs	5,7178	SS	5,1478	S

Sumber: diolah peneliti

Dari Tabel 5.22 nampak bahwa kinerja S-OOCBs menurut persepsi nasabah pada BPR Ambon memiliki rerata yang lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja S-OOCBs pada BPD Bali. Dari dimensi S-OOCBs pada BPR Ambon, yang memiliki rerata tertinggi adalah pada dimensi *Service Delivery* (SD) sebesar 5,3821. Kategori SD di BPR Ambon berada pada kategori sangat setuju (SS). Perilaku SD ini merupakan perilaku dari pegawai yang dirasakan oleh nasabah selama mereka berinteraksi dengan BPR Modern Express. Hal-hal yang nasabah rasakan tersebut adalah mendapatkan layanan yang sangat baik, mendapatkan informasi tentang proses layanan secara cermat, mendapatkan layanan secara cepat, mendapatkan solusi atas permasalahan yang terkait dengan layanan, mendapatkan layanan yang cermat, mendapatkan layanan yang sopan dan sangat dihargai.

Sementara di BPD Bali dimensi S-OOCBs yang memiliki rerata tertinggi adalah kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP) sebesar 5,4257. Perilaku NRP ini adalah karyawan BPD Bali ingat nama saya serta karyawan BPD Bali mengenal saya dengan baik.

Dimensi S-OOCBs di BPR dan BPD Bali yang berada pada kategori sangat baik (SS) adalah dimensi L, dimensi SD, dimensi NRP, dimensi EOCB, dimensi AOCB dan dimensi JOCB. Selain dimensi tersebut diatas di BPR yang memiilik kategori sangat setuju adalah SO, A, NAC dan AI, sisanya adalah setuju (S) yaitu NKCN dan PTOCB. Di BPD Bali selain dimensi yang L, SD, NRP, EOCB, AOCB dan JOCB yang mendapatkan kategori sangat setuju (SS) dan kategori setuju (S) adalah SO, A, NAC, NKCN, PTOCB dan AI.

5.5.2. Persepsi nasabah terhadap Kualitas Layanan di BPR dan BPD

Dari hasil olah data diperoleh gambaran mengenai persepsi nasabah terhadap kualitas layanan pada BPR Modern Express dan BPD Bali seperti pada Tabel 5.23.

Tabel 5.23.
Rerata Persepsi Nasabah BPD dan BPR pada Kualitas Layanan

Variabel S-OOCB	BPD Modern Express		BPD BALI	
	Rerata	Kategori	Rerata	Kategori
ta1	4,7642	S	5,3218	SS
ta2	4,9837	S	5,3069	SS

ta3	5,3415	SS	4,9307	S
ri5	5,2846	SS	5,2178	SS
ri6	5,2602	SS	5,3515	SS
ri7	5,2846	SS	5,2129	SS
ri8	5,2846	SS	5,2228	SS
ri9	5,2602	SS	5,1683	SS
rs10	5,2846	SS	5,1683	SS
rs11	5,3964	SS	5,3317	SS
rs12	5,3415	SS	5,3218	SS
rs13	5,3089	SS	5,1980	SS
as14	5,3415	SS	5,2129	SS
as15	5,4390	SS	5,1683	SS
as16	5,3740	SS	4,9851	S
as17	5,3415	SS	5,1337	S
em18	5,626	SS	5,0347	S
em19	5,2114	SS	5,0000	S
em20	5,1138	S	5,1089	S
em21	5,1463	S	4,5545	S
em22	5,0569	S	5,1931	S
Rerata ta	5,0298	S	5,1720	SS
Rerata ri	5,2748	SS	5,2346	SS
Rerata rs	5,3328	SS	5,2549	SS
Rerata as	5,374	SS	5,125	SS
Rerata em	5,2308	SS	4,9782	S
Rerata kualitas layanan	5,2484	SS	5,1529	S

Sumber: diolah

Dari Tabel 5.23 nampak bahwa persepsi nasabah terhadap kualitas layanan pada BPR Ambon memiliki rerata yang lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja kualitas layanan pada BPD Bali. Dari dimensi kualitas layanan di BPR Ambon, yang memiliki rerata tertinggi adalah pada dimensi *responsiveness* (RS) sebesar 5,3328. Kategori RS di BPR Ambon berada pada kategori sangat setuju (SS). Perilaku RS ini merupakan perilaku karyawan yang memberitahu nasabah kapan pastinya layanan akan disampaikan, melayani nasabah dengan cepat, bersedia membantu para nasabah, selalu meluangkan waktu untuk merespon permintaan nasabah. Dimensi kualitas layanan pada BPR yang mendapatkan kategori sangat setuju adalah *reliability* (ri), *assurance* (as) dan *empathy* (em) sedangkan dimensi *tangibles* (ta) memperoleh kategori setuju (S).

Pada dimensi kualitas layanan di BDP Bali yang mendapatkan kategori sangat setuju (SS) dengan rerata tertinggi adalah *responsiveness* (rs) selanjutnya disusul oleh dimensi *tangibles* (ta), *reliability* (ri), dan *assurance* (as) sementara untuk *empathy* (em) mendapat kategori setuju (S).

5.5.3. Persepsi Pegawai terhadap *Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior (S-OOCBs)* di BRP dan BPD

Dari hasil olah data diperoleh gambaran mengenai persepsi pegawai terhadap S-OOCB pada BPR Modern Express dan BPD Bali seperti pada Tabel 5.24.

Tabel 5.24.
Rerata Persepsi Pegawai BPD dan BPR pada *Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior (S-OOCBs)*

Variabel S-OOCB	BPD Modern Express		BPD BALI	
	Rerata	Kategori	Rerata	Kategori
L1_1	5,5292	SS	5,250	SS
L2_2	5,5000	SS	5,3250	SS
L3_3	5,7059	SS	5,2734	SS
L4_4	5,6176	SS	5,3000	SS
L5_5	5,7059	SS	5,4000	SS
L6_6	5,4118	SS	5,4750	SS
SD1_7	5,5588	SS	5,2750	SS
SD2_7	5,4118	SS	5,2500	SS
SD3_9	5,2647	SS	5,0250	SS
SD4_10	5,2647	SS	5,0750	S
SD5_11	5,5000	SS	5,2500	SS
SD6_12	5,5588	SS	5,2500	SS
SD7_13	5,5882	SS	5,4250	SS
SD8_14	5,6176	SS	5,4250	SS
P1_15	5,3824	SS	5,0000	SS
P2_16	5,2941	SS	4,9500	S
P3_17	5,2647	SS	4,9000	S
P4_18	5,2647	SS	4,9500	S
P5_19	5,3235	SS	5,1250	S
P6_20	5,4412	SS	5,1250	S
SO1_21	5,5294	SS	5,1750	SS
SO2_22	5,5000	SS	5,2250	SS
SO3_23	5,4706	SS	5,1250	S
SO4_24	5,6176	SS	5,3000	SS
SO5_25	5,5000	SS	5,2000	SS
A1_26	5,2059	SS	4,8500	S
A2_27	5,3235	SS	4,7500	S
A3_28	5,2647	SS	4,8500	S
A4_29	5,5882	SS	4,1250	S
A5_30	5,1765	SS	5,1000	S
A6_31	5,2941	SS	4,8000	S
NAC1_32	5,3529	SS	5,0000	S
NAC2_33	5,5294	SS	5,0500	S
NAC3_34	5,2353	SS	5,1000	S
NAC4_35	5,0588	S	5,3250	SS
NKCN1_36	5,2059	SS	5,2500	SS
NKCN2_37	4,7059	S	5,1750	SS
NKCN3_38	4,8824	S	5,0500	S
NRP_1_39	5,1765	SS	4,9500	S
NRP_2_40	5,3824	SS	5,2250	SS
EOCB_41	5,3824	SS	4,9500	S
EOCB_42	5,2647	SS	4,8750	S
JOCB_43	5,1765	SS	4,8750	S

JOCB_44	5,2059	SS	5,0750	S
PTOCB_45	4,9118	S	5,1750	SS
AI1_46	5,0882	S	5,1500	S
AI2_47	5,1176	S	5,2500	SS
AI3_48	5,0588	S	5,3000	SS
AI4_49	5,1471	S	5,3250	SS
Rerata L	5,5784	SS	5,3708	SS
Rerata SD	5,4705	SS	5,2468	SS
Rerata P	5,3284	SS	5,0083	S
Rerata SO	5,5235	SS	5,205	SS
Rerata A	5,3088	SS	4,7458	S
Rerata NAC	5,2941	SS	5,1187	S
Rerata NKCN	4,9314	S	5,1583	SS
Rerata NRP	5,2794	SS	5,0875	S
Rerata EOCB	5,3235	SS	4,8750	S
Rerata JOCB	5,1912	SS	4,975	S
Rerata PTOCB	4,9118	S	5,1750	SS
Rerata AI	5,1029	S	5,2562	S
Rerata S-OOCBs	5,2703	SS	5,1050	S

Sumber: diolah peneliti

Dari Tabel 5.24 nampak bahwa kinerja S-OOCBs menurut persepsi pegawai pada BPR Ambon memiliki rerata yang lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja S-OOCBs pada BPD Bali. Dari dimensi S-OOCBs pada BPR Ambon, yang memiliki rerata tertinggi adalah pada dimensi *Loyalty* (L). Kategori L sebesar 5,5784 di BPR Ambon berada pada kategori sangat setuju (SS). Perilaku L ini merupakan perilaku yang dirasakan oleh pegawai tentang: menceritakan kepada orang lain bahwa BPR merupakan tempat kerja yang baik untuk berkarir, mengatakan hal-hal yang baik tentang BPR kepada orang lain, turut membangun citra yang baik tentang BPR, aktif mempromosikan jasa BPR, mendorong teman untuk menggunakan /jasa BPR, mendorong keluarga untuk menggunakan jasa BPR. Selain loyalty pada BPR Modern Express Ambon yang mendapatkan kategori sangat setuju (SS) adala SD, P, SO, A, NAC, NRP, EOCB dan JOCB. Sedangkan NKCN, PTOCB dan AI mendapat kategori setuju (S).

Sementara di BPD Bali dimensi S-OOCBs menurut persepsi pegawai yang memiliki rerata tertinggi adalah *loyalty* (L) sebesar 5,3708 mendapat kategori sangat setuju (SS). Perilaku *loyalty* (L) ini adalah menceritakan kepada orang lain bahwa BPD merupakan tempat kerja yang baik untuk berkarir, mengatakan hal-hal yang baik tentang BPD kepada orang lain, turut membangun citra yang baik tentang BPD, aktif mempromosikan jasa BPD, mendorong teman untuk menggunakan/jasa BPD, mendorong keluarga untuk menggunakan jasa BPD.

Pada BPD Bali selain loyalty (L) yang mendapatkan kategori sangat setuju adalah SD, SO, NKCN, dan PTOCB, sementara itu dimensi P, dimensi A, dimensi NAC, dimensi NRP, EOCB, JOCB dan AI mendapatkan kategori adalah setuju (S).

5.5.4. Persepsi pegawai terhadap Kualitas Layanan di BPR dan BPD

Dari hasil olah data diperoleh gambaran mengenai persepsi pegawai terhadap kualitas layanan pada BPR Modern Express dan BPD Bali seperti pada Tabel 5.25.

Tabel 5.25.
Rerata Persepsi pegawai BPD dan BPR pada Kualitas Layanan

Variabel S-OOCB	BPD Modern Express		BPD BALI	
	Rerata	Kategori	Rerata	Kategori
ta1	4,8824	S	4,8000	S
ta2	4,9118	S	4,9500	S
ta3	5,3235	SS	4,9750	S
ta4	4,8529	S	5,0750	S
ri5	5,1176	S	5,2000	SS
ri6	5,1471	S	5,1250	S
ri7	5,3824	SS	5,1750	SS
ri8	5,4412	SS	5,1000	S
ri9	5,2647	SS	5,1250	S
rs10	5,2940	SS	5,1000	S
rs11	5,3529	SS	5,1500	S
rs12	5,2941	SS	5,2500	S
rs13	5,1176	S	5,1750	SS
as14	5,3529	SS	5,1250	S
as15	5,3235	SS	5,2500	S
as16	5,4118	SS	5,3750	SS
as17	4,3529	SS	5,1000	S
em18	4,9118	S	4,6500	S
em19	5,1176	S	4,7500	S
em20	5,0882	S	4,8250	S
em21	5,2647	SS	5,1750	SS
em22	5,0294	S	4,9750	S
Rerata ta	4,9926	S	4,95	S
Rerata ri	5,2706	SS	5,145	S
Rerata rs	5,2646	SS	5,1687	SS
Rerata as	5,1102	S	5,2125	SS
Rerata em	5,0823	S	4,875	S
Rerata kualitas layanan	5,1441	S	5,0702	S

Sumber: diolah

Tabel 5.25 menunjukkan bahwa persepsi pegawai atas kualitas layanan di BPR Ambon memiliki rerata yang lebih tinggi dibandingkan dengan kinerja kualitas layanan pada BPD Bali. Dari dimensi kualitas layanan di BPR Ambon, yang memiliki rerata tertinggi adalah pada dimensi *reliability* (RI). Kategori RI di BPR Ambon berada pada kategori sangat setuju (SS) sebesar 5,2706. Perilaku RS ini merupakan persepsi pegawai yang menyatakan bila nasabah mendapatkan masalah, BPR bersikap

simpatik menyelesaikannya, BPR dapat diandalkan untuk memberikan layanannya dengan tepat, BPR menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang dijanjikan dan BPR memiliki pencatatan yang akurat.

Selaian dimensi *reliability* (ri) dimensi kualitas layanan pada BPR yang mendapatkan kategori sangat setuju adalah *responsiveness* (rs) sedangkan dimensi *tangibles* (ta), dimensi *assurance* (sa) dan *empathy* (em) memperoleh kategori setuju (S).

Pada dimensi kualitas layanan di BDP Bali yang mendapatkan kategori sangat setuju (SS) dengan rerata tertinggi adalah *assurance* (as) selanjutnya disusul oleh dimensi *responsiveness* (rs) sementara untuk *tangibles* (ta), *reliability* (ri) dan *empathy* (em) mendapat kategori setuju (S).

5.5.5. Kesenjangan dimensi S-OOCBs ditinjau dari persepsi nasabah dan persepsi karyawan BPR Modern Express Ambon

Analisa pada dimensi S-OOCBs juga dilihat dari kesenjangan antara persepsi nasabah dengan persepsi karyawan BPR Modern Express Ambon seperti pada Tabel 5.26.

Tabel 5.26.
Kesenjangan Rerata Antara Persepsi Nasabah dan Persepsi Pegawai BPR Modern Express Ambon pada Dimensi S-OOCBs

Dimensi S-OOCBs	Persepsi Nasabah	Kategori	Persepsi pegawai	Kategori	Kesenjangan
L	5.29	SS	5.58	SS	0.29
SD	5.38	SS	5.47	SS	0.09
SO	5.32	SS	5.52	SS	0.20
NAC	5.17	SS	5.29	SS	0.13
NKCN	5.14	S	4.93	S	-0.21
NRP	5.19	SS	5.28	SS	0.09
EOCB	5.36	SS	5.38	SS	0.02
AOCB	5.17	SS	5.26	SS	0.09
JOCB	5.28	SS	5.18	SS	-0.11
PBOCB	5.30	SS	5.21	SS	-0.09
PTOCB	5.13	S	4.91	S	-0.22
Altruisme	5.23	SS	5.21	S	0.02
SOCB	5.25	SS	5.27	SS	0.02

Sumber: diolah

Tabel 5.26 menjelaskan tentang adanya kesenjangan rerata antara persepsi nasabah dan persepsi pegawai BPR Modern Express Ambon pada masing-masing dimensi S-OOCBs. Pada semua dimensi, nasabah mempersepsikan bahwa pegawai memiliki

dimensi S-OOCBs dalam kategori yang sama dengan evaluasi diri dari pegawai sendiri (dalam kategori Baik dan Sangat Baik), meskipun ada perbedaan nilai reratanya. Kesenjangan negatif (minus) artinya nilai rerata dari nasabah lebih kecil dari nilai rerata pegawai (diri sendiri karyawan), sedangkan kesenjangan positif (plus) artinya nilai rerata dari nasabah lebih besar dari nilai rerata pegawai (diri sendiri karyawan). Kesenjangan negatif ada pada dimensi Loyalitas (L), Penyampaian Layanan (SD), Orientasi Layanan (SO), Kebutuhan untuk Memperhatikan Nasabah (NAC), Kebutuhan untuk Menjalin Hubungan Personal (NRP), Mengedukasi Nasabah(EOCB), dan Antisipasi Kendala (AOCB). Adapun kesenjangan positif ada pada dimensi Kebutuhan Untuk Mengetahui Kebutuhan Nasabah (NKCN), Justifikasi Masalah (JOCB), Personalisasi dalam Bisnis (PBOCB), Personalisasi Tehnologi (PTOCB), dan *Altruisme* (AL). Rerata persepsi variabel *S-OOCBs* di BPR pada nasabah dan pada karyawan termasuk kategori baik sekali dengan sedikit perbedaan nilai rerata (-0.02). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa menurut nasabah, secara umum *S-OOCBs* pegawai BPR berada pada kategori Baik Sekali. Namun demikian ada dimensi yang masih perlu mendapatkan perhatian yaitu *Loyalty* dan Orientasi terhadap Layanan.

5.5.6. Kesenjangan dimensi kualitas layanan ditinjau dari persepsi nasabah dan pegawai BPR Modern Express Ambon

Analisa pada dimensi kualitas layanan yang dilihat dari kesenjangan antara persepsi nasabah dengan persepsi pegawai BPR Modern Express Ambon seperti pada Tabel 5.27.

Tabel 5.27.
Kesenjangan Rerata Antara Persepsi Nasabah dan Persepsi pegawai BPR pada Kualitas Layanan

Dimensi Kualitas Layanan	Persepsi Nasabah	Kategori	Persepsi pegawai	Kategori	Kesenjangan
TA	5.03	S	4.99	S	0.04
RI	5.27	SS	5.27	SS	0.00
RS	5.33	SS	5.26	SS	0.07
AS	5.37	SS	5.11	S	0.26
EM	5.23	SS	5.08	S	0.15
KL	5.25	SS	5.14	S	0.10

Sumber: diolah

Tabel 5.27 menjelaskan tentang adanya kesenjangan rerata antara persepsi nasabah dan persepsi pegawai BPR pada masing-masing dimensi Kualitas Layanan. Pada

dimensi TA, RI, dan RS nasabah mempersepsikan bahwa karyawan memiliki dimensi Kualitas Layanan dalam kategori yang sama dengan evaluasi diri dari pegawai sendiri (dalam kategori Baik untuk TA dan Sangat Baik untuk RI, RS), meskipun ada perbedaan nilai reratanya. Kesenjangan negatif (minus) yang artinya nilai rerata dari nasabah lebih kecil dari nilai rerata pegawai (diri sendiri karyawan) tidak ada pada kondisi BPR, sedangkan kesenjangan positif (plus) yang artinya nilai rerata dari nasabah lebih besar dari nilai rerata pegawai (diri sendiri karyawan) ada pada dimensi TA, RS, AS, EM, KL. Perbedaan kategori ada pada dimensi AS, EM, dan KL, dimana nasabah mempersepsikan pegawai BPR memiliki kategori Baik Sekali pada dimensi kualitas layanan, sedangkan pegawai sendiri menilai pada kategori baik.

Rerata persepsi nasabah tentang variabel Kualitas Layanan di BPR termasuk kategori baik sekali sedangkan menurut pegawai termasuk kategori baik dengan perbedaan nilai rerata sebesar 0.10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa menurut nasabah, secara umum kualitas layanan pegawai BPR berada pada kategori Baik Sekali.

5.5.7. Kesenjangan dimensi S-OOCBs ditinjau dari persepsi nasabah dan persepsi pegawai BPD Bali.

Analisa pada dimensi S-OOCBs yang dilihat dari kesenjangan antara persepsi nasabah dengan persepsi pegawai BPD Bali seperti pada Tabel 5.28

Tabel 5.28.
Kesenjangan Rerata Antara Persepsi Nasabah dan Persepsi pegawai BPD Bali
pada Dimensi S-OOCBs

Dimensi S-OOCB	Persepsi Nasabah	Kategori	Persepsi pegawai	Kategori	Kesenjangan
L	5.18	SS	5.37	SS	-0.19
SD	5.25	SS	5.25	SS	0
SO	5.13	S	5.21	SS	-0.08
NAC	5.01	S	5.12	S	-0.11
NKCN	4.96	S	5.19	SS	-0.23
NRP	5.43	SS	5.09	S	0.34
EOCB	5.18	SS	4.95	S	0.23
AOCB	5.22	SS	4.88	S	0.34
JOCB	5.23	SS	4.88	S	0.35
PBOCB	5.15	S	5.08	S	0.07
PTOCB	5.11	S	5.18	SS	-0.07
Altruisme	5.05	S	5.01	SS	0.04
SOCB	5.15	S	5.02	S	0.13

Sumber: diolah

Tabel 5.28 menjelaskan tentang adanya kesenjangan rerata antara persepsi nasabah dan persepsi pegawai BPD Bali pada masing-masing dimensi S-OOCBs. Kesenjangan negatif (minus) artinya nilai rerata dari nasabah lebih kecil dari nilai rerata pegawai (diri sendiri pegawai), sedangkan kesenjangan positif (plus) artinya nilai rerata dari nasabah lebih besar dari nilai rerata pegawai (diri sendiri pegawai). Kesenjangan negatif ada pada dimensi Loyalitas (L), Orientasi Layanan (SO), Kebutuhan untuk Memperhatikan Nasabah (NAC), Kebutuhan Untuk Mengetahui Kebutuhan Nasabah (NKCN), dan Personalisasi Tehnologi (PTOCB). Dimensi Penyampaian Layanan (SD) tidak ada kesenjangan (nilai rerata sama yaitu sebesar 5.25, masuk kategori baik sekali). Adapun kesenjangan positif ada pada dimensi Altruism (A), Kebutuhan untuk Menjalin Hubungan Personal (NRP), Mengedukasi Nasabah (EOCB), Antisipasi Kendala (AOCB), Justifikasi Masalah (JOCB), dan Personalisasi dalam Bisnis (PBOCB). Rerata persepsi variabel *S-OOCBs* di BPD pada nasabah dan pada pegawai termasuk kategori baik dengan perbedaan nilai rerata sebesar 0.13, yang artinya penilaian nasabah lebih tinggi reratanya dibandingkan dengan penilaian dari pegawai sendiri. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa menurut nasabah, secara umum *S-OOCBs* karyawan BPD berada pada kategori Baik. Namun demikian ada dimensi yang masih perlu mendapatkan perhatian yaitu *Loyalty* dan Orientasi terhadap Layanan, Kebutuhan untuk Memperhatikan Nasabah, Kebutuhan Untuk Mengetahui Kebutuhan Nasabah, Personalisasi Tehnologi dan *Altruisme*.

5.5.8. Kesenjangan dimensi kualitas layanan ditinjau dari persepsi nasabah dan persepsi pegawai BPD Bali.

Analisa pada dimensi kualitas layanan juga dilihat dari kesenjangan antara persepsi nasabah dengan persepsi pegawai BPD Bali seperti pada Tabel 5.29

Tabel 5.29.

Kesenjangan Rerata Antara Persepsi Nasabah dan Persepsi pegawai BPD Bali pada Kualitas Layanan

Dimensi Kualitas Layanan	Persepsi Nasabah	Kategori	Persepsi pegawai	Kategori	Kesenjangan
TA	5.17	SS	4.95	S	0.22
RI	5.23	SS	5.15	S	0.08
RS	5.25	SS	5.17	SS	0.08
AS	5.12	S	5.21	SS	-0.09
EM	4.98	S	4.88	S	0.10
KL	5.15	S	5.07	S	0.08

Sumber: diolah

Tabel 5.29 menjelaskan tentang adanya kesenjangan rerata antara persepsi nasabah dan persepsi pegawai BPD Bali pada masing-masing dimensi Kualitas Layanan. Pada dimensi RS dan EM nasabah mempersepsikan bahwa pegawai memiliki dimensi Kualitas Layanan dalam kategori yang sama dengan evaluasi diri dari pegawai sendiri (dalam kategori Baik untuk EM dan Sangat Baik untuk RS), meskipun ada perbedaan nilai reratanya. Kesenjangan negatif (minus) yang artinya nilai rerata dari nasabah lebih kecil dari nilai rerata pegawai (diri sendiri pegawai) ada pada dimensi AS, sedangkan kesenjangan positif (plus) yang artinya nilai rerata dari nasabah lebih besar dari nilai rerata pegawai (diri sendiri pegawai) ada pada dimensi TA, RI, RS, EM. Perbedaan kategori ada pada dimensi TA, RI, dan AS. Rerata persepsi variabel Kualitas Layanan di BPD pada nasabah termasuk kategori Baik dan menurut pegawai juga termasuk kategori baik dengan perbedaan nilai rerata 0.08). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa menurut nasabah, secara umum kualitas layanan pegawai BPD Bali berada pada kategori Baik.

5.5.9. Dimensi-dimensi S-OOCBs yang merefleksikan S-OOCBs dan pengaruh S-OOCBs terhadap Servqual dari persepsktif pegawai BPR Modern Express Ambon.

Pada bagian pembahasan ini, dipaparkan tentang dimensi S-OOCBs yang merefleksikan S-OOCBs dan pengaruh S-OOCBs terhadap Servqual dari persepsktif pegawai Bank BPR Modern Express.

Dimensi S-OOCBs yang meliputi: loyalitas (L), *service delivery* (SD), *service orientation* (SO), *altruism* (A) Payne & Weber (2006), *the need to pay attention to customer* (NAC), *the need to know cusstomers' needs* (NKCN), kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP), *education OCB* (EOCB), *anticipation OCB* (AOCB), *justification OCB* (JOCB), *personalization-technology OCB* (PTOCB) dan *Altruisme* (AL) Seigyong, Bulent, Yeon (2014).

```
Average path coefficient (APC)=0.720, P<0.001
Average R-squared (ARS)=0.523, P<0.001
Average adjusted R-squared (AARS)=0.508, P<0.001
Average block VIF (AVIF) not available
Average full collinearity VIF (AFVIF)=Inf, acceptable if <= 5,
ideally <= 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)=0.723, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >=
0.36
Simpson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if >= 0.7, ideally =
1
R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if >= 0.9,
ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if >= 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000,
acceptable if >= 0.7
```

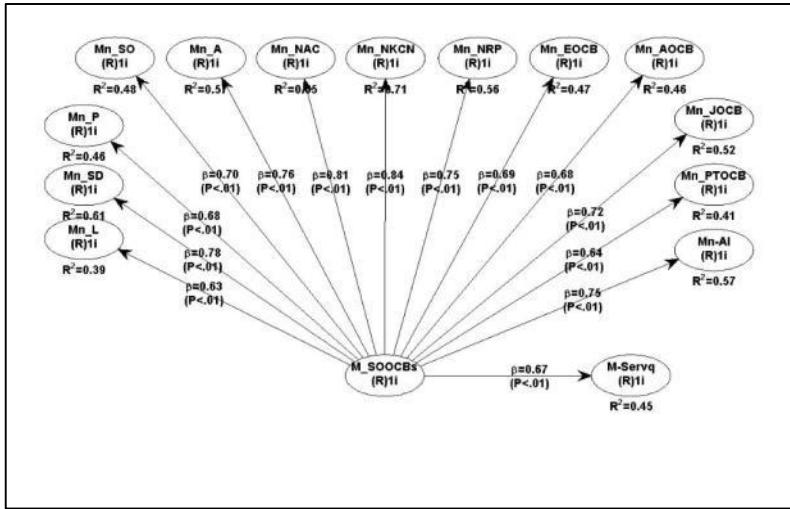
Sumber: Lampiran

Gambar 5.1. *Model fit and quality indices* pegawai BPR

Hasil *output Model fit* dapat dilihat pada Gambar 5.1. bahwa model mempunyai fit yang cukup baik, dimana nilai P value untuk *Average Path Coefficient* (APC)=0,720; p<0,001 dan *Average R-squared* (ARS)=0,529; p<0,001. Nilai Tennhaus GoF (GoF)= 0,723 termasuk dalam kategori besar, Simpson's paradox ratio (SPR) = 1.000 dikategorikaan ideal, R-square contribution ratio (SSR) = 1.000 juga masuk dalam kategori idel, Statistical suppression ratio (SSR) = 1.000 juga termasuk ideal dan Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR) = 1.000 dapat ditermi karena nilainya >=0,7.

Setelah dinyatakan bahwa hasil indeks fit memenuhi syarat, Gambar 5.2 berikut ini adalah hasil pengujian model untuk dimensi variable S-OOCBs, dan pengaruh S-OOCBs terhadap kualitas layanan (*servqual*) pada pegawai BPR Modern Express Ambon.

Mengingat bahwa Gambar 5.2. merupakan model reflektif, mencerminkan bahwa setiap indikator merupakan pengukuran kesalahan yang dikenakan terhadap variabel laten. Arah sebab akibat ialah dari variabel laten ke indikator dengan demikian indikator-indikator merupakan refleksi variasi dari variabel laten, oleh sebab itu maka Gambar 5.2. dapat dijelaskan sebagai berikut:



Sumber: Lampiran

Gambar 5.2. Full Model S-OOCBs – Servqual pegawai BPR

Dari output Gambar 5.2. menunjukan:

- Loyalitas (L) merupakan dimensi dari variable S-OOCBs yang berarti bahwa, loyalitas merefleksikan variabel S-OOCBS dengan factor loading =0,63; $p<0,01$. Dengan demikian loyalitas (L) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPR Modern Axpress Ambon.
- Service Delivery (SD)* merupakan dimensi dari variable S-OOCBs dengan factor loading=0,79; $p<0,01$. Dengan demikian *service delivery* (SD) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPR Modern Axpress Ambon.
- Participation (P)* merupakan dimensi dari variable S-OOCBs dengan factor loading=0,68; $p<0,01$. Dengan demikian *Participation (P)* merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPR Modern Axpress Ambon.
- Service orientation (SO)* merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,70; $p<0,01$. Dengan demikian *service orientation* (SO) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPR Modern Axpress Ambon.
- Altruism (A)* merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,76; $p<0,01$. Dengan demikian *altruism* (A) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPR Modern Axpress Ambon.
- The need to pay attention to customer (NAC)* merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,81; $p<0,01$. Dengan demikian *the need to pay attention*

to customer (NAC) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPR Modern Axpress Ambon.

- g) *The need to know cusstomers' needs* (NKCN) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,84; p<0,01. Dengan demikian *the need to know cusstomers' needs* (NKCN) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPR Modern Axpress Ambon.
- h) *The need for personal relationships* (NRP) merupakan dimensi S-OOCBs dengan factor loading=0,75; p<0,01. Dengan demikian kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPR Modern Axpress Ambon.
- i) *Education OCB* (EOCB) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,69; p<0,01. Dengan demikian *education OCB* (EOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPR Modern Axpress Ambon.
- j) *Anticipation OCB* (AOCB) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,68; p<0,01. Dengan demikian *education OCB* (AOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPR Modern Axpress Ambon.
- k) *Justification OCB* (JOCB) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,72; p<0,01. Dengan demikian *justification OCB* (JOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPR Modern Axpress Ambon.
- l) *Personalization-technology OCB* merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,64; p<0,01. Dengan demikian *personalization-technology OCB* (PTOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPR Modern Axpress Ambon.
- m) *Altruisme* (AL) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,76; p<0,01. Dengan demikian *Altruisme* (AL) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPR Modern Axpress Ambon.

Dapat disimpulkan bahwa S-OOCBs menurut pegawai BPR Modern Express Ambon dimanifestasikan oleh dimensi loyalitas (L), *service delivery* (SD), *Participation* (P), *service orientation* (SO), *altruism* (A), *the need to pay attention to customer* (NAC), *the need to know cusstomers' needs* (NKCN), kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP), *education OCB* (EOCB), *anticipation OCB*

(AOCB), *justification OCB* (JOCB), *personalization-technology OCB* (PTOCB) dan *Altruisme* (AL) karena nilai factor loading diatas 0,50 dan $p<0,01$.

Pengaruh S-OOCBs terhadap kualitas layanan (*servqual*) ditunjukkan oleh Gambar 5.2. dapat disimpulkan bahwa S-OOCBs pegawai BPR Modern Express Ambon berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan (*servqual*), dibuktikan dengan koefisien = 0.67; $p<0.01$ atau $p<0.05$

5.5.10. Dimensi-dimensi S-OOCBs yang mereflesikan S-OOCBs dan pengaruh S-OOCBs terhadap kualitas layanan (*servqual*) dari perspektif nasabah BPR Modern Express Ambon.

Berikut ini adalah *model fit dan quality indices* nasabah BPR Modern Express Ambon seperti yang ditunjukkan pada Gambar 5.3.

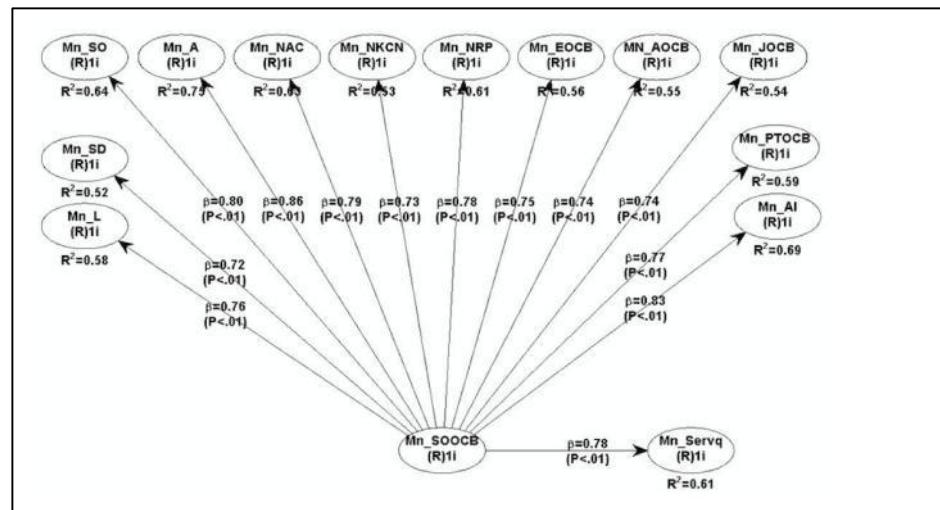
```
Average path coefficient (APC)=0.773, P<0.001
Average R-squared (ARS)=0.599, P<0.001
Average adjusted R-squared (AARS)=0.596, P<0.001
Average block VIF (AVIF) not available
Average full collinearity VIF (AFVIF)=Inf, acceptable if <= 5,
ideally <= 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)=0.774, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >=
0.36
Simpson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if >= 0.7, ideally =
1
R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if >= 0.9,
ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if >= 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000,
acceptable if >= 0.7
```

Sumber: Lampiran

Gambar 5.3. Model fit and quality indices nasabah BPR

Hasil *output Model fit* dapat dilihat pada Gambar 5.3. bahwa model mempunyai fit yang cukup baik, dimana nilai P value untuk *Average Path Coefficient* (APC)=0,773; $p<0.001$ dan *Average R-squared* (ARS)=0,599; $p<0,001$. Nilai *Tennhaus GoF* (GoF) = 0.744 termasuk dalam kategori besar, *Simpson's paradox ratio* (SPR) = 1.000 dikategorikaan ideal, *R-square contribution ratio* (SSR) = 1.000 juga masuk dalam kategori idel, *statistical suppression ratio* (SSR) = 1.000 juga termasuk ideal dan Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR) = 1.000 dapat ditermi karena nilainya ≥ 0.7 .

Setelah dinyatakan bahwa hasil *indeks fit* memenuhi syarat, Gambar 5.4 berikut ini adalah hasil pengujian model untuk dimensi variable S-OOCBs, dan pengaruh S-OOCBs terhadap kualitas layanan (*servqual*) pada nasabah BPR Modern Express Ambon.



Sumber: Lampiran

Gambar 5.4. Full Model S-OOCBs – Servqual nasabah BPR

Dari output Gambar 5.4. menunjukan:

- Loyalitas (L) merupakan dimensi dari variable S-OOCBs yang berarti bahwa, loyalitas merefleksikan variabel S-OOCBS dengan factor loading =0,76; $p<0,01$. Dengan demikian loyalitas (L) merefleksikan variable S-OOCBs nasabah BPR Modern Axpress Ambon.
- Service Delivery (SD)* merupakan dimensi dari variable S-OOCBs dengan factor loading=0,72; $p<0,01$. Dengan demikian *service delivery* (SD) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPR Modern Axpress Ambon
- Service orientation (SO)* merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,80; $p<0,01$. Dengan demikian *service orientation* (SO) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPR Modern Axpress Ambon.
- Altruism (A)* merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,86; $p<0,01$. Dengan demikian *altruism* (A) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPR Modern Axpress Ambon.

- e) *The need to pay attention to customer* (NAC) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,79; p<0,01. Dengan demikian *the need to pay attention to customer* (NAC) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPR Modern Axpress Ambon.
 - f) *The need to know cusstomers' needs* (NKCN) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,73; p<0,01. Dengan demikian *the need to know cusstomers' needs* (NKCN) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPR Modern Axpress Ambon.
 - g) *The need for personal relationships* (NRP) merupakan dimensi S-OOCBs dengan factor loading=0,78; p<0,01. Dengan demikian kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPR Modern Axpress Ambon.
 - h) *Education OCB* (EOCB) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,75; p<0,01. Dengan demikian *education OCB* (EOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPR Modern Axpress Ambon.
 - i) *Anticipation OCB* (AOCB) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,74; p<0,01. Dengan demikian *education OCB* (AOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPR Modern Axpress Ambon.
 - j) *Justification OCB* (JOCB) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,74; p<0,01. Dengan demikian *justification OCB* (JOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPR Modern Axpress Ambon.
 - k) *Personalization-technology* OCB merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,77; p<0,01. Dengan demikian *personalization-technology* OCB (PTOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPR Modern Axpress Ambon.
 - l) *Altruisme* (AL) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,83; p<0,01. Dengan demikian *Altruisme* (AL) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPR Modern Axpress Ambon.
- Dapat disimpulkan bahwa S-OOCBs nasabah BPR dimanifestasikan oleh dimensi loyalitas (L), *service delivery* (SD), *service orientation* (SO), *altruism* (A) Payne & Weber (2006), *the need to pay attention to customer* (NAC), *the need to know cusstomers' needs* (NKCN), kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP),

education OCB (EOCB), *anticipation OCB* (AOCB), *justification OCB* (JOCB), *personalization-technology OCB* (PTOCB) dan *Altruisme* (AL) karena nilai faktor loading diatas 0,50 dan $p<0,01$.

Pengaruh S-OOCBs terhadap kualitas layanan (*servqual*) ditunjukan oleh Gambar 5.4. dapat disimpulkan bahwa S-OOCBs nasabah BPR Modern Express Ambon berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan (*servqual*), dibuktikan dengan koefisien = 0.78; $p<0.01$ atau $p<0.05$.

5.5.11. Dimensi-dimensi S-OOCBs yang mereflesikan S-OOCBs dan pengaruh S-OOCBs terhadap kualitas layanan (*servqual*) dari perspektif Pegawai BPD Bali.

```
Average path coefficient (APC)=0.655, P<0.001
Average R-squared (ARS)=0.445, P<0.001
Average adjusted R-squared (AARS)=0.430, P<0.001
Average block VIF (AVIF) not available
Average full collinearity VIF (AFVIF)=Inf, acceptable if <= 5,
ideally <= 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)=0.667, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >=
0.36
Simpson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if >= 0.7, ideally =
1
R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if >= 0.9,
ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if >= 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000,
acceptable if >= 0.7
```

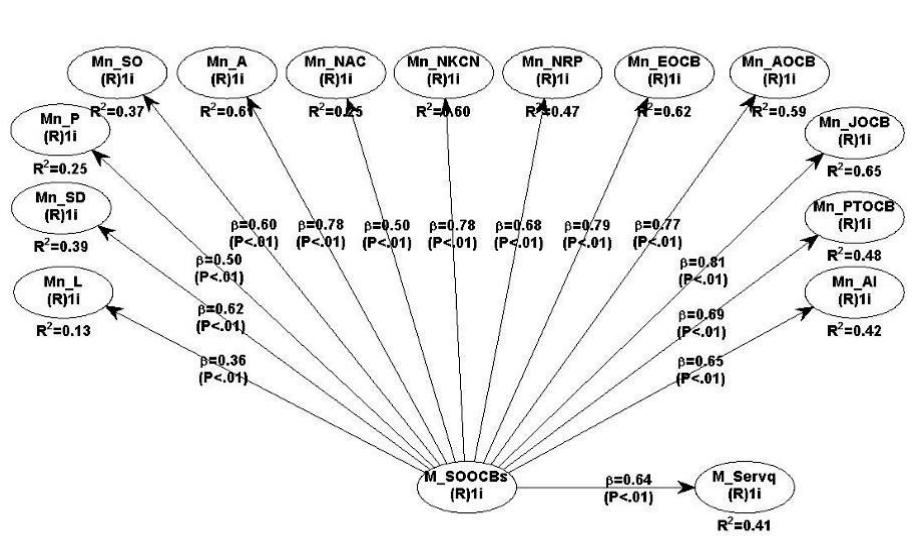
Sumber: Lampiran

Gambar 5.5. *Model fit and quality indices* pegawai BPD Bali

Hasil *output Model fit* dapat dilihat pada Gambar 5.5. bahwa model mempunyai fit yang cukup baik, dimana nilai P value untuk *Average Path Coefficient* (APC)=0,655; $p<0.001$ dan *Average R-squared* (ARS)=0,445; $p<0.001$. Nilai Tennhaus GoF (GoF) = 0.667 termasuk dalam kategori besar, *Simpson's paradox ratio* (SPR) = 1.000 dikategorikaan ideal, *R-square contribution ratio* (SSR) = 1.000 juga masuk dalam kategori idel, *statistical suppression ratio* (SSR) = 1.000 juga termasuk ideal dan *nonlinear bivariate causality direction ratio* (NLBCDR) = 1.000 dapat ditermi karena nilainya ≥ 0.7 .

Setelah dinyatakan bahwa hasil indeks fit memenuhi syarat, Gambar 5.6 berikut ini adalah hasil pengujian model untuk dimensi variable S-OOCBs terhadap S-OOCBs pada pegawai BPD Bali.

Mengingat bahwa Gambar 5.6 merupakan model reflektif, mencerminkan bahwa setiap indikator merupakan pengukuran kesalahan yang dikenakan terhadap variabel laten. Arah sebab akibat ialah dari variabel laten ke indikator dengan demikian indikator-indikator merupakan refleksi variasi dari variabel laten, oleh sebab itu maka Gambar 5.6. dapat dijelaskan sebagai berikut:



Sumber: Lampiran

Gambar 5.6. Full Model S-OOCBs – Servqual pegawai BPD Bali.

Dari output Gambar 5.6. menunjukan:

- Loyalitas (L) merupakan dimensi dari variable S-OOCBs yang berarti bahwa, loyalitas merefleksikan variabel S-OOCBS dengan factor loading =0,36; $p<0,01$. Dengan demikian loyalitas (L) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPD Bali.
- Service Delivery (SD)* merupakan dimensi dari variable S-OOCBs dengan factor loading=0,62; $p<0,01$. Dengan demikian *service delivery* (SD) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPD Bali.
- Participation (P)* merupakan dimensi dari variable S-OOCBs dengan factor loading=0,50; $p<0,01$. Dengan demikian *Participation (P)* merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPD Bali.

- q) *Service orientation* (SO) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,60; p<0,01. Dengan demikian *service orientation* (SO) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPD Bali.
- r) *Altruism* (A) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,78; p<0,01. Dengan demikian *altruism* (A) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPD Bali.
- s) *The need to pay attention to customer* (NAC) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,50; p<0,01. Dengan demikian *the need to pay attention to customer* (NAC) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPD Bali.
- t) *The need to know cusstomers' needs* (NKCN) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,78; p<0,01. Dengan demikian *the need to know cusstomers' needs* (NKCN) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPD Bali.
- u) *The need for personal relationships* (NRP) merupakan dimensi S-OOCBs dengan factor loading=0,68; p<0,01. Dengan demikian kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPD Bali.
- v) *Education OCB* (EOCB) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,79; p<0,01. Dengan demikian *education OCB* (EOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPD Bali.
- w) *Anticipation OCB* (AOCB) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,77; p<0,01. Dengan demikian *education OCB* (AOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPD Bali.
- x) *Justification OCB* (JOCB) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,81; p<0,01. Dengan demikian *justification OCB* (JOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPD Bali.
- y) *Personalization-technology OCB* merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,69; p<0,01. Dengan demikian *personalization-technology OCB* (PTOOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPD Bali.
- z) *Altruisme* (AL) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,65; p<0,01. Dengan demikian *Altruisme* (AL) merupakan refleksi dari S-OOCBs pegawai BPD Bali.

Dapat disimpulkan bahwa S-OOCBs pegawai BPD Bali dimanifestasikan oleh dimensi loyalitas (L), *service delivery* (SD), *participation* (P), *service orientation* (SO), *altruism* (A) Payne & Weber (2006), *the need to pay attention to customer* (NAC), *the need to know cusstomers' needs* (NKCN), kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP), *education OCB* (EOCB), *anticipation OCB* (AOCB), *justification OCB* (JOCB), *personalization-technology OCB* (PTOCB) dan *Altruisme* (AL) karena sebagian besar nilai factor loading diatas 0,50 dan $p<0,01$. Hanya loyalitas (L) yang factor loadingnya $< 0,50$.

Pengaruh S-OOCBs terhadap kualitas layanan (*servqual*) ditunjukan oleh Gambar 5.6. dapat disimpulkan bahwa S-OOCBs pegawai BPD Bali berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan (*servqual*), dibuktikan dengan koefisien = 0.64; $p<0.01$ atau $p<0.05$.

5.5.12. Dimensi-dimensi S-OOCBs yang mereflesikan S-OOCBs dan pengaruh S-OOCBs terhadap Servqual dari persepsktif nasabah BPD Bali.

Berikut ini adalah *model fit dan quality indices* nasabah BPD Bali seperti yang ditunjukan pada Gambar 5.7.

```
Average path coefficient (APC)=0.806, P<0.001
Average R-squared (ARS)=0.652, P<0.001
Average adjusted R-squared (AARS)=0.650, P<0.001
Average block VIF (AVIF) not available
Average full collinearity VIF (AFVIF)=Inf, acceptable if <= 5,
ideally <= 3.3
Tenenhaus GoF (GoF)=0.808, small >= 0.1, medium >= 0.25, large >=
0.36
Sypmson's paradox ratio (SPR)=1.000, acceptable if >= 0.7, ideally =
1
R-squared contribution ratio (RSCR)=1.000, acceptable if >= 0.9,
ideally = 1
Statistical suppression ratio (SSR)=1.000, acceptable if >= 0.7
Nonlinear bivariate causality direction ratio (NLBCDR)=1.000,
acceptable if >= 0.7
```

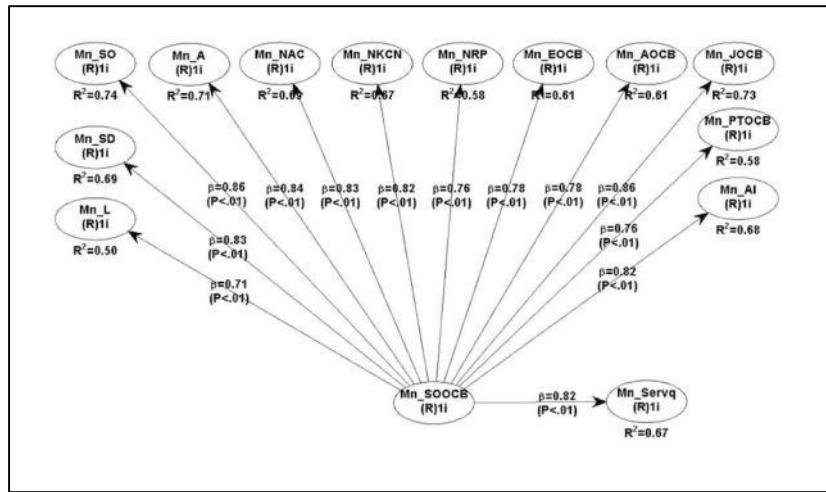
Sumber: Lampiran

Gambar 5.7. Model fit and quality indices nasabah BPD Bali

Hasil *output Model fit* dapat dilihat pada Gambar 5.5. bahwa model mempunyai fit yang cukup baik, dimana nilai P value untuk *Average Path Coefficient* (APC)=0,806; $p<0.001$ dan *Average R-squared* (ARS)=0,650; $p<0,001$. Nilai Tennhaus GoF (GoF) = 0.808 termasuk dalam kategori besar, *Sympson's paradox ratio* (SPR) = 1.000 dikategorikaan ideal, *R-square contribution ratio* (SSR) = 1.000

juga masuk dalam kategori idel, *statistical suppression ratio* (SSR) = 1.000 juga termasuk ideal dan *nonlinear bivariate causality direction ratio* (NLBCDR) = 1.000 dapat diterima karena nilainya ≥ 0.7 .

Setelah dinyatakan bahwa hasil *indeks fit* memenuhi syarat, Gambar 5.6 berikut ini adalah hasil pengujian model untuk dimensi variable S-OOCBs terhadap S-OOCBs pada nasabah BPD Bali.



Sumber: Lampiran

Gambar 5.8. Full Model S-OOCBs – Servqual nasabah BPD Bali

Dari output Gambar 5.8. menunjukan:

- Loyalitas (L) merupakan dimensi dari variable S-OOCBs yang berarti bahwa, loyalitas merefleksikan variabel S-OOCBS dengan factor loading =0,71; $p<0,01$. Dengan demikian loyalitas (L) merefleksikan variable S-OOCBs nasabah BPD Bali.
- Service Delivery (SD)* merupakan dimensi dari variable S-OOCBs dengan factor loading=0,83; $p<0,01$. Dengan demikian *service delivery* (SD) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPD Bali.
- Service orientation (SO)* merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,86; $p<0,01$. Dengan demikian *service orientation* (SO) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPD Bali.

- d. *Altruism* (A) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,84; p<0,01. Dengan demikian *altruism* (A) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPD Bali.
- e. *The need to pay attention to customer* (NAC) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,83; p<0,01. Dengan demikian *the need to pay attention to customer* (NAC) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPD Bali.
- f. *The need to know cusstomers' needs* (NKCN) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,82; p<0,01. Dengan demikian *the need to know cusstomers' needs* (NKCN) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPD Bali.
- g. *The need for personal relationships* (NRP) merupakan dimensi S-OOCBs dengan factor loading=0,76; p<0,01. Dengan demikian kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPD Bali.
- h. *Education OCB* (EOCB) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,78; p<0,01. Dengan demikian *education OCB* (EOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPD Bali.
- i. *Anticipation OCB* (AOCB) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,78; p<0,01. Dengan demikian *education OCB* (AOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPD Bali.
- j. *Justification OCB* (JOCB) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,86; p<0,01. Dengan demikian *justification OCB* (JOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPD Bali.
- k. *Personalization-technology* OCB merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,76; p<0,01. Dengan demikian *personalization-technology* OCB (PTOCB) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPD Bali.
- l. *Altruisme* (AL) merupakan dimensi dari S-OOCBs dengan factor loading=0,82; p<0,01. Dengan demikian *Altruisme* (AL) merupakan refleksi dari S-OOCBs nasabah BPD Bali.

Dapat disimpulkan bahwa S-OOCBs nasabah BPD Bali dimanifestasikan oleh dimensi loyalitas (L), *service delivery* (SD), *service orientation* (SO), *altruism* (A) Payne & Weber (2006), *the need to pay attention to customer* (NAC), *the need to know cusstomers' needs* (NKCN), kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP), *education OCB* (EOCB), *anticipation OCB* (AOCB), *justification OCB* (JOCB),

personalization-technology OCB (PTOCB) dan *Altruisme* (AL) karena nilai factor loading diatas 0,50 dan $p<0,01$.

Pengaruh S-OOCBs terhadap kualitas layanan (*servqual*) ditunjukan oleh Gambar 5.8. dapat disimpulkan bahwa S-OOCBs nasabah BPD Bali berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan (*servqual*), dibuktikan dengan koefisien = 0.82; $p<0.01$ atau $p<0.05$.

BAB VI

RENCANA TAHAPAN BERIKUTNYA

Dengan selesainya penelitian tahun 1 dari 3 tahun yang direncanakan, maka tahapan selanjutnya adalah:

1. Membuat proposal tahun ke-2
2. Membuat buku ajar terkait dengan S-OOCBs dan Servqual khususnya perbankan.
3. Membuat software untuk rekrutmen pegawai Bank dengan basis S-OOCBs dan Servqual. Diharapkan dengan dengan software ini akan memberikan kemudahan manajemen Bank dalam melakukan penilaian calon pegawai.
4. Melakukan Evaluasi pengembangan dan Implementasi model S-OCB dan Servqual bank perkreditan rakyat dan bank pembangunan daerah.
5. Uji coba software S-OOCBs dan servqual

BAB VII

KESIMPULAN DAN SARAN

7.1.Kesimpulan

1. Persepsi nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon terhadap S-OOCBs memiliki rerata yang lebih tinggi dibandingkan dengan persepsi nasabah Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali.
2. Persepsi nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon terhadap kualitas layanan (*servqual*) memiliki rerata yang lebih tinggi dibandingkan persepsi nasabah Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali.
3. Persepsi pegawai Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon terhadap S-OOCBs memiliki rerata yang lebih tinggi dibandingkan dengan persepsi pegawai Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali.
4. Persepsi pegawai Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon terhadap kualitas layanan (*servqual*) memiliki rerata yang lebih tinggi dibandingkan dengan persepsi pegawai Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali.
5. Kesenjangan rerata antara persepsi nasabah dan persepsi pegawai Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon terhadap dimensi S-OOCBs, nasabah mempersepsikan bahwa karyawan memiliki dimensi S-OOCBs dalam kategori yang sama dengan evaluasi diri dari karyawan sendiri (dalam kategori baik dan sangat baik), meskipun ada perbedaan nilai reratanya.
6. Kesenjangan rerata antara persepsi nasabah dan persepsi pegawai Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon terhadap kualitas layanan (*servqual*) dengan dimensi tangibles (TA), reliability (RI), dan responsiveness (RS) nasabah mempersepsikan bahwa pegawai memiliki dimensi *servqual* dalam kategori yang sama dengan evaluasi diri dari karyawan sendiri (dalam kategori baik untuk TA dan sangat baik untuk RI, RS), meskipun ada perbedaan nilai reratanya.
7. Rerata persepsi variabel *S-OOCBs* di Bank Pembangunan Daerah (BPD) pada nasabah dan pada pegawai termasuk kategori baik dengan perbedaan nilai

rerata sebesar 0.13, yang artinya penilaian nasabah lebih tinggi reratanya dibandingkan dengan penilaian dari pegawai sendiri.

8. Rerata persepsi variabel kualitas layanan (*servqual*) di Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali pada nasabah termasuk kategori baik dan menurut pegawai juga termasuk kategori baik dengan perbedaan nilai rerata 0.08. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa menurut nasabah, secara umum kualitas layanan (*servqual*) karyawan BPD Bali berada pada kategori baik.
9. Nilai *factor loading* menunjukkan bahwa S-OOCBs menurut pegawai BPR Modern Express Ambon dimanifestasikan oleh dimensi loyalitas (L), *service delivery* (SD), *participation* (P), *service orientation* (SO), *altruism* (A), *the need to pay attention to customer* (NAC), *the need to know cusstomers' needs* (NKCN), kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP), *education OCB* (EOCB), *anticipation OCB* (AOCB), *justification OCB* (JOCB), *personalization-technology OCB* (PTOOCB) dan *Altruisme* (AL)
10. Nilai *factor loading* menunjukkan bahwa S-OOCBs nasabah BPR Modern Express Ambon yang dimanifestasikan oleh dimensi loyalitas (L), *service delivery* (SD), *service orientation* (SO), *altruism* (A), *the need to pay attention to customer* (NAC), *the need to know cusstomers' needs* (NKCN), kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP), *education OCB* (EOCB), *anticipation OCB* (AOCB), *justification OCB* (JOCB), *personalization-technology OCB* (PTOOCB) dan *Altruisme* (AL).
11. Nilai koefisien menunjukkan bahwa S-OOCBs pegawai Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan (*servqual*) di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon
12. Nilai koefisien menunjukkan bahwa S-OOCBs nasabah Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan (*servqual*) di Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon.
13. Nilai *factor loading* S-OOCBs pegawai Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali, yang dimanifestasikan oleh dimensi loyalitas (L), *service delivery* (SD), *participation* (P), *service orientation* (SO), *altruism* (A), *the need to pay*

attention to customer (NAC), *the need to know cusstomers' needs* (NKCN), kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP), *education OCB* (EOCB), *anticipation OCB* (AOCB), *justification OCB* (JOCB), *personalization-technology OCB* (PTOCB) dan *Altruisme* (AL) karena sebagian besar nilai factor loading memenuhi syarat, hanya loyalitas (L) yang factor loadingnya tidak memenuhi syarat.

14. Nilai *factor loading* S-OOCBs nasabah Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali yang dimanifestasikan oleh dimensi loyalitas (L), *service delivery* (SD), *service orientation* (SO), *altruism* (A), *the need to pay attention to customer* (NAC), *the need to know cusstomers' needs* (NKCN), kebutuhan untuk menjalin hubungan personal (NRP), *education OCB* (EOCB), *anticipation OCB* (AOCB), *justification OCB* (JOCB), *personalization-technology OCB* (PTOCB) dan *Altruisme* (AL) karena nilai factor loading sudah memenuhi syarat.
15. Nilai koefisien menunjukkan bahwa S-OOCBs pegawai Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan (*servqual*) di Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali.
16. Nilai koefisien menunjukkan bahwa S-OOCBs nasabah Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali berpengaruh positif signifikan terhadap kualitas layanan (*servqual*) di Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali.

7.2.Saran

1. Karena persepsi nasabah maupun pegawai Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon baik untuk S-OOCBs dan kualitas layanan (*servqual*) memiliki rerata lebih tinggi dibandingkan Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali, maka peneliti menyarankan untuk terus mempertahankan semua dimensi-dimensi S-OOCBs dan kualitas layanan (*servqual*) yang reratanya tinggi dan sebaiknya terus meningkatkan dimensi-dimensi yang reratanya masih rendah.
2. Karena persepsi nasabah mapun pegawai Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali baik untuk S-OOCBs dan kualitas layanan (*servqual*) memiliki rerata lebih rendah dibandingkan Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon, maka peneliti menyarankan untuk terus melakukan evaluasi terhadap

semua dimensi, khususnya yang memiliki nilai rerata rendah dan juga melakukan evaluasi terhadap kesenjangan antara pegawai dan nasabah.

3. Meskipun kesenjangan rerata antara persepsi nasabah dengan persepsi pegawai Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon terhadap S-OOCBs tidak jauh berbeda (dalam hal ini masuk dalam kategori baik dan sangat baik) namun peneliti menyarankan agar manajemen Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Modern Express Ambon, melakukan evaluasi diri pegawai, dengan melihat kembali nilai rerata sangat rendah yang berpotensi mengurangi keinginan pegawai untuk melakukan pekerjaan diluar tugasnya dengan senang hati.
4. Meskipun rerata persepsi nasabah dan pegawai terhadap S-OOCBs dalam kategori baik, apalagi penilaian nasabah lebih tinggi ratanya disbanding dengan penilaian pegawai sendiri, bukan berarti tidak ada masalah. Masalahnya adalah ada pada diri karyawan BPD sendiri jangan berpuas diri karena penilaian nasabah yang lebih baik dari penilaian diri sendiri. Evaluasi yang harus dilakukan adalah evaluasi lagi penilaian nasabah yang sangat rendah terhadap S-OOCBs dan cari akar masalahnya.
5. Rerata persepsi variable kualitas layanan di BPD Bali menurut nasabah dan pegawai dalam kategori baik, namun yang perlu diperhatikan adalah nilai rerata empathy (EM) paling rendah, kontradiktif dengan penilaian S-OOCBs menurut nasabah kategori baik yang merupakan kemauan pegawai untuk melakukan pekerjaan diluar tugas utamanya. Saran yang diajukan adalah evaluasi lagi dimensi *the need to know cusstomers' needs* (NKCN) yang memiliki nilai rerata terendah.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Jamal, Kyriaki Anastasiadou. 2009. Investigating the effects of service Quality dimensions and expertise on loyalty, *European Journal of Marketing*, Vol. 43 Iss: 3/4, pp.398 – 420
- Bettencourt, L. A. 1997. Customer voluntary performance: Customers as partners in service delivery. *Journal of Re-tailing*, 73, 383–406
- Brady, Michael K., and J. Joseph Cronin, 2001. Some Thought on Conceptualizing Perceived Service Quality A Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, Vol 63- 34- 39.
- Bruhn, M. 2003. *Pemasaran relasional: Management of customer relationship*, (1st edn), New Jersey: Prentice Hall.
- Bulent Menguc, Seigyoung Auh, Constantine S. Katsikeas, and Yeon Sung Jung. 2016. When Does (Mis)Fit in Customer Orientation Matter for Frontline Employees' Job Satisfaction and Performance? *Journal of Marketing*: January 2016, Vol. 80, No. 1, pp. 65-83. <https://doi.org/10.1509/jm.15.03>
- Cronin Jr, J. Joseph J., and Steven A. Taylor, 1992. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extention. *Journal of Marketing*, Vol. 56 (July), pp. 55 – 68.
- Deng, Xuefei (Nancy & Wang, Tawei. 2014. Understanding Post-Implementation Support for Enterprise Systems: An Empirical Study of IT Personnel's Customer-Oriented Citizenship Behaviors. *Journal of information systems. American Accounting Association*. Vol. 28, No. DOI: 10.2308/isys-50743.Fall 2014.pp. 17–39
- Elif Senyucel. 2009. Evaluation of SERVQUAL Instrument as Bank Selection Criteria in the Banking Industry: Empirical Evidence from Turkish and Greek Speaking Areas in Cyprus. *Banking and Finance Letters, Volume 1, Issue 1*, 21-28
- Farrell, M. A., & Oczkowski, E. 2009. Service worker customer orientation, organization/job fit and perceived organizational support. *Journal of Strategic Marketing*, 17 (2), 149-16. doi:10.1080/09652540902879276
- Garvin, David A. 1984. "What Does 'Product Quality' Really Mean?" *Sloan Management Review*, 26 (Fall), 25-43.
- Gronroos, C, 1984. A Service Quality Model and its Market Implications, *European Journal of Marketing*, Vol. 18. No. 4, pp. 36-44.
- Gronroos, C. 2000. Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach. 2nd ed. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd.
- Harsono S., Widyantoro H., Prawitowati T., Rahmat B. 2017. The Development of Service Quality Model as A Criterion in Selecting the Banks in Indonesia. *Polish Journal of Management Studies* 2017; 15 (2): 82-92
- Ikatan Bankir Indonesia, 2013. *Memahami Bisnis Bank*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Jain, Ajay K, Naresh K. Malhotra, Chong Guan. 2012. Positive and Negative Affectivity as Mediators of Volunteerism and Service-Oriented Citizenship Behavior and Customer Loyalty. *Psychology and Marketing*, Vol. 29 (12), pp. 1004-1017

- Kumar, YLN. 2014. Importance of Organizational Citizenship Behaviors in Enhancing Customer Service Indicators: A Review. *The IUP Journal of Management Research*, Vol. XIII, No.1, pp. 17-28
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas.* Indeks: Jakarta
- Lovelock, C., and Wright, L. 2002. *Principles of service marketing and management.* New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Md. Abdul Jalil and Muhammad Khalilur Rahman. 2014. The Impact of Islamic Branding on Consumer Preference towards Islamic Banking Services: An Empirical Investigation in Malaysia. *Journal of Islamic Banking and Finance*, March, Vol. 2, No. 1, pp. 209-229
- Mei-Ling Wang. 2009. What makes a good citizen in service settings? *The Service Industries Journal.* Vol. 29, No. 5, May 2009, 621–634. DOI: 10.1080/02642060902720055
- Organ, D.W., Podsakoff, P.M., & MacKenzie, S.B. 2006. *Organizational Citizenship Behavior: Its Nature, Antecedents and Consequences.* Thousand oaks, CA: Sage
- Parasuraman, A., Valerie A. Zethaml, and Leonard I. Berry, 1988. SERVQUAL A Multiitem Scale for Measuring Consumer Perceptions of service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 65 (1): 12 – 36
- Payne Stephanie C., and Webber Sheila Simsarian. 2006. Effects of Service Provider Attitudes and Employment Status on Citizenship Behaviors and Customers' Attitudes and Loyalty Behavior. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 91, No. 2, 365–378. *Journal of Information Systems*. Fall 2014, Vol. 28, No. 2, pp. 17-39
- Payne, Adrian. 2004. *Pemasaran Jasa.* Andi, Yogyakarta
- Sabiote, Estela Fernandez and Sergio Roman. 2005. Organizational Citizenship Behavior from the Service Customer's Perspective. *International Journal of Market Research*, vol.46 Quarter 3, pp. 317-336
- Safiek Mokhlis, 2009. Determinants of Choice Criteria in Malaysia's Retail Banking: An Analysis of Gender-Based Choice Decisions. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences* ISSN 1450-2887 Issue 16 (2009)
- Siddiqi Kazi Omar, 2011. Interrelations Between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh. *International Journal of Business and management.* Vol. 6. No. 3.
- Tjiptono, Fandy, 2006. *Pemasaran Jasa.* Cetakan Kedua, Edisi Pertama. Juli, Diterbitkan oleh Bayumedia Publishing
- Zeithaml, A. V., Berry. L. L., & Parasuraman, A. 1996. Measuring the quality of relationship in customer service: An empirical study. *European. Journal of Marketing.*

ARTIKEL

PERCEPTION, GAP AND REFLECTION OF S-OOCB DIMENSIONS AND THEIR INFLUENCE ON SERVQUAL FROM THE PERSPECTIVE OF BANKING EMPLOYEES AND CUSTOMERS IN INDONESIA

Abstract

There are not many studies that integrate Service-Oriented Organizational Citizenship Behaviors (S-OOCBs) and service quality, in the banking industry in an effort to seize and maintain customer loyalty. The purpose of this study is to explore perceptions, gaps and relationships between the dimensions of S-OOCBs and servqual in terms of banking employees and customers. This study used a quantitative approach, involving 399 respondents consisting of 74 employees and 325 customers of Bank Perkreditan Rakyat (BPR) and Bank Pembangunan Daerah (BPD). Data were collected using questionnaires and the data analysis was done using WarpPLS. This study proves that the average perception of BPR customers and employees on S-OOCBs and servqual is higher than that of BPD customers and employees. Based on the average gap of perceptions of the dimensions of S-OOCBs and servqual, the customers perceive that the employees have the dimensions of S-OOCBs in the same category as the employees' self-evaluation. According to BPR/BPD employees and customers, all dimensions examined are the reflection of S-OOCBs. The S-OOCBs of both employees and customers of BPR and BPD have a significant positive effect on servqual. The results of this study have managerial implications because they are viewed from two sides, banking employees and customers, and are useful for banking management

Keyword: *Service Quality (Servqual), Service-Oriented Organizational Citizenship Behaviors (S-OOCBs)*

Background

The concept of service quality has attracted a lot of attention of academics and practitioners because it is from the service quality that loyalty will be created. Judging from the development of research on service quality, there are several researchers who are made references in conducting research on service quality, such as (Gronroos 1984) with his dimensions of service quality, consisting of technical quality (what the customer gets) and functional quality (how the customer gets), and (Parasuraman, et al. 1985) with his five dimensions of service quality. Meanwhile (Md. Abdul Jalil, et al. 2014) reveals the factors that influence customers to receive Islamic banking services for Muslims, such as products and services, reliability, and availability of outlets. However, for non-Muslims, products and services are the most important factors. Other important factors for them are reliability, availability of outlets and religion. From data analysis, it is found that non-Muslims take sharia or Islamic services not only because of the Islamic brand but also because of several other factors such as service perceived, service convenience, ethical organization.

In addition to service quality and benefits sought, another factor that influences customer satisfaction and loyalty is Organizational Citizenship Behavior (OCB), the behavior shown by employees who carry out not only their obligations and responsibilities, but also something more than those without any reward or anything from the organization and solely

for the sake of the organizational goals. The dimensions of OCB are customer facilitation, organizational involvement, and sportsmanship. Kumar (2014), in his research, reveals that the employee's OCB can increase customer satisfaction. Thus, from a marketing perspective, OCB is a special aspect that supports the marketing of services and plays a role in improving services to customers (Sabiote, 2005 and Kumar. 2014). The result of the study conducted by (Jain, Malhotra and Guan. 2012) shows that the behavior outside the role is Service-Oriented Citizenship Behavior (S-OCB) which contributes to the management of relationships between company and customers, shapes customer perceptions of excellent service quality and leads to customer loyalty.

Previous research conducted by (Soni, Tjahjani, Basuki and Harry. 2017) proves that the highest number of S-OCB dimensions that have a significant effect on service quality is in BPD (6 dimensions) and the second is in BPR. This research raises further questions as to how this S-OCB can be used as a corporate culture that supports employees' services to customers without neglecting their main duties. Therefore, it is necessary to study how to explore the implementation of S-OCB at various levels and how to evaluate the implementation of S-OCB with the hope of creating excellent service quality which is ultimately increasing customer satisfaction and loyalty.

Some studies on S-OCB, servqual, satisfaction, and loyalty, including their testing, have been conducted partially. But, this study combines the S-OCB model with servqual which is related to customer satisfaction and loyalty. The urgency of this study is due to the absence of research in the field of Marketing and HRM which combines two models of S-OCB and servqual in BPR and BPD which ultimately create customer satisfaction and loyalty.

Based on the description in the previous section, the purpose of this study is to explore perceptions, gaps and the relationship between the dimensions of S-OOCBs and servqual from the sides of employees and customers of BPR and BPD in Indonesia.

Theoretical Basis

Customer loyalty will be shaped if the service quality is applied consistently. (Gronroos.1984) reveals that the dimensions of service quality consist of (1) technical quality; what the customer get (2) functional quality; how the customers get. In addition, (Garvin. 1984) reveals that in order to shape customer loyalty, the service quality needs to be implemented properly by management, and the dimensions of the service quality include (1) performance; (2) features; (3) reliability; (4) conformance; (5) durability; (6) serviceability; (7) aesthetics; and (8) perceived quality. According to Parasuraman, et al. (1985), service quality consists of ten dimensions, namely (1) reliability; (2) responsiveness; (3) competence; (4) access (5) politeness; (6) communication; (7) credibility; (8) security; (9) the ability to understand customers; and (10) physical evidence. In its development, as the concept of service quality was applied in various sectors that had different characteristics and different research results, Parasuraman, et al. (1988) modified the concept of service quality derived from previous research by summarizing from ten to five dimensions of service quality, namely: (1) responsiveness; (2) assurance; (3) empathy; (4) tangible and (5) reliability.

In subsequent developments, many researchers conducted research on service quality with different models and measurements as well as different service sectors. Cronin and Taylor (1992) state that service quality is measured by a Service Performance (SERVPERF) scale using the SERVQUAL dimension. Furthermore, (Rust and Oliver. 1994) state that service quality is measured using three dimensions, namely (1) service product; (2) service delivery and (3) service environment.

There are only few studies on service quality conducted in banking sector. One of them is by (Parasuraman et al. 1988) using 5 dimensions of SERVQUAL, namely tangible, reliability, responsiveness, empathy, and assurance. It was then followed by (Cronin and

Taylor. 1992) using 5 dimensions of SERVQUAL with the name SERVPERF, namely tangible, reliability, responsiveness, empathy, and assurance. The next by (Jamal Ahmad and Kyriaki Anastasiadou. 2009) using 5 dimensions of SERVQUAL, namely tangible, reliability, responsiveness, empathy, and assurance. The next research was conducted by (Siddiqi Omar Kazi. 2011) using 5 dimensions of SERVQUAL, namely tangible, reliability, responsiveness, empathy, and assurance.

Some of the above studies have caused a lot of debate about the limitations of the service quality (SERVQUAL) model, considering that service quality has multi dimensions. So, in order to solve these problems, (Brady and Cronin. 2001) suggest the need to understand the main dimensions as an alternative to the dimensions of service quality. The dimensions are interaction quality, a contact that occurs in the process of delivering services between service providers and consumers, environment quality and outcome quality. Specifically, (Gronroos. 2000) emphasizes that interaction quality is the quality that is closely related to how the service process is delivered, which is seen from the interaction process between service provider staff and its customers.

Apart from the debate about the dimensions of service quality, there is one thing that becomes the meeting point of the research, that is, the service quality from one organization or company to another organization or company varies greatly. This is due to the differences in operational aspects, organizational culture, local or regional culture, and scope, such as local, domestic or international.

An organization expects to have employees who are committed to the organization by giving extra contributions outside of basic duties and obligations, such as serving customers not only during working hours, willing to carry out tasks outside of regular working days and hours without expecting rewards, promoting the company to other parties considered bringing benefits to the company. According to (Organ. 2006), Organizational Citizenship Behavior (OCB) is voluntary behavior by employees, with no formal reward system, and that behavior supports the effectiveness and efficiency of the organization. With regard to services to customers, all things done by employee, which are above the expectations of service standards from the company, will certainly lead to customer satisfaction. The results of the research conducted by (Kumar. 2014) reveals that OCB from employees can increase customer satisfaction.

From a marketing perspective, OCB is a special aspect that supports the marketing of services and plays a role in improving services to customers (Sabioete. 2005; Kumar. 2014). The results of previous research (Jain et al. 2012) show that the behavior outside the role is Service-Oriented Citizenship Behavior (S-OCB) which contributes to the management of the relationships between company and customers, shapes customer perceptions of excellent service quality and can lead to customer loyalty. Subsequent research conducted by (Jain, et al. 2014) concludes that there are three dimensions of S-OCB, namely employee loyalty, service, and participation that can shape customer loyalty.

Research on OCB from the perspective of the customers, particularly bank customers, was carried out by (Sabioete and Roman. 2005) by developing the OCB instrument from the perspective of customers. The dimensions of OCB in this study are customer facilitation, organizational involvement, and sportsmanship.

Customer facilitation is a customer-oriented behavior which contributes to the achievement of organizational goals, such as providing extra services, providing an attractive alternative solution for customers even though they have to spend extra effort to do so, understanding the situation faced by customers, and serving with enthusiasm. Organizational involvement is a behavior that describes the identification and obedience to the company, such as promoting the company to outsiders, maintaining a positive attitude, and actively maintaining the company's good name. The third dimension is sportsmanship, a behavior that shows a willingness to tolerate situations that cause discomfort without complaining.

(Sabioite and Roman. 2005) see the relationship between S-OCB dimensions from the perspective of customers with the perception of service quality, satisfaction, trust and word of mouth (WOM). The interaction between frontline employees and customers is a critical part of the service process, (Zeithaml and Bitner. 2000) in (Sabioite and Roman. 2005), where customer satisfaction and customer willingness to re-transact with the company are determined by the quality of employees who make contact with customer. This is the reason why S-OOCBs become an important part in the process of service to customers, because the existence of S-OOCBs will affect customer perceptions of the service quality of the company. Positive perceptions about service quality which subsequently lead to perceptions of the quality of employees performing services will affect the level of customer satisfaction. When a customer interacts with an employee, the customer will assess and monitor the employee behaviors that bring benefits and satisfaction value to the customer, such as providing solutions to problems and resolving each complaint properly.

Research Method

This study used a quantitative approach and adopted SERVQUAL instruments from (Parasuraman et al. 1988) consisting of: tangibles, reliability, assurance, empathy, and responsiveness with twenty-two (22) question items. This study also adopted the dimensions of S-OOCBs from (Bettencourt, Gwinner and Meuter. 2001); (Mei-Ling Wang. 2009); (Payne and Weber. 2006); (M.A Farrell and E. Oczkowski. 2009); (X. Deng, Tawei & Robert. 2015) and (Seigyong, Bulent, Yeon. 2014), namely loyalty (L), service delivery (SD), service orientation (SO), altruism (A), *the need to pay attention to customer* (NAC), the need to know customers' needs (NKCN), the need for personal relationships (NRP), education OCB (EOCB), anticipation OCB (AOCB), justification OCB (JOCB), personalization-technology OCB (PTOCB) and Altruism (AL). This research instrument consists of five main parts, namely (1) demographic profile, which includes four questions; (2) SERVQUAL instrument; (3) S-OOCBs instrument and (5) open questions. The research instrument is measured using a six-point Likert scale ranging from strongly disagree (score 1); disagree (score 2); somewhat disagree (score 3); somewhat agree (score 4); agree (score 5), strongly agree (score 6).

The samples in this study were employees and customers of Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Ambon Modern Express and Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali. The data of this study were collected through questionnaires distributed to 399 respondents consisting of 34 employees and 123 customers of BPR and 40 employees and 202 customers of BPD. Data analysis in this study was done using WarpPLS.

Research Results and Discussion

The following is a description of the characteristics of customer respondents of BPR.

Table 1
Characteristics of Customer Respondents of BPR

Gender		Age		Last Education				
Male	70	57%	17-25	7	5.69%	High School	33	26.83%
Female	53	43%	>25-35	37	30.08%	Associate Degree	12	9.76%
			>35-45	36	29.26%	Bachelor's Degree	68	55.28%
			>45-55	30	24.39%	Master's Degree	9	7.32%
			>55-65	10	8.13%	Doctoral Degree	1	0.81%
			> 65	3	2.44%			
Total	123	100%	Total	123	100%	Total	123	100%

From Table 1, it can be seen that of the 123 customers of BPR, 53 respondents are women (43%) and 70 respondents are men (57%). Based on the age of respondents, 37 respondents (30.08 %) are > 25-35 years, 36 respondents (29.26%) are > 35-40 years, 30 respondents (24.39%) are > 45-55 years, 10 respondents (8.13%) are > 55-65 years, 7 respondents (5.69%) are 17-25 years, and 3 respondents (2.44%) are > 65 years. Based on the

educational background of respondents, 68 respondents (55.28%) are Bachelor's Degree, 33 respondents (26.83%) are high school graduates, 12 respondents (9.76%) are Associate Degree, 9 respondents (7.32%) are Master's Degree, and 1 respondent (0.81%) is Doctoral Degree.

Table 2
Characteristics of Customer Respondents of BPR
According to Current Profession and Average Monthly Expenditure

Current Profession			Average Monthly Expenditure (in IDR)		
Entrepreneur	11	8.94%	Less than 1,000,000	2	1.63%
Private employee	58	47.15%	1,000,001 s/d 2,000,000	11	8.94%
SOE employee	12	9.76%	2,000,001 s/d 3,000,000	26	21.14%
Professional	5	4.07%	3,000,001 s/d 4,000,000	33	26.83%
Army/Police	1	0.81%	4,000,001 s/d 5,000,000	15	12.20%
Housewife	5	4.07%	5,000,001 s/d 6,000,000	19	15.45%
Farmer	0	0%	More than 7,000,001	17	13.81%
Fisherman	0	0%			
Others	31	25.20%			
Total	123	100%	Total	123	100%

From Table 2, it can be seen that, 58 (47.15%) respondents are private sector employees, 31 (25.20%) respondents are others, 12 respondents (9.76%) are SOE employees, 11 respondents (8.94%) are entrepreneurs, 5 respondents (4.06%) are professionals, 5 respondents (4.06%) housewives, and 1 respondent (0.81%) is Army/Police. Based on the average monthly income, 33 respondents (26.83%) have monthly income ranging from 3,000.001 to 4,000,000. 26 respondents (21.14%) have monthly income ranging from 2,000,001 to 3,000,000, 19 respondents (15.45%) have monthly income ranging from 5,000,001 to 6,000,000, 17 respondents (13.81%) have monthly income more than 7,000,000, 15 respondents (12.20%) have monthly income ranging 4,000,001 to 5,000,000, 11 respondents (8.94%) have monthly income ranging from 1,00.001 to 2,000,000, and 2 respondents (1.63%) have monthly income less than 1,000,000.

Table 3
Characteristics of Customer Respondents of BPR
Reasons for being Customers, the Need for Savings and the Party Who Decides

Reasons for being a customer			The need for Savings			Party who decides to become customer		
Availability of ATM	0	0%	Family	99	80.49%	I myself	81	65.85%
Promotional activities	6	4.88%	Business	9	7.32%	Company/Office	15	12.19%
Many Branch Offices	46	37.40%	Office	7	5.69%	Business partner	4	3.26%
Prize	0	0%	Others	8	6.50%	Family	21	17.07%
Attractive interest rate	57	46.34%				Others	2	1.63%
Other factors	14	11.38%						
Total	123	100%	Total	123	100%	Total	123	100%

From Table 3, it can be seen that based on the reasons for being a customer of BPR, 57 respondents (46.34%) state that it is due to attractive interest rate, 46 respondents (37.40%) state that it is due to many branch offices, 14 (11.38%) respondents state that it is due to other factors, 6 (4.88%) respondents state that it is due to promotional activities. Based on the need for savings, 99 (80.49%) state that the saving is for family needs, 9 (7.32%) respondents state that the saving is for business needs, 8 (6.50%) respondents state that the saving is for other needs, and 7 (5.69%) respondents state that the saving is for office needs. Based on the party who decides to become the customer, 81 (65.85%) respondents state that it is because of his own initiative, 21 (17.07%) state that it is because of the family, 15 (12.19%) respondents state that it is because of the company/office, 4 (3.26%) respondents state it is because of business partners, and 2 (1.63%) respondents state that it is because of other factors.

Table 4
Characteristics of Customer Respondents of BPR
Related to Information about the Bank and the Duration of being Customer

Information about the Bank			Duration of being Customer		
Printing Media (newspaper/magazine / brochure)	8	6.50%	Less than 6 months	12	9.76%
Electronic Media (TV/radio)	2	1.63%	6-12 months	12	9.76%
Internet	5	4.06%	1-2 months	19	15.44%
Friend / Acquaintance	45	36.58%	2-4 months	31	25.20%
Family	26	21.14%	More than 4 months	49	39.84%
Office / Bank employee	37	30.09%			
Total	123	100%	Total	123	100%

From Table 4, it can be seen that based on where the respondents get information about BPR, 45 (36.58%) respondents state that they get the information from friends / acquaintances, 37 (30.09%) respondents state from the Bank employees, 26 (21.14%) respondents state from the family, 8 (6.50%) respondents state from printing media, 5 (4.06%) respondents state from the internet, and 2 (1.63%) respondents state from electronic media. Based on the duration of being customer, 49 (39.84%) respondents state that they have become customers for more than 4 years, 31 (25.20%) respondents state 2-4 years, 19 (15.44%) respondents state 1-2 years, 12 (9.76%) respondents state less than 6 months, and the other 12 (9.76%) respondents state 6-12 months.

The following is a description of the characteristics of BPR Modern Express employees:

Table 5
Characteristics of Employee Respondents of BPR based on Gender, Age, and Last Education

Gender			Age			Last Education		
Male	21	61.76%	17-25	2	5.88%	High School	3	8.82%
Female	13	38.24%	>25-35	23	67.65%	Associate Degree	2	5.88%
			>35-45	3	8.82%	Bachelor's Degree	29	85.30%
			>45-55	6	17.65%	Master's Degree	0	0%
			>55-65	0	0%	Doctoral Degree	0	0%
Total	34	100%	Total	34	100%	Total	34	100%

From Table 5, it can be seen that of 34 employees of BPR, 21 (61.76%) are male and 13 (38.24%) are female. Based on the age of respondents, 23 (67.65%) respondents are > 25 - 35 years, 6 (17.65%) respondents are > 45-55 years, 3 (8.82%) respondents are > 35-45 years, and 2 (5.88%) respondents are > 17-25 years. Based on the last educational background, 29 (85.30%) respondents are from Bachelor's Degree, 3 (8.82%) respondents are from high school, and 2 (5.88%) are from Associate Degree.

Table 6
Characteristics of Employee Respondents of BPR based on Working Period and Current Position

Working Period			Current Position		
Less than 1 year	1	2.94%	CS	3	8.82%
> 1 year to < 2 years	2	5.88%	Teller	1	2.94%
>2 years to < 4 years	10	29.41%	Back Office	4	11.78%
>4 years s/d < 6 years	10	29.41%	Marketing	10	29.41%
>6 years	11	32.36%	Others	16	47.05%
Total	34	100%	Total	34	100%

From Table 6, it can be seen that based on the working period of the employees of BPR, 11 (32.36%) respondents have working period of more than 6 years, 10 (29.41%) respondents have working period from 2 years to 4 years and from 4 years to less than 6 years, 2 (5.88%)

respondents have working period from 1 year to 2 years, and 1 (2.94%) respondent has working period of less than 1 year.

Based on the current position of the employees of BPR, 16 (47.05%) respondents are in other positions, 10 (29.41%) respondents in marketing position, 4 (11.78%) respondents are in back office position, 3 (8.82%) respondents are in CS position, and 1 (2.94%) respondent is in teller position.

Characteristics of customer and employee respondents of Bank Pembangunan Daerah (BPD) Bali are not described in this article.

The following is a summary of respondents' opinions about the variable of Service-Oriented Organizational Citizenship Behaviors (Service-Oriented-OCBs) in BPR.

**Table 7
Customer Respondents' Responses to the Variable of Service-Oriented Organizational Citizenship Behaviors (SO-OCBs) in BPR**

Item	Statement	Sum	Mean	Std. Deviation
L1_1	I tell good things about BPR to others	657	5.3415	0.6874
L2_2	I think BPR employees have given a good impression about BPR	661	5.3740	0.5782
L3_3	I actively promote BPR products	641	5.2114	0.8123
L4_4	I encourage friends to use BPR products / services	642	5.2195	0.6958
L5_5	I encourage families to use BPR products / services	650	5.2846	0.6468
Average L		5.2862		
SD1_6	I get very good service from BPR employees	668	5.4309	0.6283
SD2_7	I get information about the service process accurately from BPR employees	657	5.3415	0.6874
SD3_8	I get services quickly from BPR employees	667	5.4226	0.6006
SD4_9	I get a solution to the problems associated with BPR services from BPR employees	655	5.3252	0.5939
SD5_10	I get careful service from BPR employees	650	5.2846	0.5936
SD7_11	I get polite service from BPR employees	669	5.4390	0.5454
SD8_12	I am highly honored by BPR employees	668	5.4309	0.5737
Average SD		5.3821		
SO1_13	BPR employees look very happy when serving me	658	5.3496	0.7353
SO2_14	BPR employees provide the best service when I face service problems	667	5.4228	0.6006
SO3_15	BPR employees look easy to get along with various groups.	660	5.3659	0.64361
SO4_16	BPR employees always pay attention to my interests	643	5.2276	0.6991
SO5_17	BPR employees voluntarily provide the best service to me.	645	5.2439	0.6445
Average SO		5.3219		
A1_18	BPR employees are willing to serve even during breaks	634	5.545	0.7469
A2_19	BPR employees are willing to come early to serve when I need it	633	5.463	0.7317
A3_20	BPR employees are willing to go home later to serve when I need it	664	5.3984	0.7213
A4_21	BPR employees are willing to serve customers despite holidays	566	4.6016	1.2396
A5_22	BPR employees still provide good services even though there are many customer queues	653	5.3089	0.5600
A6_23	BPR employees are willing to serve customers even though there has been no prior appointment	662	5.3821	0.6209
Average A		5.2813		
NAC1_24	BPR employees are happy to give more attention to customers	643	5.2275	0.6116
NAC2_25	I feel prioritized by BPR employees	621	5.0488	0.8381

NAC3_26	BPR employees pay attention to solving any problems faced by customers.	644	5.2358	0.6538
NAC4_27	I feel that I get personal attention from BPR employees	635	5.1626	0.7931
Average NAC		5.1686		
NKCN1_28	BPR employees identify customer needs	644	5.2358	0.6538
NKCN2_29	BPR employees can estimate the services that customers need	636	5.1707	0.7543
NKCN3_30	BPR employees can understand customer's needs through the body language shown by the customer	617	5.0163	0.9319
Average NKCN		5.1409		
NRP1_31	BPR employees remember my name	637	5.1789	0.7358
NRP2_32	BPR employees know me well	639	5.1951	0.6972
Average NRP		5.187		
EOCB_33	BPR employees provide an explanation of customer rights in the service	659	5.3577	0.6544
AOCB_34	BPR employees offer alternative services if there are obstacles in the main service	636	5.1707	0.6739
JOCB_1_35	BPR employees provide additional information to resolve service problems	650	5.2846	0.5939
JOCB_2_36	BPR employees provide solutions to service problems personally	652	5.3008	0.6520
Average JOCB		5.2927		
PTOCB_3_7	BPR employees provide solutions to problems related to technology personally	631	5.1301	0.8293
AI_1_38	I receive services from BPR employee services more than what I expect	639	5.1951	0.7204
AI_2_39	I am satisfied with the receives, provided by BPR employees, that exceed my expectations	638	5.1870	0.8233
AI_3_40	The voluntary assistance services I receive from BPR employees exceed my needs	621	5.0488	0.9040
AI_3_41	I get a satisfactory service solution from BPR employees	648	5.2683	0.8003
Average AI		5.1748		
Average S-OCB variable		5.7178		

From Table 7, it can be seen that based on the variable of service-oriented organizational citizenship behavior (S-OOCBs) in BPR, the customer respondents give a positive response to 41 (forty-one) indicators of statements examined. The mean value of S-OOCBs as a whole is 5.7178 of the scale 6. Based on the predetermined average variables, the assessment of customer respondents is included in category of strongly agree with the S-OOCBs indicator they perceive as long as they interact with BPR.

**Table 8
Customer Respondents' responses to the Variable of Service Quality in BPR**

Item	Statement	Sum	Mean	Std. Deviation
ta1	BPR has the latest equipment (modern)	586	4.7642	0.9240
ta2	The physical facilities of BPR are attractive	613	4.9837	0.8196
ta3	BPR employees look neat	657	5.3415	0.5982
Average Ta		5.0298		
ri5	When promising to do something at a certain time, the BPR keeps it	650	5.2846	0.6593
ri6	When customer gets into trouble, BPR is sympathetic to finish it.	647	5.2602	0.6118
ri7	BPR can be relied upon in providing its services appropriately	650	5.2846	0.5359
ri8	BPR delivers its services in accordance with the promised time	650	5.2846	0.6076

ri9	BPR has accurate records	647	5.2602	0.5702
Average ri			5.2748	
rs10	BPR employees tell customers when services will be delivered with certainty	650	5.2846	0.5656
rs11	BPR employees serve customers quickly	664	5.3964	0.6368
rs12	BPR employees are always willing to help customers	657	5.3415	0.5701
rs13	BPR employees always take the time to respond to customer requests	653	5.3089	0.6289
Average rs			5.3328	
as14	The behavior of BPR employees make me believe it	657	5.3415	0.5555
as15	I feel safe in conducting transactions with BPR	669	5.4390	0.5454
as16	BPR employees are always polite	661	5.3740	0.5922
as17	BPR employees have the knowledge to be able to answer customer questions	657	5.3415	0.5843
Average as			5.374	
em18	BPR gives me individual attention	635	5.626	0.7722
em19	BPR has an operating time that suits my needs	641	5.2114	0.7157
em20	BPR employees give me personal attention	629	5.1138	0.8608
em21	BPR employees always pay attention to my interests	633	5.1463	0.6736
em22	BPR employees understand my special needs	622	5.0569	0.8617
Average em			5.2308	
Average Service Quality Variable			5.2484	

From Table 8, it can be seen that based on the variable of service quality in BPR, the customer respondents give a positive response to the 21 (twenty-one) indicators of statements examined. The mean value of service quality as a whole is 5.2484 of the scale 6. Based on the predetermined average variables, the assessment of customer respondents' is included in category of strongly agree with the indicator of service quality that customers perceive as long as they interact with BPR.

Table 9
Employee Respondents' Responses to the Variable of Service-Oriented Organizational Citizenship Behavior (S-OOCBs) in BPR

Item	Statement	Sum	Mean	Std. Deviation
L1_1	I tell others that BPR is a good work place for a career	188	5.5292	0.5632
L2_2	I tell good things about BPR to others	187	5.5000	0.5640
L3_3	I help build a good image of BPR	194	5.7059	0.5239
L4_4	I am actively promoting BPR services	191	5.6176	0.5512
L5_5	I encourage friends to use BPR services	194	5.7059	0.4625
L6_6	I encourage families to use BPR services	184	5.4118	0.6089
Average L			5.5784	
SD1_7	I provide services to customers with very good attention	189	5.5588	0.5039
SD2_8	I promote BPR to customers carefully according to the terms of service	184	5.4118	0.4995
SD3_9	I can provide services quickly according to customer requests	179	5.2647	0.8278
SD4_10	I promptly follow up on the problems experienced by customers	179	5.2647	0.7096
SD5_11	I try to provide services carefully	187	5.5000	0.5075
SD6_12	I behave well in serving customers	189	5.5588	0.5039
SD7_13	I am polite to customers	190	5.5882	0.5569

SD8_14	I really appreciate customers	191	5.6176	0.4932
Average SD			5.4705	
P1_15	I encourage colleagues to be willing to provide suggestions for improving services to customers	183	5.3824	0.6037
P2_16	I give ideas for the sake of promotion to customers	180	5.2941	0.5788
P3_17	I give ideas about how to communicate with customers	179	5.2647	0.6655
P4_18	I made a constructive proposal for service improvement	179	5.2647	0.5110
P5_19	I help colleagues by providing creative solutions to solve customer problems	181	5.3235	0.5348
P6_20	I learn BPR brochures to understand the services offered	185	5.4412	0.5609
Average P			5.3284	
SO1_21	I feel happy to serve customers	188	5.5294	0.5632
SO2_22	The best service for me is when helping solve customer problems	187	5.5000	0.5640
SO3_23	I am easy to get along with customers	186	5.4706	0.5632
SO4_24	I am proud to provide good service to customers	191	5.6176	0.4932
SO5_25	Serving customers is not a burden for me	187	5.5000	0.6154
Average SO			5.5235	
A1_26	I don't mind having to serve customers during recess	177	5.2059	0.8082
A2_27	I am willing to come early before working hours begin to serve customers.	181	5.3235	0.6382
A3_28	I am willing to go home later than working hours to serve customers	179	5.2647	0.7511
A4_29	I am willing to serve customers despite holidays	156	5.5882	1.4167
A5_30	I try to serve customers well despite a tight work schedule	176	5.1765	0.6262
A6_31	I am willing to serve customers even though there are no previous appointments	180	5.2941	0.6290
Average A			5.3088	
NAC1_32	I am happy to be able to provide more services to customers	182	5.3529	0.6458
NAC2_33	I try to make customers feel preferred	188	5.5294	0.5632
NAC3_34	I feel every customer's problem is an important part that must be resolved	178	5.2353	0.6540
NAC4_35	I try to provide services to each customer personally	172	5.0588	0.6937
Average NAC			5.2941	
NKCN1_36	I try to find out the needs of customers	177	5.2059	0.6866
NKCN2_37	I can estimate customers' needs before they convey their needs for certain services at the BPR	160	4.7059	0.9701
NKCN3_38	I try to understand the customer's body language to find out the services needed by the customer	166	4.8824	1.1281
Average NKCN			4.9314	
NRP_1_39	I try to remember the names of customers	176	5.1765	0.8337
NRP_2_40	I try to get to know customers personally	177	5.3824	0.8449
Average NRP			5.2794	
EOCB_41	I provide an explanation to customers (educating customers) about customer rights in services	183	5.3824	0.6520
EOCB_42	I offer alternative services if there are obstacles in the main service	179	5.2647	0.6183
Average EOCB			5.3235	
JOCB_43	I offer additional information to resolve service issues	176	5.1765	0.5758
JOCB_44	I provide solutions to service problems that are personally appropriate for customers	177	5.2059	0.7294
Average JOCB			5.1912	

PTOCB_45	I provide solutions to problems related to technology that only apply to certain customers	167	4.9118	0.9959
AI1_46	I serve customers far beyond service standards	173	5.0882	0.7121
AI2_47	I am willing to provide services that are more than standard to satisfy customers	174	5.1176	0.6859
AI3_48	I am willing to provide service assistance voluntarily to customers beyond those assigned	172	5.0588	0.9192
AI4_49	I help overcome service problems more than customer expectations.	175	5.1471	0.7439
Average AI			5.1029	
Average Variable of S-OCB			5.2703	

From Table 9, it can be seen that based on the variable of service-oriented organizational citizenship behavior (S-OOCBs) in BPR, the employee respondents give a positive response to the 49 (forty-nine) indicators of statements examined. The mean value of S-OOCBs as a whole is 5.2703 of the scale 6. Based on the predetermined average variables, the assessment of employee respondents is included in category of strongly agree with the indicator of S-OOCBs that employees perceive as long as they work at BPR.

Table 10
Employee Respondents' Responses to the Variable of Service Quality in BPR

Item	Statement	Sum	Mean	Std. Deviation
ta1	BPR has the latest (modern) equipment	166	4.8824	0.8077
ta2	BPR's physical facilities look attractive	167	4.9118	0.8657
ta3	BPR employees are well-dressed	181	5.3235	0.6382
Ta4	BPR's service counters are attractive	165	4.8529	0.9254
Average Ta			4.9926	
ri5	When making promise, the BPR complies it on time.	174	5.1176	0.7692
ri6	When customer gets into trouble, BPR is sympathetic about completing it	175	5.1471	0.5577
ri7	BPR can be relied upon in providing its services appropriately	183	5.3824	0.5512
ri8	BPR delivers its services in accordance with the promised time	185	5.4412	0.5609
ri9	BPR has accurate records	179	5.2647	0.7096
Average ri			5.2706	
rs10	BPR employees tell the customer when the service will be delivered	180	5.2940	0.7189
rs11	I provide services to customers quickly	182	5.3529	0.4850
rs12	I am always willing to help customers	180	5.2941	0.5788
rs13	I take the time to respond to customer requests	174	5.1176	0.6403
Average rs			5.2646	
as14	My behavior makes customers believe it	182	5.3529	0.5439
as15	Customers feel safe in conducting transactions with BPR	181	5.3235	0.5348
as16	I am always polite	184	5.4118	0.5569
as17	I have the knowledge to be able to always answer customer questions	182	4.3529	0.5970
Average as			5.1102	
em18	BPR gives individual attention to its customers	167	4.9118	0.8300
em19	BPR operating time is in accordance with the customer	174	5.1176	0.7692
em20	BPR has employees who give personal attention to customers	173	5.0882	0.5703
em21	BPR always pays attention to the interests of its customers	179	5.2647	0.6183

em22	I understand the special needs of its customers	171	5.0294	0.7971
	Average em		5.0823	
	Average Variable of Service Quality		5.1441	

From Table 10, based on the variable of service quality at BPR, the employee respondents give a positive response to the 22 (twenty-two) indicators of statements examined. The mean value of service quality as a whole is 5.1441 of scale 6. Based on the predetermined average variables, the assessment of employee respondents is included in category of agree with the indicators of the service quality that employees perceive as long as they work at BPR Modern Express Ambon

The S-OOCBs dimensions are also seen from the gap between the perceptions of customers and the perceptions of employees of BPR Modern Express Ambon as in Table 11.

Table 11
The Average Gap between Customers' Perception and Employees' Perception to S-OOCBs Dimensions in BPR

S-OOCBs Dimension	Perception of customer	Category	Perception of Employee	Category	Gap
L	5.29	SS	5.58	SS	0.29
SD	5.38	SS	5.47	SS	0.09
SO	5.32	SS	5.52	SS	0.20
NAC	5.17	SS	5.29	SS	0.13
NKCN	5.14	S	4.93	S	-0.21
NRP	5.19	SS	5.28	SS	0.09
EOCB	5.36	SS	5.38	SS	0.02
AOCB	5.17	SS	5.26	SS	0.09
JOCB	5.28	SS	5.18	SS	-0.11
PBOCB	5.30	SS	5.21	SS	-0.09
PTOCB	5.13	S	4.91	S	-0.22
Altruism	5.23	SS	5.21	S	0.02
SOCB	5.25	SS	5.27	SS	0.02

Table 11 describes the existence of an average gap between customers' perception and employees' perception to each dimension of S-OOCBs in BPR. In all dimensions, customers perceive that the employees have the S-OOCBs dimensions in the same category as the self-evaluation of the employees themselves (in category of good and very good), even though there are differences in mean values. The negative (minus) gap means that the mean value of the customer is smaller than that of the employee (self employee), while the positive (plus) gap means that the mean value of the customer is greater than that of the employee (self employee). Negative gaps exist in the dimensions of loyalty (L), service delivery (SD), service orientation (SO), the need to pay attention to customers (NAC), the need to establish personal relationships (NRP), educating customers (EOCB), and anticipating constraints (AOCB). Meanwhile, positive gaps exist in the dimensions of the Need to Know Customer Needs (NKCN), Problem Justification (JOCB), Personalization in Business (PBOCB), Technology Personalization (PTOCB), and Altruism (AL). The average perception of S-OOCBs variables in BPR on customers and employees is in the excellent category with a slight difference in mean values (-0.02). Thus, it can be concluded that according to customers, in general, the S-OOCBs of employees of BPR are in the category of excellent. However, there are dimensions that still need attention, that is, Loyalty and Orientation to Services.

Analysis on the dimensions of service quality which is seen from the gap between the perception of customer and the perception of employees of BPR is shown in Table 12.

Table 12

Average Gap between the Perception of Customers and the Perception of Employees of BPR to Service Quality

Dimension of Service Quality	Perception of Customers	Category	Perception of Employees	Category	Gap
TA	5.03	S	4.99	S	0.04
RI	5.27	SS	5.27	SS	0.00
RS	5.33	SS	5.26	SS	0.07
AS	5.37	SS	5.11	S	0.26
EM	5.23	SS	5.08	S	0.15
KL	5.25	SS	5.14	S	0.10

Table 12 describes the existence of an average gap between the perception of customers and the perception of employees of BPR in each dimension of Service Quality. In the dimensions of TA, RI, and RS, customers perceive that employees have a dimension of Service Quality in the same category as self-evaluation from its own employees (in the category of good for TA and Very Good for RI, RS), although there are differences in mean values. The negative (minus) gap, which means the mean value of the customer is less than the mean value of the employee (self-employee), does not exist in the condition of the BPR. Meanwhile, the positive (plus) gap, which means the mean value of the customer is greater than the mean value of the employee (self-employee), exists in the dimensions of TA, RS, AS, EM, KL. Differences in categories are in the US, EM, and KL dimensions, where customers perceive that BPR employees to be in category of very good on the dimensions of service quality, while the assessment of the employees themselves is in category of good.

Average customer perceptions of service quality variable in BPR are in category of excellent, while according to employees, it is in the category of good with a difference in mean values of 0.10. Thus, it can be concluded that according to customers, in general the service quality of BPR employees is in category of very good.

Having stated that the results of the fit index meet the requirements, the following are the results of testing the model for the dimensions of the variable of S-OOCBs and the effect of S-OOCB on service quality (servqual) on employees of BPR Modern Express Ambon.

Figure 1 is a reflective model reflecting that each indicator is a measurement of errors imposed on latent variables. The cause and effect direction is from the latent variable to the indicator so that the indicators are a reflection of the variation of the latent variable. Therefore, Figure 1 can be explained as follows:

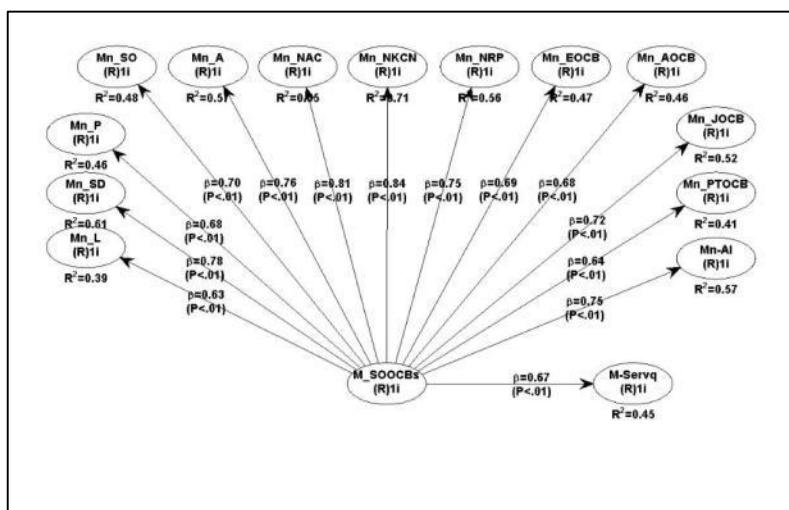


Figure 1
Full Model of S-OOCBs – Servqual of BPR Employees

From the output in Figure 1, it shows:

- aa) Loyalty (L) is the dimension of the S-OOCBs variable which means that loyalty reflects the S-OOCBS variable with loading factor = 0.63; p<0.01. Thus loyalty (L) is the reflection of the S-OOCBs of the employees of BPR Modern Express Ambon.
- bb) Service Delivery (SD) is the dimension of S-OOCBs variable with loading factor = 0.79; p<0.01. Thus, service delivery (SD) is the reflection of the S-OOCBs of the employees of BPR Modern Express Ambon
- cc) Participation (P) is the dimension of S-OOCBs variable with factor loading = 0.68; p<0.01. Thus Participation (P) is the reflection of the S-OOCBs of the employees of BPR Modern Express Ambon.
- dd) Service orientation (SO) is the dimension of S-OOCBs variable with loading factor = 0.70; p<0.01. Thus, service orientation (SO) is the reflection of the S-OOCBs of the employees of BPR Modern Express.
- ee) Altruism (A) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.76; p<0.01. Thus altruism (A) is the reflection of the S-OOCBs of the employees of BPR Modern Express Ambon.
- ff) *The need to pay attention to customer* (NAC) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.81; p<0.01. Thus, the need to pay attention to customer (NAC) is the reflection of the S-OOCBs of the employees of BPR Modern Express Ambon.
- gg) *The need to know customers' needs* (NKCN) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.84; p<0.01. Thus, the need to know customers' needs (NKCN) is the reflection of the S-OOCBs of the employees of BPR Modern Express Ambon.
- hh) *The need for personal relationships* (NRP) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.75; p<0.01. Thus, the need for personal relationships (NRP) is the reflection of the S-OOCBs of the employees of BPR Modern Express Ambon.
- ii) Education OCB (EOCB) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.69; p<0.01. Thus, education OCB (EOCB) is the reflection of the S-OOCBs of the employees of BPR Modern Express Ambon.
- jj) *Anticipation OCB* (AOCB) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.68; p<0.01. Thus, education OCB (AOCB) is the reflection of the S-OOCBs of the employees of BPR Modern Express Ambon.
- kk) *Justification OCB* (JOCB) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.72; p<0.01. Thus, justification OCB (JOCB) is the reflection of the S-OOCBs of the employees of BPR Modern Express Ambon.
- ll) *Personalization-technology OCB* (PTOCB) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.64; p<0.01. Thus personalization-technology OCB (PTOCB) is the reflection of the S-OOCBs of the employees of BPR Modern Express Ambon.
- mm) *Altruism* (AL) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.76; p<0.01. Thus Altruism (AL) is the reflection of the S-OOCBs pf the employees of BPR Modern Express Ambon.

It can be concluded that the S-OOCBs of the employees of BPR are manifested by dimensions of loyalty (L), service delivery (SD), participation (P), service orientation (SO), altruism (A), the need to pay attention to customer (NAC), the need to know customers' needs (NKCN), the need for personal relationships (NRP), education OCB (EOCB), anticipation OCB (AOCB), justification OCB (JOCB), personalization-technology OCB (PTOCB) and altruism (AL) because the loading factor value is above 0.50 and p<0.01.

The effect of S-OOCBs on service quality (servqual) is shown in Figure 1. It can be concluded that the S-OOCBs of the employees of BPR have a significant positive effect on service quality (servqual), evidenced by the coefficient value = 0.67; p<0.01 or p<0.05

Figure 2 below is the result of model test for the dimensions of S-OOCBs variable and the effect of S-OOCBs on service quality (servqual) on the customers of BPR Modern Express Ambon.

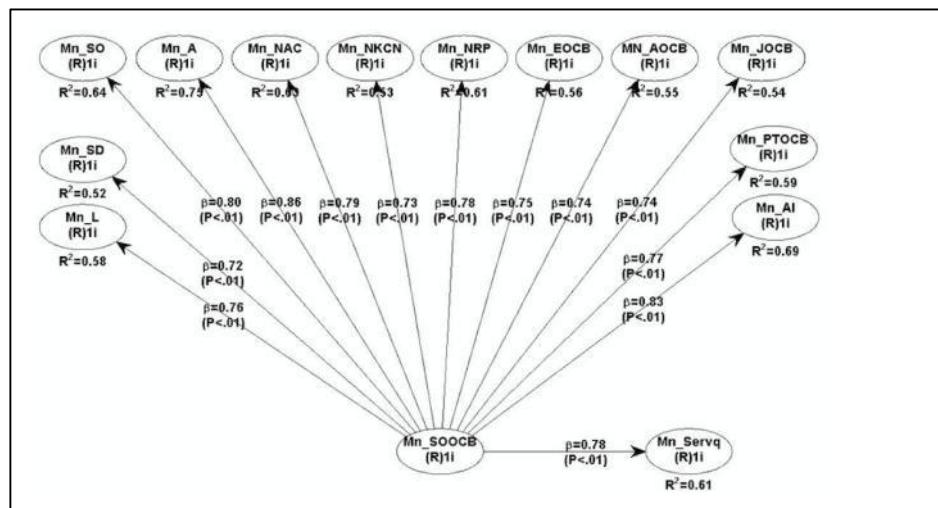


Figure 2
Full Model of S-OOCBs – Servqual of BPR customers

From the output in Figure 2, it can be seen that:

- m) Loyalty (L) is the dimension of S-OOCBs variable which means that loyalty reflects the S-OOCBS variable with loading factor = 0.76; $p < 0.01$. Thus loyalty (L) is the reflection of the S-OOCBs of the customers of BPR Modern Express Ambon.
- n) Service Delivery (SD) is the dimension of S-OOCBs variable with loading factor = 0.72; $p < 0.01$. Thus, service delivery (SD) is the reflection of the S-OOCBs of the customers of BPR Express Modern Ambon
- o) Service orientation (SO) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.80; $p < 0.01$. Thus, service orientation (SO) is the reflection of the S-OOCBs of the customers of BPR Modern Express Ambon.
- p) Altruism (A) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.86; $p < 0.01$. Thus altruism (A) is the reflection of the S-OOCBs of the customers of BPR.
- q) The need to pay attention to customer (NAC) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.79; $p < 0.01$. Thus, the need to pay attention to customer (NAC) is the reflection of the S-OOCBs of the customers of BPR.
- r) The need to know customers' needs (NKCN) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.73; $p < 0.01$. Thus, the need to know customers' needs (NKCN) is the reflection of the S-OOCBs of the customers of BPR.
- s) The need for personal relationships (NRP) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.78; $p < 0.01$. Thus, the need for personal relationships (NRP) is the reflection of the S-OOCBs of the customers of BPR Modern Express Ambon.
- t) Education OCB (EOCB) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.75; $p < 0.01$. Thus, education OCB (EOCB) is the reflection of the S-OOCBs of the customers of BPR.
- u) Anticipation OCB (AOCB) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.74; $p < 0.01$. Thus, education OCB (AOCB) is the reflection of the S-OOCBs of the customers of BPR.
- v) Justification OCB (JOCB) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.74; $p < 0.01$. Thus, justification OCB (JOCB) is the reflection of the S-OOCBs of the customers of BPR.
- w) Personalization-technology OCB is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.77; $p < 0.01$. Thus personalization-technology OCB (PTOCB) is the reflection of the S-OOCBs of the customers of BPR.

- x) Altruism (AL) is the dimension of S-OOCBs with loading factor = 0.83; $p<0.01$. Thus Altruism (AL) is a reflection of the S-OOCBs of the customers of BPR.

It can be concluded that the S-OOCBs of the customers of BPR are manifested by dimensions of loyalty (L), service delivery (SD), service orientation (SO), altruism (A) Payne & Weber (2006), the need to pay attention to customer (NAC), the need to know customers' needs (NKCN), the need for personal relationships (NRP), education OCB (EOCB), anticipation OCB (AOCB), justification OCB (JOCB), personalization-technology OCB (PTOCB) and Altruism (AL) because the loading factor value is above 0.50 and $p<0.01$.

The influence of S-OOCBs on service quality (servqual) is shown in Figure 2. It can be concluded that the S-OOCBs of the customers of BPR have a significant positive effect on service quality (servqual), as evidenced by the coefficient = 0.78; $p<0.01$ or $p<0.05$.

Conclusion

17. The mean value of the perception of the customers of BPR Modern Express Ambon on S-OOCBs is higher than that of the customers of BPD Bali.
18. The mean value of the perception of the customers of BPR Modern Express Ambon on service quality (servqual) is higher than that of the customers of BPD Bali.
19. The mean value of the perception of the employees of BPR Modern Express Ambon on S-OOCBs is higher than that of the employees of BPD Bali.
20. The mean value of the perception of the employees of BPR Modern Express Ambon on service quality (servqual) is higher than that of the employees of BPD Bali.
21. The average gap between the perception of customers and the perception of employees of BPR Modern Express Ambon to the S-OOCBs dimension shows that customers perceive that employees have the S-OOCBs dimension in the same category as the employee's own self-evaluation (in the category of good and very good) although there are differences in mean values.
22. The average gap between the perception of customers and the perception of employees of BPR Modern Express Ambon to service quality (servqual) with the dimensions of tangibles (TA), reliability (RI), and responsiveness (RS), customers perceive that employees have servqual dimension in the same category as the employees' self-evaluation (in the category of good for TA and very good for RI, RS) although there are differences in the mean values.
23. The mean value of the perception of the customers and employees of BPD Bali on S-OOCBs variable is category of good with a difference in mean value of 0.13, which means that the assessment of customers is higher than that of employees themselves.
24. The mean value of the perception of the customers and employees of BPD Bali on service quality (servqual) variable is in category of good with a difference in mean value of 0.08, which means that, according to customers, generally the service quality (servqual) of BPD Bali employees is in the category of good.
25. The value of loading factor shows that the S-OOCBs of the employees of BPR Modern Express Ambon are manifested by dimensions of loyalty (L), service delivery (SD), participation (P), service orientation (SO), altruism (A), the need to pay attention to customer (NAC), the need to know customers' needs (NKCN), the need for personal relationships (NRP), education OCB (EOCB), anticipation OCB (AOCB), justification OCB (JOCB), personalization-technology OCB (PTOCB) and Altruism (AL)
26. The value of loading factor shows that the S-OOCBs of customers of BPR Modern Express Ambon are manifested by dimensions of loyalty (L), service delivery (SD), service orientation (SO), altruism (A), the need to pay attention to customer (NAC), the need to know customers' needs (NKCN), the need for personal relationships (NRP), education OCB (EOCB), anticipation OCB (AOCB), justification OCB (JOCB), personalization-technology OCB (PTOCB), and Altruism (AL).

27. The coefficient value shows that the S-OOCBs of the employees of BPR Modern Express Ambon have a significant positive effect on service quality (servqual) in BPR Modern Express Ambon
28. The coefficient value shows that the S-OOCBs of the customers of BPR Modern Express Ambon have a significant positive effect on service quality (servqual) in BPR Modern Express Ambon.
29. The loading factor value of the S-OOCBs of the employees of BPD Bali are manifested by dimensions of loyalty (L), service delivery (SD), participation (P), service orientation (SO), altruism (A), the need to pay attention to customers (NAC), the need to know customers' needs (NKCN), the need for personal relationships (NRP), education OCB (EOCB), anticipation OCB (AOCB), justification OCB (JOCB), personalization-technology OCB (PTOCB) and Altruism (AL) because most loading factor values meet the requirements, but only loyalty (L) whose loading factor value does not meet the requirements.
30. The loading factor value of the S-OOCBs of the customers of BPD Bali are manifested by the dimensions of loyalty (L), service delivery (SD), service orientation (SO), altruism (A), the need to pay attention to customers (NAC), the need to know customers' needs (NKCN), the need for personal relationships (NRP), education OCB (EOCB), anticipation OCB (AOCB), justification OCB (JOCB), personalization-technology OCB (PTOCB) and Altruism (AL) because the value of the loading factor meets the requirements.
31. The coefficient value shows that the S-OOCBs of the employees of BPD Bali have a significant positive effect on service quality (servqual) in BPD Bali.
32. The coefficient value shows that the S-OOCBs of the customers of BPD Bali have a significant positive effect on service quality (servqual) in BPD Bali

Suggestion

6. Since the perception of customers and employees of BPR Modern Express Ambon on S-OOCBs and service quality (servqual) has a mean value higher than that of BPD Bali, researchers suggest to maintain all dimensions of S-OOCBs and quality service (servqual) that have high mean values and improve the dimensions that have still low mean values.
7. Since the perception of customers and employees of BPD Bali on S-OOCBs and service quality (servqual) has a mean value lower than that of BPR Modern Express Ambon, researchers suggest to evaluate all dimensions, especially those that have low mean values, and the gap between employees and customers.
8. Although the average gap between the perception of customer and the perceptions of employees of BPR Modern Express Ambon towards S-OOCBs is not much different (in the category of good and very good), researchers suggest that the management of BPR Modern Express Ambon conduct employee self-evaluation by looking back on a very low mean value that has the potential to reduce the desire of employees to do work outside of their duties with pleasure
9. Although the average perception of customers and employees toward S-OOCBs is in category of good, moreover when the assessment of customers is higher than the assessment of employees, it does not mean that there is no problem. The problem exists in the BPD employees themselves, that is, do not ever feel complacent, because the customer's assessment is better than self-assessment. One thing that should be done is to re-evaluate the customers' low assessments toward S-OOCBs and find the root of the problem.
10. The average perception of the variable of service quality at BPD Bali, according to customers and employees, is in category of good, but the factor that needs to be considered is the lowest mean value of Empathy (EM), which is contradictory to the assessment of customers toward S-OOCBs in category of good, that is, the employee's willingness to do work outside his main task. It is suggested to re-evaluate the dimension of the need to know customers' needs (NKCN) which has the lowest mean value.

Methodological Implication

This study uses a simple but structured quantitative approach. Research instruments and statistical testing are obtained and conducted through procedures that can be accounted for. Thus, this aspect can provide a deep understanding to further researchers to use it as a source of consideration to design the research method used in testing the models to be studied.

Implication for Further Studies

This study is focused on S-OOCBs and service quality from the perspective of employees and customers of BPR and BPD, so the research generalization is limited. Therefore, this study can provide opportunities for further studies to develop models with different and even wider contexts and objects of research. The thing that needs to be considered is the caution in examining the characteristics of the observed research objects, because differences in the characteristics of observed objects can make the results of the study not in accordance with this study.

Limitation

This study focuses on S-OOCBs and service quality from the perspective of employees and customers of BPR and BPD, thus impacting on the limited generalization of research. In other words, the scope is limited only in banking as a model. This aspect shows that in applying this research in different contexts, there should be caution in examining the characteristics of the objects under study. Another limitation in this study is that this study only uses one category of banking so that it is difficult to obtain the right conclusion for all categories of banking.

Acknowledgement

We would like to thank the Directorate of Research and Community Service (DRPM) of the Ministries of Research, Technology, and Higher Education for the assistance of the PTUPT grant, Rector of STIE Perbanas, Mr. Dr. Lutfi., SE., M.Fin, Chair of the Center for Research and Community Service, Mrs. Dr. Rr. Irmani, M.Sc., Customers, Heads, and Employees of BPD Bali and BPR Modern Express Ambon.

REFERENCES

- Ahmad Jamal, Kyriaki Anastasiadou. 2009. Investigating the effects of service Quality dimensions and expertise on loyalty, *European Journal of Marketing*, Vol. 43 Iss: 3/4, pp.398 – 420
- Bettencourt, L. A. 1997. Customer voluntary performance: Customers as partners in service delivery. *Journal of Re-tailing*, 73, 383–406
- Brady, Michael K., and J. Joseph Cronin, 2001. Some Thought on Conceptualizing Perceived Service Quality a Hierarchical Approach. *Journal of Marketing*, Vol 63- 34- 39.
- Bruhn, M. 2003. *Pemasaran relasional: Management of customer relationship*, (1st edn), New Jersey: Prentice Hall.
- Bulent Menguc, Seigyoung Auh, Constantine S. Katsikeas, and Yeon Sung Jung. 2016. When Does (Mis) Fit in Customer Orientation Matter for Frontline Employees' Job Satisfaction and Performance? *Journal of Marketing*: January 2016, Vol. 80, No. 1, pp. 65-83. <https://doi.org/10.1509/jm.15.03>
- Cronin Jr, J. Joseph J., and Steven A. Taylor, 1992. Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Journal of Marketing*, Vol. 56 (July), pp. 55 – 68.
- Deng, Xuefei (Nancy & Wang, Tawei. 2014. Understanding Post-Implementation Support for Enterprise Systems: An Empirical Study of IT Personnel's Customer-Oriented Citizenship Behaviors. *Journal of information systems. American Accounting Association*. Vol. 28, No. DOI: 10.2308/isys-50743.Fall 2014.pp. 17–39

- Elif Senyucel. 2009. Evaluation of SERVQUAL Instrument as Bank Selection Criteria in the Banking Industry: Empirical Evidence from Turkish and Greek Speaking Areas in Cyprus. *Banking and Finance Letters, Volume 1, Issue 1*, 21-28
- Farrell, M. A., & Oczkowski, E. 2009. Service worker customer orientation, organization/job fit and perceived organizational support. *Journal of Strategic Marketing*, 17 (2), 149-16. doi:10.1080/09652540902879276
- Garvin, David A. 1984. "What Does 'Product Quality' Really Mean?" *Sloan Management Review*, 26 (Fall), 25-43.
- Gronroos, C. 1984. A Service Quality Model and its Market Implications, *European Journal of Marketing*, Vol. 18. No. 4, pp. 36-44.
- Gronroos, C. 2000. Service Management and Marketing: A Customer Relationship Management Approach. 2nd ed. West Sussex: John Wiley & Sons, Ltd.
- Harsono S., Widayantoro H., Prawitowati T., Rahmat B. 2017. The Development of Service Quality Model as A Criterion in Selecting the Banks in Indonesia. *Polish Journal of Management Studies* 2017; 15 (2): 82-92
- Ikatan Bankir Indonesia, 2013. *Memahami Bisnis Bank*, PT.Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Jain, Ajay K, Naresh K. Malhotra, Chong Guan. 2012. Positive and Negative Affectivity as Mediators of Volunteerism and Service-Oriented Citizenship Behavior and Customer Loyalty. *Psychology and Marketing*, Vol. 29 (12), pp. 1004-1017
- Kumar, YLN. 2014. Importance of Organizational Citizenship Behaviors in Enhancing Customer Service Indicators: A Review. *The IUP Journal of Management Research*, Vol. XIII, No.1, pp. 17-28
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua Belas*. Indeks: Jakarta
- Lovelock, C., and Wright, L. 2002. *Principles of service marketing and management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Md. Abdul Jalil and Muhammad Khalilur Rahman. 2014. The Impact of Islamic Branding on Consumer Preference towards Islamic Banking Services: An Empirical Investigation in Malaysia. *Journal of Islamic Banking and Finance*, March, Vol. 2, No. 1, pp. 209-229
- Mei-Ling Wang. 2009. What makes a good citizen in service settings? *The Service Industries Journal*. Vol. 29, No. 5, May 2009, 621–634. DOI: 10.1080/02642060902720055
- Organ, D.W., Podsakoff, P.M., & MacKenzie, S.B. 2006. *Organizational Citizenship Behavior: Its Nature, Antecedents and Consequences*. Thousand oaks, CA: Sage
- Parasuraman, A., Valerie A. Zethaml, and Leonard I. Berry, 1988. SERVQUAL A Multiitem Scale for Measuring Consumer Perceptions of service Quality. *Journal of Retailing*, Vol. 65 (1): 12 – 36
- Payne Stephanie C., and Webber Sheila Simsarian. 2006. Effects of Service Provider Attitudes and Employment Status on Citizenship Behaviors and Customers' Attitudes and Loyalty Behavior. *Journal of Applied Psychology*, Vol. 91, No. 2, 365–378. *Journal of Information Systems*. Fall 2014, Vol. 28, No. 2, pp. 17-39
- Payne, Adrian. 2004. *Pemasaran Jasa*. Andi, Yogyakarta
- Sabiote, Estela Fernandez and Sergio Roman. 2005. Organizational Citizenship Behavior from the Service Customer's Perspective. *International Journal of Market Research*, vol.46 Quarter 3, pp. 317-336
- Safiek Mokhlis, 2009. Determinants of Choice Criteria in Malaysia's Retail Banking: An Analysis of Gender-Based Choice Decisions. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences* ISSN 1450-2887 Issue 16 (2009)
- Siddiqi Kazi Omar, 2011. Interrelations Between Service Quality Attributes, Customer Satisfaction and Customer Loyalty in the Retail Banking Sector in Bangladesh. *International Journal of Business and management*. Vol. 6. No. 3.

- Harsono S., Widjantoro H., Prawitowati T., Rahmat B, (2017). The Development of Service Quality Model as A Criterion in Selecting the Banks in Indonesia. Polish Journal of Management Studies 2017; 15 (2): 82-92
- Tjiptono, Fandy, 2006. *Pemasaran Jasa*. Cetakan Kedua, Edisi Pertama. Juli, Diterbitkan oleh Bayumedia Publishing
- Zeithaml, A. V., Berry. L. L., & Parasuraman, A. 1996. Measuring the quality of relationship in customer service: An empirical study. *European. Journal of Marketing*.

FORM REGISTRASI

Registration Form

NOTE: To avoid delays in registration, please read the entire form carefully. You may submit your completed **Registration Form** and the **Scanned Payment** of the applicable registration fee. Please submit one form for each participant.

Conference Name: KIHREMIC 2018.

Presenter/Participant Information

* Compulsory items.

*Prefix: <u>Dr.</u>	(Prof., Assoc. Prof., Dr, Mr. Ms. etc.)	Male <input checked="" type="checkbox"/> Female <input type="checkbox"/>
*First Name: <u>SONI</u>	*Family Name: <u>HARSONO</u>	
*Affiliation(Organization or University): <u>STIE PERBANAS SURABAYA</u>		
**Mailing Address: <u>sonie@perbanas.ac.id</u>		
*City: <u>Surabaya</u>	*State/Province: <u>East Java</u>	
*Country: <u>Indonesia</u>	*ZIP/Post Code:	
*H/phone No.: <u>+6282233423008</u>		E-mail: <u>sonie@perbanas.ac.id</u> Tel/Fax:
Student ID Number:		
Physical requirements (if any):		

Payment Terms

1. For banking info, please refer registration and payment method in the specific website.

DECLARATION FORM

Title of the Research Paper/Article:

Manuscript No:

Name of First Author:

Name of coauthors (if any) in Serial Order:

I/We hereby declare that the research paper mentioned above has not been submitted to any other journal for publication. I/We also declare that the work contained in the said research paper is my/our original contribution, and has not been published anywhere. I/We have mentioned the relevant references within my/our knowledge.

All the correspondence in connection with the Publication of the said paper should be made with the under mentioned author:

Name: Soni Harsono

Address: STIE Perbanas

Jln. Nginden Semolo 34-36

Surabaya Indonesia.

Phone: +62315912611 / +6282233423005

E-mail/fax of Corresponding Author: soni@perbanas.ac.id

E-mail/fax of Co-authors (if any): harry@perbanas.ac.id

TERMS AND REGULATION KONFERENSI INTERNASIONAL
ARTIKEL AKAN TERBIT PADA JURNAL BEREPUTASI 6-15 BULAN SETELAH
KONFERENSI

Terms and Regulations

Upon payment has been made (Payment Complete). Automatically the author(s) of corresponding paper will accepted and agreed to the Registration Terms and Conditions. Please be informed that all authors must follow Registration Terms and Conditions defined below. The services and these Terms and Conditions are governed by and must be construed in accordance with Malaysia Doctorate Support Group (MDSG) rules. This Terms and Conditions are made and places into several sites and letters. In case of any discrepancies between the all those versions, the MDSG Official Conference Terms and Conditions version via official MDSG website shall prevail.

MDSG have fully right to modify and adjust the MDSG Official Conference Terms and Conditions from time to time WITHOUT notifying the author.

1. MDSG has fully right to transfer or to change any paper/article to any other active Scopus Journal/active ISI Web of Science Core Collection Journal/ ERA Journal/ or vice versa that seems fit for all conferences WITHOUT author consent. IPN only recognize organization such as Elsevier (SCOPUS) or ISI @ Clavitate or ERA Analytics for indexing purposes.
2. Issue of dropped or discontinued from the Scopus or ISI @ Clavitate Analytics or ERA Indexed, please bear in mind once MDSG has paid to publisher and at that time the journal is still indexed in the Scopus or ISI @ Clavitate Analytics data based and been on line for quite sometimes, then effective from any specific month the journal is no longer Scopus or ISI @ Clarivate Analytics or ERA, MDSG cannot be blamed on this issue. Beside that, if during the online publication/editing process by the publisher (publication fee has already made to the publisher), Scopus or ISI @ Clavitate Analytics or ERA suddenly drop the journal from the Scopus title list / ISI Masterlist journal or ERA list, MDSG cannot be blamed or no refund will be given since Scopus or ISI @ Clavitate Analytics or ERA never mentioned in advance that there are journals under observation.
3. Author must make sure that their article is written based on conference tracks. MDSG has right to cancel any article for the journal that has not meet the submission guideline with/without Author and co-author(s) consent. If the paper required a copyright, the copyright form must be signed and submitted/uploaded together with the paper. Otherwise, we won't entertain and accept the article even though the author has paid for the article and **NO REFUND** will be entertained.
4. Author and co-author(s) understand perfectly that the publication of the journals will takes **AT LEAST 6 – 15 months** from the conference date. It can be higher than the mentioned dates (more than 15 months) if the queue for publication is long at the Publisher side.
5. Each paper will only cater for One Author Registration. Other authors must pay as Participant Without Papers if the other author or other person want to come and access the conference session.
6. No-Show (Did not come to the conference) Participant/Presenter cannot ask for any materials to be sent to the Author UNLESS with a certain fee (Email MDSG Conference). Minimum is RM100 (Malaysia)/ USD 50. MDSG has right not to publish the paper if no turn up without acceptable reason. However, the author may represented other person to get the conference material. Certificate cannot be given as the presenter did not present any work unless with an permission from MDSG.
7. Each paper will only get One Certificate. Extra certificate can be obtained through a certain fee based on the committee decision.
8. Access to the Publisher database is not provided by MDSG. Author must use their institution subscription for the access. Author and co-author(s) has no right to ask MDSG for the copy. Hardcopy or softcopy version will never be provided by either MDSG UNLESS the Publisher provided it for **FREE ACCESS**.
9. Final manuscript that has been submitted to MDSG, cannot be corrected/edited. If any participant or author who would like to do so, **DO CONTACT DIRECTLY TO THE PUBLISHER**.

All terms and conditions will be applied automatically once payment has been made.
All Terms and Conditions will be changed from times to times based on MDSG decision and all authors are bound to any changes WITHOUT notify the author.

I agree on the terms and regulations as mentioned above,


(Soni Harsone)

KUITANSI PEMBAYARAN KONFERENSI

CIMB NIAGA		Formulir Multiguna <i>Multi Purpose Form</i>										CIMB NIAGA <i>Syariah</i>			
Cabang / Branch :												Tanggal / Date : <i>24-5-2018</i>			
<p>Mohon kirim / Setor Please transfer / deposit : <input type="checkbox"/> Pemindahbukuan <input type="checkbox"/> RTGS <input type="checkbox"/> Kiring <input type="checkbox"/> Overbooking <input type="checkbox"/> RTGS <input type="checkbox"/> Clearing <input type="checkbox"/> Wesel <input type="checkbox"/> Demand Draft <input type="checkbox"/> Transfer Dana <input type="checkbox"/> Fund Transfer <input type="checkbox"/> Setoran <input type="checkbox"/> Deposit <input type="checkbox"/> Tagihan <input type="checkbox"/> Bills Payment <input type="checkbox"/> Inkaso <input type="checkbox"/> Collection</p>															
Penerima dana Beneficiary		Nomor rekening / Account Number <i>562100618703</i>		Data Pengirim Dana / Sender Data Nama Pengirim / Sender's Name : <i>Soni Harsono Awan</i> Tipe Transaksi / Transaction Type : No Warkat / Cheque No <input type="checkbox"/> Kota / City <input type="checkbox"/> Tanggal / Date <input type="checkbox"/> Jumlah / Amount <input type="checkbox"/>											
Nama Name <i>IAN Network</i>		Bank Penerima Beneficiary's Bank <i>Malayan Banking Berhad</i>		<input type="checkbox"/> Warkat Bank / Bank Cheque <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Warkat Bank / Bank Cheque <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Warkat Bank / Bank Cheque <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Warkat Bank / Bank Cheque <input type="checkbox"/>											
Alamat Address <i>Shah Alam Selatan Barat 47100</i>		Kota & Negara / City & Country SWIFT CODE - <i>MBBM YKL</i>		<input type="checkbox"/> Tunai / Cash <input type="checkbox"/> Debet rekening / Debit A/C <i>10004341110200</i> Status / Status <input type="checkbox"/> Bukan Penduduk / <input type="checkbox"/> Resident <input type="checkbox"/> Non Resident <input type="checkbox"/> WNI / <input type="checkbox"/> WNA / <input type="checkbox"/> Indonesian <input type="checkbox"/> Foreigner											
Bukti Transaksi / Validation <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 100%;"> 120824 H655.00 Valuta / Jumlah/ Amount <i>10 New RM77 Issuance Overbook</i> TT Amount : 100.000,00 <i>100.000,00</i> Corr. Bank Charges : <i>100.000,00</i> Br 10.30,- Admin Fee : <i>100.000,00</i> Br 12.70,- Provisi : <i>100.000,00</i> 700434110200 S Terbilang / Say <i>Ratus Tiga puluh Dollar.</i> Nominal USD 63,00 <i>63,00</i> No. Remittance : <i>3900418287810000018</i> Remarks : RM No : <i>3900418287810000018</i> Teller Remarks : <i>12 MALAYAN BANK 582106678783</i> Teller Remarks : <i>12 MALAYAN BANK 582106678783</i> Sender To Recipient : <i>SONI GERHAD BERHAD</i> Kurs / Rate : <i>1.3700</i> Berita / Message : <i>KIHREMIC 2018</i> Biaya / Charges : <i>10.000,00</i> Provisi / Provision : <i>10.000,00</i> Diperiksa oleh / Verified by : <i>Soni Harsono</i> Tanggal / Date : <i>24-5-2018</i> Nama, alamat, dan tanda tangan Nasabah Customer's name, address, and signature : <i>Soni Harsono</i> Telepon / Phone : <i>082233423005</i> </div>												DIBUAT OLEH BANK / Bank Use Only			
Kami setuju dengan bukti transaksi di atas / We agree with the validation above												Saya/Anda dengan ini memberikan instruksi kepada Bank untuk melaksanakan transaksi diatas sesuai dengan ketentuan dan ketentuan yang tercantum dibawah. Pembiaran ini yang telah saya buat, mengerti dan setuju I hereby give the instruction to the Bank to execute the transaction instructed above in accordance with the terms and conditions set forth behind this Form which I have read, understood, and agreed			
Data Transaksi / Transaction Data Tujuan Transaksi / Purpose of Transaction		Sumber Dana Transaksi / Source of Fund		<input type="checkbox"/> Tabungan / Savings / <input type="checkbox"/> Pembayaran Pajak / <input type="checkbox"/> Pembayaran Asuransi / Premium / Insurance or Life Policy <input type="checkbox"/> Investment <input type="checkbox"/> Tax Payment <input type="checkbox"/> Lainnya, sebutkan / Others, say _____ <input type="checkbox"/> Perjalanan / Traveling <input type="checkbox"/> Bisnis / Business Purpose <input type="checkbox"/> Lainnya, sebutkan / Others, say _____ <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>											
Hubungan Pengirim Dana dan Penerima Dana / Sender and Beneficiary Relationship		Biaya & Provisi / Charge & Provision		<input type="checkbox"/> Gaji / Penghasilan / <input type="checkbox"/> Tabungan / Hasil Investasi / <input type="checkbox"/> Warisan / Inheritance <input type="checkbox"/> Salary / Income <input type="checkbox"/> Savings / Investment <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> Hibah / Grant or Gift <input type="checkbox"/> Penjualan Properti / <input type="checkbox"/> Hasil Usaha / <input type="checkbox"/> Income from Property Selling <input type="checkbox"/> Return of Business <input type="checkbox"/> Lainnya, sebutkan / <input type="checkbox"/> Others, say _____											
<input type="checkbox"/> Rekening Sendiri / Own Account <input type="checkbox"/> Rakan Bisnis / Business Partner <input type="checkbox"/> Lainnya, sebutkan / Others, say _____ <input type="checkbox"/> Keluarga Dekat / Immediate Family <input type="checkbox"/> Klien / Client <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>		Pembebaran Biaya Bank/Koresponden / Bearer Correspondent Bank's Charges		<input type="checkbox"/> Individu / Individual <input type="checkbox"/> Pemerintah / Government <input type="checkbox"/> Perusahaan / Corporate <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>											

BUKTI REVIEW DARI PANITIA KONFERENSI INTERNASIONAL

Review Form of KIHREMIC 2018

12th-14th October 2018

<http://kihremic.weebly.com/>

Paper ID : 011-pkt-ijsas-kihremic

Paper Title : Perception, Gap and Reflection of S-OOCBs Dimensions and Their Influence on Servqual From the Perspective of Banking Employees and Customers in Indonesia

Evaluation:					
	Poor	Fair	Good	Very Good	Outstanding
Originality				X	
Innovation				X	
technical merit			X		
applicability				X	
Presentation and English			X		
Match to Conference Topic			X		
Recommendation to Editors					
	Strongly Reject	Reject	Marginally Accept	Accept	Strong Accept
Recommendation				X	
Comments: The finding of this paper is interesting to be shared during this conference. However, the author still need to improve this paper in term of abstract, grammar error, updated literature and rational of this study also need to be highlighted in this paper.					

BUKTI PENERIMAAN KONFERENSI INTERNASIONAL

**2nd International Conference on Knowledge, Information
and Human Resource Management 2018**
12-14 October 2018
Phuket, Thailand



**Malaysia Doctorate
Support Group**

ACCEPTANCE LETTER

Our Ref : 011-pkt-ijaas-kihremic
Date : 19.09.2018

TITLE : Perception, Gap and Reflection of S-OOCBs Dimensions and Their Influence on Servqual
From the Perspective of Banking Employees and Customers in Indonesia

AUTHOR (s) : **Soni Harsono**, Harry Widayantoro, Tjahjani Prawitowati, Basuki Rachmat

DUE DATE PAYMENT : 30th September 2018

CONFERENCE FEE	Telegraphic Transfer	-	USD 630(fee) + outside bank charges must be paid by author.
	PAYPAL	-	USD 660

On behalf of the KIHREMIC 2018 Organizing Committee of the **2nd International Conference on Knowledge, Information and Human Resource Management 2018 (KIHREMIC 2018)** at Phuket, Thailand on **12th-14th October 2018**, we delighted to inform you that your paper has been accepted for **Oral Presentation** and that you are kindly requested to attend the conference for your presentation.

Please do browse the conference website from time to time for updates on the conference matters.

Please pay the conference fee as described in the website <https://kihremic.weebly.com/>.

Upon payment has been made (Payment complete), automatically the author(s) of corresponding paper **WILL ACCEPTED AND AGREED** to the Registration Terms and Conditions. For detail please refer to <https://www.malaysiadsg.org/terms--conditions.html>. Author need to email their registration form, proof of payment and signed terms and conditions form in order to confirm the conference registration.

We look forward to seeing you in **Phuket, Thailand** in coming **October**. If you have any question, please do not hesitate to contact us at infomdsg@gmail.com.

Thank you.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Organizing Committee'.

**KIHREMIC 2018
Organizing Committee**

MDSG CONFERENCE MANAGEMENT (AS0379641-T)
37B Jalan Pelabur B 23/B Seksyen 23, 40300 Shah Alam Selangor Darul Ehsan, Malaysia, Tel/fax: +603-55486116, e-mail: infomdsg@gmail.com

SERTIFIKAT KONFERENSI INTERNASIONAL



**Malaysia Doctorate
Support Group**

CERTIFICATE OF PARTICIPATION

This is to certify that

**DR. SONI HARSONO
STIE PERBANAS SURABAYA INDONESIA**

has presented

Perception, Gap and Reflection of S-OOCBs Dimensions and Their Influence on Service Quality From the Perspective of Banking Employees and Customers in Indonesia

at

2nd International Conference on Knowledge, Information and Human Resource

Management 2018

12-14 October 2018

Phuket, Thailand

A stylized signature in black ink.

Prof. Dr. Abdel Rahman Al-Tawaha
Honorary Advisor Malaysia Doctorate Support Group



POSTER HASIL PENELITIAN


PENGEMBANGAN DAN IMPLEMENTASI MODEL S-OCB DAN SERVQUAL PADA INDUSTRI PERBANKAN DI INDONESIA

Ketua

Anggota

Anggota

Anggota

Dr. Drs. Soni Harsono., M.Si
NIDN 0026116202

Harry Widyanotoro., SE., M.Si
NIDN. 0718026802

Dra. Tjahjani Prawitowati., MM. Psikolog
NIDN. 0714116501

Dr. Basuki Rachmat., SE., MM
NIDN 0721017101



Program studi Manajemen STIE Perbanas Surabaya



Latar belakang dan Tujuan Penelitian



Metode Penelitian



Hasil Penelitian dan Simpulan

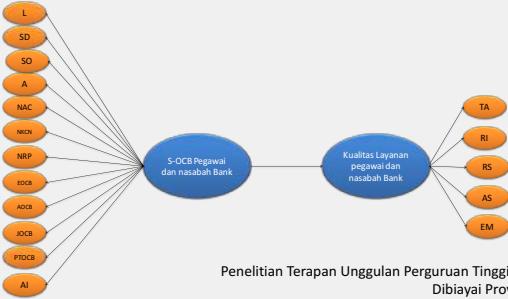




Tidak banyak penelitian yang memadukan *Service-Oriented Organizational Citizenship Behaviors* (S-OCB) dan *service quality (seroqual)* di perbankan, dua aspek penting dalam merebut dan mempertahankan kesetiaan nasabah. Tujuan penelitian adalah mengekplorasi persepsi, kesenjangan dan hubungan dimensi S-OCB dan servqual dari sisi pegawai dan nasabah perbankan di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, melibatkan 399 responden yang meliputi 74 pegawai dan 325 nasabah bank perkreditan rakyat (BPR) dan bank pembangunan daerah (BPD). Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dan alat analisis menggunakan WarpPLS.

Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi nasabah dan pegawai BPR terhadap S-OCB dan *seroqual* memiliki rerata lebih tinggi dibandingkan dengan persepsi nasabah dan pegawai BPD. Kesenjangan rerata persepsi dimensi S-OCB dan *servqual*, nasabah mempersepsikan bahwa pegawai memiliki dimensi S-OCB dalam kategori yang sama dengan evaluasi diri dari pegawai sendiri (dalam kategori baik dan sangat baik), meskipun ada perbedaan nilai reratanya. *Seroqual* dengan dimensi tangible pada kategori baik, dimensi reliability dan responsiveness, sangat baik meskipun ada perbedaan nilai reratanya. Rerata persepsi pada dimensi S-OCB di BPD termasuk kategori baik meskipun penilaian nasabah lebih tinggi reratanya dibandingkan dengan penilaian dari pegawai sendiri. Rerata persepsi nasabah dan pegawai BPD terhadap *seroqual* termasuk kategori baik meskipun ada perbedaan nilai rerata. Menurut pegawai dan nasabah BPR/BPD semua dimensi yang diteliti merupakan cerminan dari S-OCB. S-OCB pegawai dan nasabah BPR dan BPD sama-sama berpengaruh positif signifikan terhadap *seroqual*. Hasil penelitian ini akan menjadi implikasi manajerial karena dilihat dari dua sisi yaitu pegawai dan nasabah perbankan dan berguna untuk evaluasi management perbankan di Indonesia.



```

    graph LR
        A[L, SD, SO, A, NAC, NCN, NRP, EDCB, JOCB, PTOCB, AI] --> B[S-OCB Pegawai dan nasabah Bank]
        C[Kualitas Layanan pegawai dan nasabah Bank] --> D[TA, RI, RS, AS, EM]
    
```

Penelitian Terapan Unggulan Perguruan Tinggi (Maret – November 2018)
 Dibayai Proyek Penelitian Ditlitabmas
 Dengan Surat Perjanjian Nomor : 5352/Pk.20300/05/18
 Direktorat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat
 Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi - Departemen Pendidikan Nasional