

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI KUALITAS
PELAYANAN TELLER PADA PT BANK X**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen

NAMA : GINO GEOVANY INDRAWAN

NIM : 4310412-123



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

2009

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI KUALITAS
PELAYANAN TELLER PADA PT BANK X**

SKRIPSI
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen Strata – 1

NAMA : GINO GEOVANY INDRAWAN

NIM : 4310412-123



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA

2009

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gino Geovany Indrawan

NIM : 4310412-123

Program Studi : Manajemen S1

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari karya orang lain, maka saya mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenai sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 4 April 2009

Materai Rp 6000,00

Tanda tangan

(Gino Geovany Indrawan)
NIM : 4310412-123

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Gino Geovany Indrawan
N I M : 4310412-123
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU
DARI KUALITAS PELAYANAN TELLER PADA PT
BANK X
Tanggal Ujian Skripsi : 3 April 2009

Disahkan Oleh :
Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
(Daru Asih, SE, MSi)
Tanggal :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi S1 Manajemen

(Dra. Yuli Harwani, MM)
Tanggal :

(Arief Bowo Prayoga K, SE, MM)
Tanggal :

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

SKRIPSI

**ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN DITINJAU DARI
KUALITAS PELAYANAN TELLER
PADA PT BANK X**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Gino Geovany Indrawan
N I M : 4310412-123

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji pada Tanggal 3 April 2009

Susunan Dewan Penguji

Ketua Penguji,

(Daru Asih, SE, MSi)

Anggota Penguji I,

(Tafiprios, SE, MM)

Anggota Penguji II,

(Tri Wahyono, SE, MM)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, berkat karunia-Nya sehingga dengan segala kemampuan dan segenap tenaga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Topik atau bahasan yang akan diteliti oleh penulis pada skripsi ini mengenai **Analisis Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan Teller pada PT. Bank X**. Adapun penyusunan skripsi ini lebih lanjut untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam meraih gelar Sarjana Strata 1 (S1).

Skripsi ini dapat selesai tidak terlepas dari bantuan yang telah diberikan oleh semua pihak yang telah sabar, penuh keikhlasan dan pengertian dalam membantu serta membimbing penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati terima kasih yang tulus saya haturkan kepada:

1. Ibu Dra. Yuli Harwani, MM, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercubuana.
2. Bpk Arief Bowo Prayoga K, SE, MM, sebagai Ketua Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Mercubuana.
3. Ibu Daru Asih SE, M.Si, sebagai Dosen Pembimbing, terima kasih atas kesediaannya membantu saya menyelesaikan skripsi ini, terima kasih karena telah bersedia ditemui kapan saja, dan terima kasih juga atas saran-saran yang telah diberikan.
4. Bpk Tafiprios, SE, MM, sebagai Dosen Penguji, terima kasih telah memberi banyak masukan dan saran terhadap skripsi saya.

5. Bpk Tri Wahyono, SE, MM, sebagai Dosen Penguji, terima kasih telah memberi banyak masukan dan saran terhadap skripsi saya.
6. Istri tercinta Marisa Rembulan dan anakku Danish Falah Azizan yang telah memberi banyak waktu dan dukungannya khususnya di hari Sabtu dan Minggu.
7. Kepada kedua orang tua dan keluarga besar terima kasih untuk semua doa, perhatian dan bantuannya.
8. Bpk M. Yamin (Kantor Cabang PT Bank X) yang membantu memberikan informasi dan ijin untuk melakukan riset di PT. Bank X.
9. Semua teman-teman seperjuangan, teman-teman manajemen PKSM S1 Manajemen angkatan 6 Menteng, Hendra (selalu memberikan semangat dan dukungannya), dan Arul.
10. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.

Penulis sadar bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan dan kesalahan dari penulis. Untuk itu penulis sangat mengharapkan adanya masukan dan saran yang sangat membantu ke arah penyempurnaan.

Jakarta, 4 April 2009

Gino Geovany Indrawan
NIM : 4310412123

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Penelitian	5
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI	
2.0 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	7
2.1 Definisi Pemasaran.....	7
2.1.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	8
2.2 Definisi Kepuasan Pelanggan	8
2.2.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	11
2.2.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	13

2.3	Kualitas Pelayanan Jasa	14
2.4	Definisi Jasa	18
2.4.1	Karakteristik Jasa	21
2.5	Pengertian Bank Dan Fungsi Bank	22
2.5.1	Pengertian Bank	22
2.5.2	Fungsi Bank	23
2.6	Fungsi Teller	23
2.6.1	Cakupan Tanggung Jawab Teller.....	24
2.6.2	Wewenang Teller	24
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	
A.	Gambaran Umum	25
3.1	Sejarah Perusahaan	25
3.2	Visi dan Misi PT Bank X.....	26
3.2.1	Visi.....	26
3.2.2	Misi.....	26
3.3	Produk Barang dan Jasa Yang Dihasilkan	26
B.	Metode Penelitian	31
C.	Populasi dan Sampel Penelitian	32
3.4	Populasi.....	32
3.5	Sampel Penelitian.....	32
D.	Variabel dan Pengukurannya	33
E.	Definisi Operasional Variabel	35
F.	Metode Pengumpulan Data.....	37

	G. Metode Analisis Data	38
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
	A. Karakteristik Responden	42
	B. Analisa Tingkat Pelayanan Pada PT. Bank X dan Analisa Tingkat Harapan Nasabah.....	43
	1. Keandalan (<i>Reliability</i>)	43
	2. Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	46
	3. Empati (<i>Empathy</i>)	49
	4. Fisik (<i>Tangible</i>).....	52
	5. Jaminan (<i>Assurance</i>).....	56
	C. Diagram Kartesius.....	59
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	66
	B. Saran.....	68
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel (Variabel, Dimensi, Indikator)	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Nasabah PT Bank X	42
Tabel 4.2 (Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja) Ketepatan dan Kecepatan Pelayanan	43
Tabel 4.3 (Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan) Ketepatan dan Kecepatan Pelayanan	44
Tabel 4.4 (Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja) Keakuratan dalam Menghitung Uang	45
Tabel 4.5 (Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan) Keakuratan dalam Menghitung Uang	45
Tabel 4.6 (Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja) Kemampuan Teller untuk Cepat Tanggap Terhadap Komplain Yang Disampaikan oleh Pelanggan	46
Tabel 4.7 (Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan) Kemampuan Teller untuk Cepat Tanggap Terhadap Komplain Yang Disampaikan oleh Pelanggan	47
Tabel 4.8 (Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja) Kemampuan Teller untuk Cepat Tanggap dalam Menghadapi Masalah Yang Timbul.....	48
Tabel 4.9 (Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan) Kemampuan Teller untuk Cepat Tanggap dalam Menghadapi Masalah Yang Timbul.....	48
Tabel 4.10 (Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja) Selalu Bertanggung Jawab dan Memberikan Perhatian Terhadap Transaksi Yang Dilakukan Pelanggan	49
Tabel 4.11 (Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan) Selalu Bertanggung Jawab dan Memberikan Perhatian Terhadap Transaksi Yang Dilakukan Pelanggan	50

Tabel 4.12	(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja) Selalu Memberikan Perhatian Secara Individu Kepada Para Pelanggan	51
Tabel 4.13	(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan) Selalu Memberikan Perhatian Secara Individu Kepada Para Pelanggan	51
Tabel 4.14	(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja) Interior Yang Memadai (Ukuan, Bentuk, dan Warna <i>Counter</i> ..	52
Tabel 4.15	(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan) Interior Yang Memadai (Ukuan, Bentuk, dan Warna <i>Counter</i> ...	53
Tabel 4.16	(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja) Kebersihan dan Kerapihan Meja Teller	54
Tabel 4.17	(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan) Kebersihan dan Kerapihan Meja Teller	54
Tabel 4.18	(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja) <i>Layout Counter</i> (Letak Meja, Jalur Antrian dan Petunjuk)	55
Tabel 4.19	(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan) <i>Layout Counter</i> (Letak Meja, Jalur Antrian dan Petunjuk)	56
Tabel 4.20	(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja) Pengetahuan, Kemampuan dan Kesopanan Teller dalam Menanyakan Bantuan dan Melayani Transaksi Pelanggan.....	57
Tabel 4.21	(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan) Pengetahuan, Kemampuan dan Kesopanan Teller dalam Menanyakan Bantuan dan Melayani Transaksi Pelanggan.....	57
Tabel 4.22	(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja) Kemampuan Teller untuk Berkomunikasi Secara Efektif Dengan Pelanggan.....	58
Tabel 4.23	(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan) Kemampuan Teller untuk Berkomunikasi Secara Efektif Dengan Pelanggan.....	59
Tabel 4.24	Perhitungan Rata-rata Penilaian Kepentingan dan Penilaian Harapan Pada Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Pada PT. Bank X.....	61

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	10
Gambar 3.1 Diagram Kartesius.....	40
Gambar 4.1.1 Diagram Kartesius dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank X	



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Jakarta adalah pusat bisnis, lebih dari setengah jumlah kantor bank dan dana nasabah terkonsentrasi di Jakarta. Pada lokasi tertentu seperti pusat pertokoan, mal, perkantoran, pasar, seringkali kita melihat beberapa kantor cabang bank berdiri sangat berdekatan bahkan bersebelahan. Timbul pertanyaan, apa sebenarnya yang membuat suatu bank berani bersaing dengan bank lain, padahal produk setiap bank itu pada dasarnya sama saja?

Saat ini hampir semua perusahaan menempatkan pelanggan sebagai focus untuk mengembangkan bisnisnya, karena disadari bahwa tanpa pelanggan, tidak ada bisnis. Bagi bank, nasabah diibaratkan sebagai urat nadi, sedangkan dana adalah darah yang menghidupi bank tersebut. Kemudian dengan tingkat persaingan yang semakin ketat, bagaimana strategi bank memenangkan persaingan?

Tahun 1997-1998 perang tarif pernah terjadi dalam sejarah perbankan nasional, sehingga ada bank yang menetapkan tarif deposito mencapai 70% p.a. Tarif bagaikan pedang bermata dua, di satu sisi mampu meningkatkan jumlah nasabah dan jumlah dana dalam waktu cepat, di sisi lain bank harus mengeluarkan biaya bunga yang cukup besar. Akibatnya operasional bank menjadi tidak efisien, dan hanyalah masalah sebelum bank tersebut *collapse*.

Produk dan jasa bank pada dasarnya bersifat *generic*, yang membedakan adalah kelebaran dan kedalaman fitur produk dan jasa yang ditawarkan. “Keunikan” produk dan jasa bank seringkali dijadikan strategi untuk memenangkan persaingan. Bank-bank papan atas umumnya memiliki jenis produk dan jasa yang unik, inovatif, dan mengikuti trend kebutuhan nasabah. Syarat utama sebuah bank memiliki produk dan jasa yang bersaing adalah dukungan system informasi teknologi yang canggih dan umumnya memerlukan investasi IT yang mahal.

Salah satu faktor terpenting dalam dunia bisnis saat ini baik dalam industri jasa maupun manufaktur adalah kepuasan nasabah atau *customer expectation*. Kepuasan nasabah dalam masing-masing industri ditentukan oleh bermacam-macam faktor tergantung di industri apa dan bagaimana seorang nasabah dapat mencapai kepuasan atas produk dan jasa yang ditawarkan. Misalkan suatu produk sepatu, pencapaian tingkat kepuasan yang tinggi tidak terlepas dari tiga aspek yaitu selalu menjadi penekanan di kualitas produk, harga dan distribusi barang. Sedangkan untuk kategori industri jasa seperti bank, kunci keberhasilan dalam pencapaian tingkat kepuasan nasabah yang tinggi terletak pada kepiawaian perusahaan dalam memahami keinginan dan kebutuhan nasabah. Berusahalah menjaga kepercayaan nasabah dan yang paling penting adalah usaha memenuhi janji.

Kepercayaan merupakan modal utama keberhasilan industri perbankan. Kepercayaan dapat tumbuh dan berkembang melalui proses waktu yang tidak sebentar. Masyarakat sebagai pengguna jasa perbankan akan menguji dan mengawasi apakah suatu bank layak memperoleh kepercayaan. Hal tersebut dapat

dilihat dari visi dan misi yang diembannya serta bukti nyata terhadap peran sertanya membantu mensejahterakan rakyat. Untuk itu dunia perbankan dituntut untuk meningkatkan transparansi, *good corporate* dan sekaligus *prudent*.

Salah satu cara konkret agar jasa perbankan tetap memperoleh kepercayaan masyarakat adalah dengan melakukan perbaikan yang terus-menerus di berbagai bidang yang meliputi *service*/pelayanan, operasional dan proses kerja serta pengembangan produk yang didukung profesionalisme sumber daya manusia dan teknologi. Dengan menerapkan strategi pelayanan yang tepat, maka nasabah akan merasa puas. Kepuasan konsumen memungkinkan perusahaan untuk tetap *survive*. Jadi pelayanan pada hakikatnya bertujuan memberikan kepuasan kepada karyawan atau nasabah.

Nasabah menilai jasa dan produk bank berdasarkan kualitas kontak layanan yang ada yaitu yang bersifat fisik maupun non fisik. Kualitas layanan yang baik tercermin dalam tingkat kepuasan nasabah yang tinggi, dan merupakan langkah awal untuk membentuk loyalitas nasabah. *Service* atau pelayanan bank haruslah dikemas dalam “*the whole service quality concept*”. *Service* dengan S besar adalah komitmen seluruh unit baik *frontliner* sebagai garda depan pelayanan bank, sampai dengan para CEO untuk secara terus menerus melakukan perbaikan kualitas pelayanan. S besar antara lain tercermin dari sikap (*attitude*) dan kemampuan (*skill*) para pegawai, proses transaksi yang cepat dan akurat, dukungan sistem IT yang canggih, produk dan jasa yang ditawarkan sesuai dengan keinginan dan harapan nasabah.

Dengan memberikan kepuasan yang maksimal kepada pelanggan dimaksudkan agar perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hubungan dengan konsumen dan meningkatkan hubungan tersebut dari tahun ke tahun.

Menurut Kotler (2002: 42), kepuasan merupakan fungsi dari persepsi kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan pelanggan amat puas atau senang.

Di antara faktor-faktor penyebab kegagalan industri perbankan dalam memuaskan konsumen antara lain adalah pelayanan yang tidak berdasarkan kepada kebutuhan konsumen tetapi kepada keinginan manajemen, konsep pelayanan yang tidak jelas, adanya kesalahan dalam sistem pelayanan, kurangnya apresiasi terhadap karyawan yang profesional, serta tidak adanya pemberdayaan karyawan yang bekerja di lini depan atau *frontliner*. Tidak ada bank yang dapat menjalankan kegiatannya tanpa dukungan Teller-tellernya. Kualitas sebuah bank akan terlihat oleh nasabahnya melalui cara teller memberikan pelayanan kepada mereka. Oleh karena itu, teller berperan sangat penting dalam membangun citra dan keberhasilan Bank X dalam usahanya memenuhi apa yang diinginkan dan diharapkan para nasabahnya.

Dengan melihat uraian di atas, penulis tertarik untuk memilih judul “Analisis Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Kualitas Pelayanan Teller Pada P.T. Bank X”.

1.2 Perumusan Masalah

Masalah kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan merupakan masalah umum yang sering terjadi dan sering kita temui di banyak tempat. Oleh karenanya sesuai dengan judul penulisan, maka masalah yang dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pelayanan yang dilakukan oleh teller pada P.T Bank X?
2. Bagaimana tanggapan pelanggan atau nasabah terhadap pelayanan yang dilakukan oleh teller pada P.T Bank X?
3. Faktor-faktor apa yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada P.T Bank X?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah tersebut di atas maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

- a. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan teller P.T. Bank X.
- b. Mengetahui tanggapan pelanggan atau nasabah terhadap pelayanan yang dilakukan oleh teller pada P.T Bank X.
- c. Mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada P.T. Bank X.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

a. Manfaat bagi penulis:

Dapat digunakan untuk menambah wawasan dan informasi mengenai kepuasan pelanggan.

b. Manfaat bagi perusahaan:

Dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam usaha untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat.

c. Manfaat bagi pembaca:

Sebagai tambahan referensi, terutama yang mengambil konsentrasi manajemen pemasaran tentang kepuasan pelanggan.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.0 Pengertian Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

2.1. Definisi Pemasaran

Menurut Philip Kotler (2005 : 10) pemasaran dapat didefinisikan sebagai suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan dengan menetapkan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain. Maksud dari definisi di atas adalah sebuah proses sosial dimana perseorangan dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, menawarkan dan mempertukarkan suatu produk yang mempunyai nilai tertentu kepada yang lain dengan mengharapkan timbal balik dan nilai dengan orang lain.

Tujuan pemasaran adalah untuk mengetahui, memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk atau jasa itu cocok dengan pelanggan dan selanjutnya menjual dirinya sendiri. Idealnya pemasaran hendaknya menghasilkan seorang pelanggan yang siap untuk membeli. Semua yang dibutuhkan selanjutnya adalah menyediakan produk atau jasa itu.

2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen menurut Philip Kotler (2004 : 9) adalah ilmu dan seni, merencanakan, mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinasikan, serta mengawasi tenaga dengan bantuan alat-alat untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Manajemen pemasaran menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2004 : 16) adalah sebagai analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pembeli sasaran demi tercapai tujuan organisasi.

2.2. Definisi Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk atau jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadi proses pembelian. Apabila pelanggan puas, maka ia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk membeli produk atau jasa yang sama. Pelanggan yang puas cenderung juga akan memberikan referensi yang baik terhadap produk atau jasa kepada orang lain.

Tidak demikian dengan orang yang tidak puas. Pelanggan yang tidak puas dapat melakukan tindakan pengembalian atau secara ekstrem dapat mengajukan gugatan terhadap perusahaan penyedia jasa.

Menurut Kotler (2002: 42), kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai berikut:

Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Seperti dijelaskan dalam definisi di atas, kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Banyak perusahaan memfokuskan pada kepuasan tinggi karena para pelanggan yang kepuasannya hanya pas mudah untuk berubah pikiran bila mendapatkan tawaran yang lebih baik. Mereka yang amat puas lebih sukar untuk mengubah pilihannya. Kepuasan tinggi menciptakan kelekatan emosional terhadap merek tertentu, bukan hanya kesukaan atau preferensi rasional. Hasilnya adalah kesetiaan pelanggan yang tinggi.

Sedangkan menurut Irawan (2001: 78) dalam bukunya yang berjudul 10 prinsip Kepuasan Pelanggan menyatakan bahwa:

Kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya. Karena itu, pelanggan tidak puas apabila pelanggan mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Pelanggan akan merasa puas jika persepsinya sama atau lebih dari yang diharapkan.

Jadi kepuasan pelanggan sangat tergantung pada harapan pelanggan. Oleh karena itu kepuasan pelanggan haruslah didahului dengan pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2002: 24) dengan adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat jangka panjang sebagai berikut:

1. Hubungan antar perusahaan dengan pelanggannya menjadi lebih harmonis.
2. Memberikan dasar yang lebih baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan.
3. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*).



Sumber: (Tjiptono, 2002: 25)

Kepuasan konsumen juga merupakan perbandingan antara harapan konsumen dengan realitas yang dirasakan setelah penggunaan produk atau jasa. Harapan pelanggan diyakini mempunyai peranan yang sangat besar dalam menentukan kualitas produk (barang atau jasa) dan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasinya konsumen akan menggunakan harapan sebagai standar atau acuan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Menurut Zeithaml, et.al, 1993 yang dikutip oleh Tjiptono (2002: 28).

2.2.1 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Berikut ini adalah beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Irawan, 2002: 37) yaitu:

a. **Kualitas Produk**

Pelanggan akan puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk ternyata kualitas produk tersebut baik. Kualitas, penampilan, dan keandalan produk mempunyai pengaruh yang penting terhadap kepuasan pelanggan.

b. **Harga dan Nilai**

Pelanggan akan mempertimbangkan hubungan antara harga dengan nilai yang menguntungkan. Mereka berpendapat bahwa nilai yang ditawarkan oleh suatu merek sesuai dengan harga merek.

c. Kualitas Pelayanan

Service quality ini sangat tergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Namun faktor manusia ini memegang kontribusi yang paling besar. Tidak mengherankan, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru, oleh karena itu setiap pekerja perlu diberikan *training* agar memiliki tanggung jawab terhadap pencapaian kepuasan pelanggan.

d. Faktor Emosional (*Emotional Factor*)

Seorang pelanggan akan merasa bangga jika membeli suatu produk atau jasa yang mempunyai citra merek yang baik (*brand image*). Ketika pembeli melakukan pembelian terhadap merek tersebut dan mendapatkan kesan yang menyenangkan, maka citra merek tersebut bagus. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial (*self esteem*) yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu. Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, dan sebagainya adalah contoh-contoh nilai emosional yang mendasari kepuasan pelanggan.

e. Kemudahan

Pelanggan akan merasa puas apabila relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

2.2.2 Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Parasurama, et.al, 1998 yang dikutip oleh Lupiyoadi (2001: 148) kepuasan pelanggan dapat diukur dengan metode SERVQUAL yang mempunyai lima dimensi. Di bawah ini disebutkan kelima dimensi tersebut berikut dengan definisinya, yaitu:

1. *Tangibles* (bukti fisik)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan peralatan yang dipergunakan serta penampilan pegawainya.

2. *Reliability* (keandalan)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.

3. *Responsiveness* (ketanggapan)

Yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4. *Assurance* (jaminan)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

5. *Emphaty* (empati)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2.3. Kualitas Pelayanan Jasa

Kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas pelayanan perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan layanan yang bermutu kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan profit perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan. Pendekatan kualitas pelayanan suatu produk atau jasa memiliki esensi

penting bagi strategi perusahaan untuk mempertahankan diri dan mencapai kesuksesan dalam menghadapi persaingan.

Apabila jasa yang diterima oleh pelanggan ternyata berbeda dengan harapan yang dijanjikan perusahaan, maka pelanggan akan kehilangan minat terhadap pemberi jasa tersebut. Sebaliknya jika jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi harapan maka pelanggan akan cenderung memakai kembali jasa tersebut.

Keunggulan suatu produk atau jasa adalah tergantung dari suatu keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Menurut Gasperz (2002: 2) dalam bukunya yang berjudul Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa menyatakan bahwa dimensi atau atribut yang harus diperhatikan dalam kualitas pelayanan jasa adalah:

a. Ketepatan waktu pelayanan

Hal-hal yang harus diperhatikan disini berkaitan dengan waktu tunggu dan waktu proses.

b. Akurasi pelayanan

Berkaitan dengan realibilitas pelayanan dan bebas dari kesalahan-kesalahan.

c. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan

Terutama bagi mereka yang berinteraksi langsung dengan pelanggan eksternal, seperti operator telepon, kasir, pramugari dan lain-lain.

d. Tanggung jawab

Berkaitan dengan penerimaan pesanan dan penanganan keluhan dari pelanggan eksternal.

e. Kelengkapan

Mencakup lingkup pelayanan dan ketersediaan sarana pendukung, serta pelayanan komplementer lainnya.

f. Kemudahan mendapatkan pelayanan

Berkaitan dengan banyaknya outlet, banyaknya petugas yang melayani dan banyaknya fasilitas pendukung seperti komputer.

g. Variasi model pelayanan

Berkaitan dengan inovasi untuk memberikan pola-pola dalam pelayanan.

h. Pelayanan pribadi

Berkaitan dengan fleksibilitas dan penanganan permintaan khusus.

i. Kenyamanan dalam menerima pelayanan

Berkaitan dengan lokasi, ruang tempat pelayanan, kemudahan menjangkau, tempat parkir, dan ketersediaan informasi.

j. Atribut pendukung lainnya

Atribut-atribut ini menyangkut lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, fasilitas musik, dan AC.

Valerie A. Zeithaml, A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry (1990) dalam buku Muhtosim Arief (2006) mengemukakan bahwa ada sepuluh kriteria yang dapat digunakan menilai kualitas pelayanan, yaitu *Ten Dimensions of SERVQUAL (Service Quality)*.

1. Fasilitas fisik (*tangible*), yaitu bukti fisik dari jasa bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa.
2. Realibilitas (*realibility*), yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya.
3. Responsivitas (*responsiveness*), yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
4. Kompetensi (*competency*), artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki ketrampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
5. Tata krama (*courtesy*), meliputi sikap sopan santun, perhatian dan keramahan yang dimiliki contact personnel.
6. Kredibilitas (*credibility*), yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya.
7. Keamanan (*security*), yaitu aman dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
8. Akses (*access*), yaitu kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.
9. Komunikasi (*communication*), artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
10. Perhatian pada pelanggan (*understanding the customer*), yaitu usaha untuk memahami kebutuhan.

2.4. Definisi Jasa

Jasa sering dipakai sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk. Di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat selalu menyadari. Jasa juga bukan merupakan suatu barang, jasa adalah suatu proses atau aktivitas, dan aktivitas-aktivitas tersebut tidak berwujud. Sebenarnya perbedaan secara tegas antara barang dan jasa seringkali sukar dilakukan. Hal ini dikarenakan pembelian suatu barang seringkali disertai dengan jasa-jasa tertentu (misalnya instalasi, pemberian garansi, pelatihan dan bimbingan operasional, perawatan, dan reparasi) dan sebaliknya pembelian suatu jasa seringkali juga melibatkan barang-barang yang melengkapinya (misalnya makan di restoran, telepon dalam jasa komunikasi). Di samping itu, manusia juga memerlukan jasa yang mengurus hal-hal tertentu, sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran. Menurut Kotler (2002: 46) definisi jasa adalah:

A service is any activity or performance that one party can offer to another that is essentially intangibles and does not result in ownership of anything. Its production may or may not be tied to a physical product.

Dimana artinya jasa atau pelayanan merupakan setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa mungkin atau tidak mungkin berkaitan dengan produk fisik.

Tidak jauh berbeda dengan definisi di atas, menurut Valarie A. Zeithaml and Mary Jo Bitner yang dikutip oleh Lupiyoadi (2001: 5) mendefinisikan tentang *service* (jasa) sebagai berikut:

Service is all economic activities whose output is not a physical product or construction is generally consumed at that time it is produced, and provided added value in forms (such as convenience, amusement, comfort or health).

Jadi pada dasarnya jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (seperti misalnya kenyamanan, hiburan, kesenangan atau kesehatan) atau pemecahan atas masalah yang dihadapi konsumen.

Dalam pemasaran, definisi jasa harus diamati dengan baik, karena pengertiannya sangat berbeda dengan produk berupa barang dan di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadarinya. Jasa juga bukan merupakan suatu barang. Jasa adalah suatu proses atau aktivitas, dan aktivitas-aktivitas tersebut tidak berwujud. Menurut Lamb dkk (2002: 482): Jasa adalah suatu hasil dari usaha penggunaan manusia dan mesin terhadap sejumlah orang atau objek.

Penawaran jasa perusahaan sebagai produsen ke konsumen biasanya mencakup beberapa jasa. Penawaran jasa menurut Kotler (2002: 487) dapat dibedakan menjadi lima jenis:

a. Barang berwujud murni

Di dalam barang berwujud murni ini, penawaran hanya terdiri dari barang berwujud seperti sabun dan pasta gigi. Tidak ada jasa yang menyertai produk itu.

b. Barang berwujud yang disertai jasa

Disini terdiri dari barang berwujud yang disertai dengan jasa atau beberapa jasa untuk meningkatkan daya tarik konsumennya. Contohnya: perusahaan mobil tidak hanya menjual sebuah mobil saja, melainkan juga kualitas dan tersedianya pelayanan pelanggan yang menyertainya (pemeliharaan dan perbaikan, ruang pameran serta pelayanan pasca jual).

c. Campuran

Disini penawaran terdiri dari barang dan jasa dengan proporsi yang sama. Misalnya orang mengunjungi restoran untuk makanannya dan pelayanannya.

d. Jasa utama yang disertai barang dan jasa tambahan

Terdiri dari satu jasa utama disertai dengan jasa tambahan atau barang pendukung. Contohnya, penumpang pesawat terbang membeli jasa transportasi. Mereka sampai di tempat tujuan tanpa sesuatu yang berwujud untuk membuktikan pengeluaran mereka. Namun perjalanan itu meliputi juga beberapa barang yang berwujud seperti makanan dan minuman, potongan tiket, dan majalah penerbangan. Jasa tersebut memerlukan barang padat modal (pesawat udara) untuk realisasinya, tetapi komponen utamanya adalah jasa.

e. Jasa murni

Pada jasa murni hanya terdiri dari jasa. Contohnya mencakup jasa menjaga bayi, jasa psikiater dan jasa memijat.

2.4.1 Karakteristik Jasa

Ada empat karakteristik pokok pada jasa yang diberikan kepada konsumen yang membedakannya dengan barang. Adapun karakteristik tersebut dimiliki suatu jasa menurut Lamb dkk (2000: 483) adalah sebagai berikut:

a. *Intangibility* (tidak berwujud)

Suatu jasa mempunyai sifat tidak berwujud, oleh karena itu jasa tidak dapat dipegang, dilihat, dicicipi, didengar, atau dirasakan sebagaimana yang terjadi pada barang sebelum jasa itu dibeli. Misalnya seseorang tidak dapat mengetahui rasa makanan jika orang tersebut belum membeli jasa dari sebuah restoran tertentu.

b. *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Jasa sering dijual, diproduksi dan dikonsumsi pada saat yang bersamaan. Dengan kata lain, produksi dan konsumsi merupakan aktivitas yang tidak dapat dipisahkan. Tak terpisahkan berarti konsumen harus berada selama produksi jasa berlangsung misalnya memotong rambut atau operasi (pembedahan), mereka sesungguhnya terlibat dalam produksi jasa yang mereka beli.

c. *Heterogenity* (keanekaragaman)

Keanekaragaman berarti jasa yang ditawarkan cenderung tidak standar dan seragam dibandingkan barang. Pembeli ini akan berhati-hati terhadap karagaman ini dan sering membicarakannya dengan yang lain sebelum memilih seseorang penyedia jasa.

d. *Perishability* (tidak tahan lama)

Artinya jasa tidak dapat disimpan, dimasukkan dalam gudang dan dijadikan sebagai persediaan. Kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni akan hilang begitu saja karena tidak dapat disimpan. Kondisi ini tidak berarti bila permintaannya konstan. Tetapi kenyataannya permintaan pelanggan akan jasa pada umumnya sangat bervariasi dan dipengaruhi faktor musiman.

2.5 Pengertian Bank Dan Fungsi Bank

2.5.1 Pengertian Bank

Menurut Undang-Undang RI nomor 10/1998 tanggal 10 November 1998

tentang perbankan yang dimaksud dengan bank adalah:

Badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Lembaga keuangan ini sendiri adalah semua badan yang melalui kegiatan-kegiatannya dibidang keuangan, menarik uang dari dan menyalurkannya kedalam masyarakat.

2.5.2 Fungsi Bank

1. Sebagai penerima kredit, bank menerima dana dari masyarakat dalam bentuk:
 - a. Simpanan atau tabungan yang dapat diambil setiap saat.
 - b. Deposito berjangka, yang merupakan tabungan atau simpanan yang penarikannya kembali dapat dilakukan setelah jangka waktu yang ditentukan habis.
 - c. Simpanan dalam rekening koran atau giro yang penarikannya dapat dilakukan dengan menggunakan cek, bilyet giro atau perintah tertulis pada bank.
2. Sebagai pemberi kredit tanpa mempermasalahkan apakah kredit itu berasal dari deposito atau tabungan yang diterimanya atau bersumber pada penciptaan kredit yang dilakukan oleh bank itu sendiri.
3. Sebagai pemberi kredit bagi masyarakat melalui sumber yang berasal dari modal sendiri, simpanan atau tabungan masyarakat maupun melalui penciptaan uang bank.

2.6 Fungsi Teller

Melayani kegiatan penyetoran dan penarikan uang tunai (Rupiah dan valuta asing), pengambilan/penyetoran non tunai dan surat-surat berharga dari/ke cabang serta kegiatan kas lainnya.

2.6.1 Cakupan Tanggung Jawab Teller

Memberikan pelayanan yang baik, cepat dan tepat kepada nasabah sesuai "Standar Pelayanan Teller".

2. Memproses transaksi tunai dan non tunai sesuai dengan batas kewenangannya.
3. Meyakini kebenaran dan keaslian uang tunai/*banknotes* dan warkat berharga
4. Meyakini kesesuaian jumlah fisik uang dengan warkat transaksi.
5. Meyakini kebenaran pembukuan dan validasi.
6. Memberikan informasi kepada nasabah.
7. Menjamin kerahasiaan password milik sendiri dan tidak melakukan sharing password dengan pegawai lainnya.
8. Menjaga keamanan, kebersihan dan ketertiban pemakaian terminal komputer.
9. Menjaga kerapian dan kebersihan *counter* Teller
10. Menjamin keamanan boks Teller dan kewenangan memegang kunci boks.

2.6.2 Wewenang Teller

- a. Melaksanakan transaksi pembayaran tunai dan non tunai, termasuk warkat-warkat sesuai batas wewenangnya.
- b. Melakukan verifikasi dan menandatangani warkat transaksi.
- c. Melaksanakan pengambilan dan pengantaran uang ke cabang *coordinator/pooling cash* atau nasabah.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Gambaran Umum

3.1 Sejarah Perusahaan

PT Bank X berdiri di wilayah kesatuan Republik Indonesia berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 75 Tahun 1998 tertanggal 1 Oktober 1998 dan disahkan dengan Akta Notaris No. 10 oleh Sutjipto, SH tertanggal 2 Oktober 1998. Akte pendirian ini disahkan oleh Menteri Kehakiman dalam Surat Keputusan No C2-16561HT.01.01 Tahun 1998 Tanggal 2 Oktober 1998 serta diberitakan dalam tambahan No. 6859 dari Lembaran Negara No. 97 Tanggal 4 Desember 1998.

PT Bank X didirikan melalui merger dari hampir seluruh pemilik terdahulu yang dimiliki oleh Pemerintah RI dalam *legacy* PT Bank Bumi Daya, *legacy* PT Bank Dagang Negara, *legacy* Bank Exim, *legacy* Bapindo. Berdasarkan Akta Merger No. 100 Tanggal 24 Juli 1999 oleh Notaris Sutjipto, SH, Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Exim, Bapindo di merger ke dalam Bank X. Merger dianggap efektif oleh Departemen Dalam Negeri Jakarta Selatan dalam Surat Keputusan No. 09031827089 Tanggal 31 Juli 1999. Kantor pusat berlokasi di Jl Jenderal Gatot Subroto Kav 36-38 Jakarta 12190, Indonesia.

3.2 Visi Dan Misi P.T Bank X

3.2.1 Visi

Bank terpercaya pilihan anda

3.2.2 Misi

- Berorientasi pada pemenuhan kebutuhan pasar
- Mengembangkan Sumber Daya Manusia yang professional
- Memberi keuntungan yang maksimal bagi *stakeholder*
- Melaksanakan manajemen terbuka
- Peduli terhadap kepentingan masyarakat dan lingkungan

3.3 Produk Barang Dan Jasa Yang Dihasilkan

- Produk dana
 1. Tabungan Rupiah dan Dollar
 2. Tabungan Rencana
 3. Tabungan Haji
 4. Deposito Rupiah, *On Call* dan Valas
 5. Giro

- Produk pinjaman atau kredit

a. *Corporate Banking*

Mengelola kredit-kredit untuk kepentingan bisnis atau usaha yang bersifat produktif yang memiliki *Gross Annual Sales* (GAS) di atas Rp 300 Milyar.

b. *Commercial Banking*

Mengelola kredit-kredit untuk kepentingan bisnis atau usaha yang bersifat produktif yang memiliki *Gross Annual Sales* (GAS) di atas Rp 5 Milyar sampai dengan Rp 300 Milyar.

c. *Micro and Retail Banking*

Mengelola kredit-kredit untuk kepentingan bisnis atau usaha yang bersifat produktif yang memiliki *Gross Annual Sales* (GAS) sampai dengan Rp 5 Milyar.

- *Small Business*

Mengelola kredit-kredit untuk kepentingan bisnis atau usaha yang bersifat produktif dengan limit di atas Rp 100 juta dan *Gross Annual Sales* (GAS) sampai dengan Rp 5 Milyar.

- *Micro Business*

Mengelola kredit-kredit untuk kepentingan bisnis atau usaha mikro yang bersifat produktif dengan limit di bawah atau sama dengan Rp 100 juta.

d. *Consumer Finance*

- Kredit Tunai (*Cash Loan*)

* Kredit Modal Kerja

Yaitu kredit yang diberikan kepada perusahaan atau perorangan untuk keperluan modal kerja sesuai ketentuan dan pedoman pelaksanaan kredit PT Bank X

* Kredit Investasi

Kredit yang diberikan kepada perusahaan atau perorangan untuk keperluan investasi sebagaimana ketentuan dalam pedoman pelaksanaan kredit PT Bank X.

* Kredit Konsumtif

Adalah kredit yang diberikan kepada perorangan untuk keperluan konsumtif atau bukan untuk membiayai usaha yang produktif, yang terdiri dari:

- Mitra Karya

Adalah kredit dalam valuta rupiah yang diberikan kepada pegawai yang berpenghasilan tetapi dari suatu instansi pemerintah atau perusahaan untuk keperluan konsumtif sepanjang tidak bertentangan dengan peraturan yang berlaku, kesusilaan dan ketertiban umum.

- Graha

Adalah kredit kepemilikan rumah yang diberikan kepada perorangan untuk keperluan pembelian rumah susun atau ruko atau apartemen yang dijual pengembang atau bukan pengembang.

- Multi Guna

Adalah kredit dari PT Bank X yang diberikan kepada perorangan untuk keperluan konsumtif dengan pertimbangan atas dasar penghasilan dan agunan kebendaan.

- Kredit Tanpa Agunan

Adalah kredit perorangan tanpa agunan untuk berbagai keperluan konsumtif.

- Kredit Non Tunai (*Non Cash Loan*)

Kredit yang pemberiannya terjadi karena penangguhan (kesanggupan untuk melakukan pembayaran di kemudian hari) sehingga tidak dilakukan penarikan tunai atau pemindahbukuan, dan dengan demikian belum secara efektif merupakan hutang nasabah terhadap Bank. Terdiri dari: Bank Garansi, *Letter of Credit* (L/C), *Standby Letter of Credit* (SBLC), Surat Kredit Berdokumen Dalam Negeri (SKBDN) dan lain-lain.

➤ Produk jasa

1. Kartu ATM dan debit
2. SMS Banking

Fasilitas yang disediakan Bank untuk produk rekening perorangan dengan cara diakses melalui ponsel.

3. *Internet Banking*

Saluran distribusi Bank untuk mengakses rekening yang dimiliki nasabah melalui jaringan internet dengan menggunakan perangkat lunak *browser* pada computer.

4. *Call X*

Layanan perbankan otomatis 24 jam melalui pesawat telepon atau ponsel untuk mempermudah dalam mengatur keuangan anda tanpa batasan waktu dan tempat dalam melakukan transaksi perbankan, cukup menekan tombol telepon atau ponsel anda.

5. ATM

6. *Bill Payment*

Layanan perbankan yang diberikan kepada nasabah untuk semua transaksi pembayaran tagihan rutin (bulanan) secara *direct debit*.

7. *Safe Deposit Box (SDB)*

Jasa layanan Bank berupa penyediaan kotak penyimpanan uang dirancang secara khusus dan diletakkan dalam ruang khasanah atau *strong room* untuk menyimpan harta atau surat-surat berharga yang dapat dimanfaatkan oleh nasabah dalam jangka waktu tertentu dengan membayar biaya sewa.

8. Transfer Valas

Cara mengirim dan menerima uang dalam valuta asing, baik antar kota di Indonesia maupun antar negara dengan menggunakan sarana *swift* yang didukung oleh *Straight Trough Processing* (STP), system yang membuat transaksi dapat dilakukan secara otomatis dan *real time* dari Bank langsung ke Bank koresponden tujuan.

9. *Western Union Money Transfer*

Cara cepat untuk mengirim dan menerima uang, baik antar kota di Indonesia maupun antar negara dengan menggunakan system *real time on line*.

Di PT Bank X, pelayanan dapat diperoleh nasabah secara terus-menerus melalui Teller, *Customer Service* dan *Security* pada saat jam kantor atau jam kas yaitu dimulai jam 08.00 sampai dengan 15.00 . Sedangkan pelayanan 24 jam diberikan melalui ATM, *Call X*, *Internet Banking* dan *SMS Banking*.

Pelayanan 24 jam ini adalah berbagai macam aplikasi inovatif yang dilakukan oleh PT Bank X, untuk kemudahan dan kenyamanan nasabah dalam bertransaksi.

B. Metode Penelitian

Dalam melakukan penyusunan penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif yakni dengan menggunakan data-data faktual yang ada di PT Bank X, dimana penulis berusaha mengolahnya secara akurat. Selain itu penulis

juga berupaya semaksimal mungkin memaparkan data-data, fakta-fakta, dengan menggunakan formula yang ada dengan sistematis.

C. Populasi dan Sampel Penelitian

3.4 Populasi

Menurut Sugiyono (2002: 72) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah bank dan *walk in customer* pada PT Bank X di Jakarta.

3.5 Sampel Penelitian

Data dikumpulkan dengan cara metode *non probability sampling* yakni teknik *sampling* yang memberi peluang atau kesempatan tidak sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Dimana teknik mengambil sampelnya dilakukan dengan cara *accidental sampling* yang artinya pengambilan sampel anggota populasi dilakukan secara kebetulan ada. Jumlah sampel tidak berdasarkan perhitungan, asal memenuhi keperluan. Berdasarkan jumlah populasi, maka penulisan tetapkan jumlah *sample* dengan menggunakan rumus (Iqbal Hasan, 2002: 61) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

dimana:

n = Jumlah sampel

N = Populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan

sample yang masih dapat ditolerir/diinginkan, misalnya 10 %.

Berdasarkan jumlah populasi yang didapat oleh penulis, bahwa jumlah nasabah suatu cabang PT. Bank X adalah 3.186 nasabah. Maka dengan menggunakan rumus di atas penulis dapat menghitung jumlah sampel dengan penjabaran sebagai berikut:

Jadi *sample* yang diambil adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{3186}{1 + 3186 \cdot (0,1)^2} \\ &= \frac{3186}{32,86} \\ &= 96,95 \text{ (penulisan bulatkan sebanyak 100)} \end{aligned}$$

Jadi *sample* yang diambil adalah sebesar 100 responden. Dalam penelitian ini, penulis mengambil sampel dari pelanggan PT Bank X Di Jakarta.

D. Variabel Dan Pengukurannya

Variabel utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan nasabah dengan layanan yang diberikan oleh Teller Di P.T Bank X, yang menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi setiap perusahaan jasa perbankan. Pengukuran skor dari penelitian menggunakan skala Likert.

Menurut Sugiono (2003 : 86) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan, jawaban setiap instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai negatif.

Menurut Supranto (2001 : 241) dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana X maupun tingkat kepuasan nasabah dan Y tingkat kualitas layanan. Selanjutnya sumbu mendatar X akan diisi oleh skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak Y akan diisi oleh skor tingkat kepentingan.

Untuk tingkat kinerja diberikan penilaian sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat baik (SB) diberi bobot nilai = 5
- b. Jawaban baik (B) diberi bobot nilai = 4
- c. Jawaban cukup baik (CB) diberi bobot nilai = 3
- d. Jawaban kurang baik (KB) diberi bobot nilai = 2
- e. Jawaban tidak baik (TB) diberi bobot nilai = 1

Untuk harapan atau kepuasan diberikan penilaian dengan bobot sebagai berikut:

- a. Jawaban sangat penting (SP) diberi bobot nilai = 5
- b. Jawaban penting (P) diberi bobot nilai = 4
- c. Jawaban cukup penting (CP) diberi bobot nilai = 3

d. Jawaban kurang penting (KP) diberi bobot nilai = 2

e. Jawaban tidak penting (TP) diberi bobot nilai = 1

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel kepuasan konsumen adalah:

**Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel
(Variabel, dimensi, dan indikator)**

Variabel	Dimensi	Indikator
Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Teller Pada P.T. Bank X	Keandalan (<i>Reliability</i>)	1. Ketepatan dan kecepatan pelayanan 2. Keakuratan dalam menghitung uang
	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	1. Kemampuan teller untuk cepat tanggap terhadap komplain yang disampaikan oleh pelanggan. 2. Kemampuan teller untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.
	Empati (<i>Empathy</i>)	1. Selalu bertanggung jawab dan memberikan perhatian terhadap transaksi yang dilakukan pelanggan. 2. Selalu memberikan perhatian secara individu kepada para pelanggan.
	Hal yang berwujud (<i>Tangibles</i>)	1. Interior yang memadai (ukuran, bentuk, dan warna <i>counter</i>). 2. Kebersihan dan kerapian meja teller. 3. <i>Layout counter</i> (letak meja, jalur antrian, dan petunjuk)
	Keyakinan (<i>Assurance</i>)	1. Pengetahuan, kemampuan dan kesopanan teller dalam menanyakan bantuan dan melayani transaksi pelanggan. 2. Kemampuan teller untuk berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan.

Sumber : Lupioadi ; 2001

Definisi dari variabel-variabel penelitian di atas adalah sebagai berikut:

Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan teller untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan. Katagori atau indikator dalam keandalan ini terdiri dari:

- a. Ketepatan dan kecepatan pelayanan
- b. Keakuratan dalam menghitung uang

Ketanggapan (*responsiveness*) adalah suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Yang termasuk dalam katagori ini adalah:

- a. Kemampuan teller untuk cepat tanggap terhadap komplain yang disampaikan oleh pelanggan.
- b. Kemampuan teller untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.

Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan tersebut. Hal ini terdiri dari:

- a. Selalu bertanggung jawab dan memberikan perhatian terhadap transaksi yang dilakukan pelanggan.
- b. Selalu memberikan perhatian secara individu kepada para pelanggan.

Hal yang berwujud (*tangible*) yaitu kemampuan teller dalam mewujudkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan

prasarana fisik teller dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini terdiri dari:

- a. Interior yang memadai (ukuran, bentuk, dan warna *counter*).
- b. Kebersihan dan kerapian meja teller.
- c. *Layout counter* (letak meja, jalur antrian, dan petunjuk).

Keyakinan (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, kemampuan para pegawai perusahaan untuk membutuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini terdiri dari:

- a. Pengetahuan, kemampuan dan kesopanan teller dalam menanyakan bantuan dan melayani transaksi pelanggan.
- b. Kemampuan teller untuk berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan.

F. Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan yang terkait secara langsung atau tidak langsung, maka dalam penulisan penelitian ini penulis menggunakan dua cara atau metode pengumpulan data sebagai berikut:

- Penelitian lapangan (*Field Research*)

Penelitian ini dilakukan langsung di perusahaan yang menjadi obyek penelitian PT Bank X dan diperoleh data primer.

- Data primer

1. Kuesioner (Angket).

Kuesioner memberikan angket yang berisi pertanyaan-pertanyaan tertutup yang berhubungan dengan kepuasan pelayanan yang dilakukan oleh teller kepada sejumlah responden.

Suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai kepuasan layanan yang dilakukan oleh teller. Untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden.

G. Metode Analisis Data

Dalam penelitian ini terdapat dua buah variable yang diwakili oleh huruf (X) dan (Y) , dimana (X) merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan pelanggan, sedangkan (Y) merupakan tingkat kepentingan pelanggan.

Adapun rumus yang digunakan adalah:

$$TKi = \frac{Xi}{Yi} \times 100 \%$$

Dimana: TKi = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja perusahaan

Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi skor tingkat pelaksanaan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Rumus yang digunakan untuk menghitung nilai rata-rata kinerja (X) dan nilai rata-rata kepentingan (Y) adalah:

$$\overline{X} = \frac{\sum X_i}{n} \qquad \overline{Y} = \frac{\sum Y_i}{n}$$

Dimana: X = Skor rata-rata penilaian tingkat pelaksanaan atau kinerja perusahaan.

Y = Skor rata-rata penilaian tingkat kepentingan pelanggan.

n = Jumlah responden.

Diagram kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik

$(\overline{X}, \overline{Y})$ dimana $\overline{X}$ merupakan rata-rata skor tingkat pelaksanaan atau kepuasan

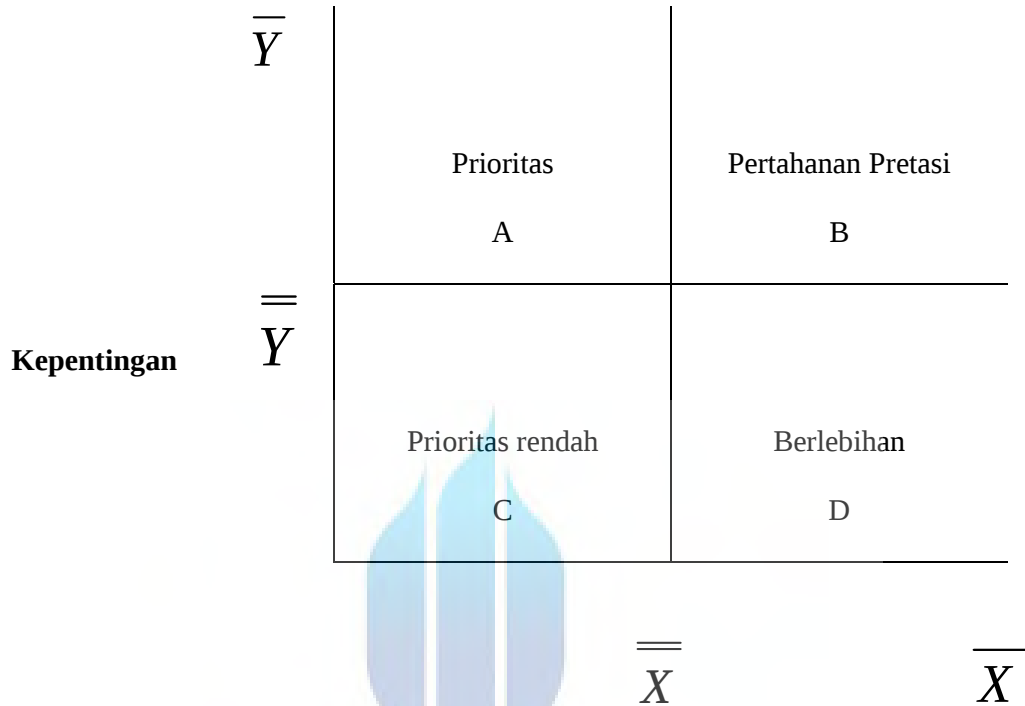
pelanggan seluruh faktor, sedangkan $\overline{Y}$ adalah rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seluruhnya ada 11 faktor atau atribut, jadi K= 11 dan rumusnya adalah:

$$\overline{X} = \frac{\sum_{i=1}^K \overline{X_i}}{K} \qquad \overline{Y} = \frac{\sum_{i=1}^K \overline{Y_i}}{K}$$

Dimana K = banyaknya atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (dalam penelitian ini K = 11),

selanjutnya tingkat unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian ke dalam diagram kartesius.

Gambar 3.1
Diagram Kartesius



Pelaksanaan
(Kinerja / Kepuasan)

Sumber: Prof, Drs, Johanes Suprpto, 2003 (Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran)

Keterangan :

Kudran A menunjukan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai dengan keinginan pelanggan sehingga mengecewakan atau tidak memuaskan pelanggan.

Kudran B menunjukan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

Kudran C menunjukan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaan oleh perusahaan bisa-bisa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

Kudaran D menunjukan faktor yang kurang penting dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh perusahaan sehingga sangat memuaskan pelanggan.



BAB IV

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Jumlah keseluruhan nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Adapun karakteristik yang akan penulis bahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Nasabah PT. Bank X

No	Variabel	Frekuensi	Presentase
1	Jenis Kelamin :		
	➤ Laki-laki	50	50
	➤ Perempuan	50	50
	Jumlah	100	100
2	Usia Responden :	27	27
	➤ < 25 tahun	15	15
	➤ 26 - 30 tahun	11	11
	➤ 31 - 35 tahun	12	12
	➤ 36 - 40 tahun	35	35
	➤ 41 tahun		
	Jumlah	100	100
3	Pekerjaan :		
	➤ Pelajar / Nasabah	5	5
	➤ Pegawai Negeri / TNI	42	42
	➤ Karyawan Swasta	43	43
	➤ Profesional	10	10
	Jumlah	100	100

Sumber: Hasil Kuesioner

B. Analisa Tingkat Pelayanan Pada PT. Bank X dan Analisa Tingkat Harapan Nasabah

1. Keandalan (*Reliability*)

a. Ketepatan dan kecepatan pelayanan

Hal yang ingin di jelaskan dalam indikator ini adalah apakah kemampuan teller untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, diperoleh tingkat kinerja layanan PT. Bank X dan tingkat harapan nasabah terhadap ketepatan dan kecepatan pelayanan, maka responden mayoritas menyatakan baik dengan pelayanan ini.

Dari 100 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.2

(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja)

Ketepatan dan kecepatan pelayanan

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Bobot
14	54	30	2	0	380

Sumber: Hasil Kuesioner

Keterangan bobot = $(14 \times 5) + (54 \times 4) + (30 \times 3) + (2 \times 2)$

$$= 380$$

Tabel 4.3
(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan)
Ketepatan dan kecepatan pelayanan

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Bobot
40	52	8	-	-	432

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (40 \times 5) + (52 \times 4) + (8 \times 3) \\ &= 432\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kinerja dan tingkat harapan terhadap kepuasan nasabah:

Rumus tingkat kesesuaian perbandingan:

$$TKi \frac{Xi}{Yi} \times 100 \%$$

$$\begin{aligned}\frac{380}{432} &\times 100\% \\ &= 87,96\%\end{aligned}$$

b. Keakuratan dalam menghitung uang

Pada pelayanan ini petugas dituntut untuk harus dapat melakukan perhitungan uang yang dibawa ataupun yang akan diberikan kepada nasabah secara cepat, tepat, dan akurat. Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, diperoleh tingkat kinerja PT. Bank X dan tingkat harapan nasabah terhadap keakuratan dalam menghitung uang, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik dengan pelayanan ini.

Dari 100 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.4
(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja)
Keakuratan dalam menghitung uang

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Bobot
3	27	54	12	4	313

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (3 \times 5) + (27 \times 4) + (54 \times 3) + (12 \times 2) + (4 \times 1) \\ &= 313\end{aligned}$$

Tabel 4.5
(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan)
Keakuratan dalam menghitung uang

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Bobot
44	43	13	-	-	431

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (44 \times 5) + (43 \times 4) + (13 \times 3) \\ &= 431\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kinerja dan tingkat harapan terhadap kepuasan nasabah:

Rumus tingkat kesesuaian perbandingan:

$$TKi \frac{Xi}{Yi} \times 100 \%$$

$$\frac{313}{431} \times 100\%$$

= 72,62 %

2. Ketanggapan (*Responsiveness*)

a. Kemampuan teller untuk cepat tanggap terhadap komplain yang disampaikan oleh pelanggan

Setiap nasabah selalu menginginkan dan membutuhkan suatu pelayanan yang memudahkan nasabah dalam proses permasalahan yang dihadapi sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang sudah ditetapkan.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, diperoleh tingkat kinerja PT. Bank X dan tingkat harapan nasabah terhadap kemudahan proses kredit dan pembukaan rekening, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik dengan pelayanan ini.

Dari 100 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Tabel 4.6

(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja)

Kemampuan teller untuk cepat tanggap terhadap komplain yang disampaikan oleh pelanggan

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Bobot
4	26	52	13	5	311

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (4 \times 5) + (26 \times 4) + (52 \times 3) + (13 \times 2) + (5 \times 1) \\ &= 311\end{aligned}$$

Tabel 4.7

(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan)

**Kemampuan teller untuk cepat tanggap terhadap
komplain yang disampaikan oleh pelanggan**

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Bobot
40	50	10	-	-	430

Sumber: Hasil Kuesioner

Keterangan bobot = (40 x 5) + (50 x 4) + (10 x 3)

$$= 430$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kinerja dan tingkat harapan terhadap kepuasan nasabah:

Rumus tingkat kesesuaian perbandingan:

$$TKi \frac{Xi}{Yi} X 100 \%$$

$$\frac{311}{430} X 100\%$$

$$= 72,32 \%$$

b. Kemampuan teller untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.

Kemudahan dalam penanganan masalah transaksi perbankan nasabah adalah menjadi salah satu kebutuhan nasabah. Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, diperoleh tingkat kinerja PT. Bank X dan tingkat harapan nasabah terhadap kemudahan dalam kemampuan teller untuk cepat tanggap dalam

menghadapi masalah yang timbul, maka responden mayoritas menyatakan baik dengan pelayanan ini.

Dari 100 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.8
(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja)
Kemampuan teller untuk cepat tanggap
dalam menghadapi masalah yang timbul.

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Bobot
7	53	26	14	-	353

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (7 \times 5) + (53 \times 4) + (26 \times 3) + (14 \times 2) \\ &= 353\end{aligned}$$

Tabel 4.9
(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan)
Kemampuan teller untuk cepat tanggap
dalam menghadapi masalah yang timbul.

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Bobot
44	41	15	-	-	429

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (44 \times 5) + (41 \times 4) + (15 \times 3) \\ &= 429\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kinerja dan tingkat harapan terhadap kepuasan nasabah:

Rumus tingkat kesesuaian perbandingan :

$$TKi \frac{Xi}{Yi} \times 100 \%$$

$$\frac{353}{429} \times 100\%$$

$$= 82,28 \%$$

3. Empati (*Empathy*)

a. Selalu bertanggung jawab dan memberikan perhatian terhadap transaksi yang dilakukan pelanggan.

Pada pelayanan ini petugas harus dapat memberikan perhatian terhadap transaksi yang dilakukan oleh pelanggan.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, diperoleh tingkat kinerja PT. Bank X dan tingkat harapan nasabah terhadap tanggung jawab dan memberikan perhatian terhadap transaksi yang dilakukan pelanggan, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik dengan pelayanan ini.

Dari 100 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.10

(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja)

Selalu bertanggung jawab dan memberikan perhatian terhadap transaksi yang dilakukan pelanggan.

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Bobot
4	29	56	10	1	325

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (4 \times 5) + (29 \times 4) + (56 \times 3) + (10 \times 2) + (1 \times 1) \\ &= 325\end{aligned}$$

Tabel 4.11

(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan)

Selalu bertanggung jawab dan memberikan perhatian terhadap transaksi yang dilakukan pelanggan.

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Bobot
25	47	26	2	-	395

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (25 \times 5) + (47 \times 4) + (26 \times 3) + (2 \times 2) \\ &= 395\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kinerja dan tingkat harapan terhadap kepuasan nasabah:

Rumus tingkat kesesuaian perbandingan:

$$TKi \frac{Xi}{Yi} \times 100 \%$$

$$\begin{aligned}&\frac{325}{395} \times 100\% \\ &= 82,27 \%\end{aligned}$$

b. Selalu memberikan perhatian secara individu kepada para pelanggan.

Dalam hal ini petugas dituntut untuk memberikan perhatian kepada nasabah.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, diperoleh tingkat kinerja PT. Bank X dan tingkat harapan nasabah terhadap memberikan perhatian secara

individu kepada para pelanggan maka responden mayoritas menyatakan baik dengan pelayanan ini.

Dari 100 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.12

(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja)

Selalu memberikan perhatian secara individu kepada para pelanggan.

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Bobot
6	42	36	11	5	333

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (6 \times 5) + (42 \times 4) + (36 \times 3) + (11 \times 2) + (5 \times 1) \\ &= 333\end{aligned}$$

Tabel 4.13

(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan)

Selalu memberikan perhatian secara individu kepada para pelanggan.

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Bobot
48	44	7	1	-	439

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (48 \times 5) + (44 \times 4) + (7 \times 3) + (1 \times 2) \\ &= 439\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kinerja dan tingkat harapan terhadap kepuasan nasabah:

Rumus tingkat kesesuaian perbandingan :

$$TKi \frac{Xi}{Yi} \times 100 \%$$

$$\frac{333}{439} \times 100\% = 75,85 \%$$

4. Fasilitas Fisik (*Tangibles*)

a. Interior yang memadai (ukuran, bentuk, dan warna *counter*).

Setiap bank harus memiliki kenyamanan dan keamanan untuk nasabah bertransaksi dilihat dari segi interior yang memadai.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, diperoleh tingkat kinerja PT. Bank X dan tingkat harapan nasabah terhadap interior yang memadai, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik dengan pelayanan ini.

Dari 100 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.14
(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja)

Interior yang memadai (ukuran, bentuk, dan warna *counter*)

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Bobot
2	39	54	4	1	337

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned} \text{Keterangan bobot} &= (2 \times 5) + (39 \times 4) + (54 \times 3) + (4 \times 2) + (1 \times 1) \\ &= 337 \end{aligned}$$

Tabel 4.15

(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan)

Interior yang memadai (ukuran, bentuk, dan warna counter)

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Bobot
44	40	13	3	-	425

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (44 \times 5) + (40 \times 4) + (13 \times 3) + (3 \times 2) \\ &= 425\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kinerja dan tingkat harapan terhadap kepuasan nasabah:

Rumus tingkat kesesuaian perbandingan:

$$TKi \frac{Xi}{Yi} \times 100 \%$$

$$\frac{337}{425} \times 100\%$$

$$= 79,29 \%$$

b. Kebersihan dan kerapian meja teller.

Faktor ini diperlukan karena menyangkut dengan *image* yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, diperoleh tingkat kinerja PT. Bank X dan tingkat harapan nasabah terhadap kebersihan dan kerapian meja teller, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik dengan pelayanan ini.

Dari 100 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.16
(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja)
Kebersihan dan kerapian meja teller

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Bobot
5	36	47	10	2	332

Sumber: Hasil Kuesioner

Keterangan bobot = $(5 \times 5) + (36 \times 4) + (47 \times 3) + (10 \times 2) + (2 \times 1)$
= 332

Tabel 4.17
(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan)
Kebersihan dan kerapian meja teller

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Bobot
50	44	6	-	-	444

Sumber: Hasil Kuesioner

Keterangan bobot = $(50 \times 5) + (44 \times 4) + (6 \times 3)$
= 444

Hasil yang diperoleh antara tingkat kinerja dan tingkat harapan terhadap kepuasan nasabah:

Rumus tingkat kesesuaian perbandingan:

$$TKi \frac{Xi}{Yi} \times 100 \%$$

$$\frac{332}{444} \times 100\%$$

$$= 74,77 \%$$

c. *Layout counter* (letak meja, jalur antrian, dan petunjuk)

Faktor ini diperlukan karena menyangkut dengan *image* yang diberikan oleh perusahaan itu sendiri.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, diperoleh tingkat kinerja PT. Bank X dan tingkat harapan nasabah terhadap *layout counter* (letak meja, jalur antrian, dan petunjuk), maka responden mayoritas menyatakan cukup baik dengan pelayanan ini.

Dari 100 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.18

(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja)

***Layout counter* (letak meja, jalur antrian, dan petunjuk)**

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Bobot
3	42	47	8	-	340

Sumber: Hasil Kuesioner

Keterangan bobot = $(3 \times 5) + (42 \times 4) + (47 \times 3) + (8 \times 2)$

$$= 340$$

Tabel 4.19

(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan)

Layout counter (letak meja, jalur antrian, dan petunjuk)

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Bobot
53	42	5	-	-	448

Sumber: Hasil Kuesioner

Keterangan bobot = (53 x 5) + (42 x 4) + (5 x 3)

$$= 448$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kinerja dan tingkat harapan terhadap kepuasan nasabah:

Rumus tingkat kesesuaian perbandingan:

$$TKi \frac{Xi}{Yi} \times 100 \%$$

$$\frac{340}{448} \times 100\%$$

$$= 75,89 \%$$

5. Jaminan (*Assurance*)

a. Pengetahuan, kemampuan dan kesopanan teller dalam menanyakan bantuan dan melayani transaksi pelanggan

Seorang petugas dituntut untuk dapat memiliki pengetahuan yang luas dalam bidangnya.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, diperoleh tingkat kinerja PT. Bank X dan tingkat harapan nasabah terhadap pengetahuan, kemampuan dan kesopanan teller dalam menanyakan bantuan dan melayani

transaksi pelanggan, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik dengan pelayanan ini.

Dari 100 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.20

(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja)

Pengetahuan, kemampuan dan kesopanan teller

dalam menanyakan bantuan dan melayani transaksi pelanggan

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Bobot
5	28	58	8	1	328

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned} \text{Keterangan bobot} &= (5 \times 5) + (28 \times 4) + (58 \times 3) + (8 \times 2) + (1 \times 1) \\ &= 328 \end{aligned}$$

Tabel 4.21

(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan)

Pengetahuan, kemampuan dan kesopanan teller

dalam menanyakan bantuan dan melayani transaksi pelanggan

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Bobot
37	53	10	-	-	427

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned} \text{Keterangan bobot} &= (37 \times 5) + (53 \times 4) + (10 \times 3) \\ &= 427 \end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kinerja dan tingkat harapan terhadap kepuasan nasabah:

Rumus tingkat kesesuaian perbandingan:

$$TK_i \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \%$$

$$\frac{328}{427} \times 100\%$$

$$= 76,81 \%$$

b. Kemampuan teller untuk berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan

Dari sekian banyak nasabah, setiap petugas diharapkan dapat berkomunikasi secara efektif dalam menghadapi nasabah.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, diperoleh tingkat kinerja PT. Bank X dan tingkat harapan nasabah terhadap berkomunikasi secara efektif dalam menghadapi nasabah maka responden mayoritas menyatakan cukup baik dengan pelayanan ini.

Dari 100 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.22

(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja)

Kemampuan teller untuk berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan

Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Kurang Baik	Tidak Baik	Bobot
2	46	47	5	-	345

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned} \text{Keterangan bobot} &= (2 \times 5) + (46 \times 4) + (47 \times 3) + (5 \times 2) \\ &= 345 \end{aligned}$$

Tabel 4.23

(Penilaian Responden Terhadap Tingkat Harapan)

Kemampuan teller untuk berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan

Sangat Penting	Penting	Cukup Penting	Kurang Penting	Tidak Penting	Bobot
47	45	7	1	-	438

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (47 \times 5) + (45 \times 4) + (7 \times 3) + (1 \times 2) \\ &= 438\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat kinerja dan tingkat harapan terhadap kepuasan nasabah:

Rumus tingkat kesesuaian perbandingan:

$$TK_i \frac{X_i}{Y_i} \times 100 \%$$

$$\frac{345}{438} \times 100\%$$

$$= 78,76 \%$$

C. Diagram Kartesius

1. Kuadran A

Kuadran ini menunjukkan elemen atau atribut jasa yang tingkat harapannya di atas rata-rata akan tetapi kurang mendapatkan perhatian dari pihak manajemen PT. Bank X sehingga tingkat kinerja di bawah rata-rata, sehingga kurang memuaskan nasabah.

2. Kuadran B

Kuadran ini menunjukkan elemen atau atribut jasa yang dianggap oleh nasabah (diatas rata-rata) dan dilaksanakan pihak PT. Bank X dengan baik, *performance* atau kinerja diatas rata-rata, nasabah menjadi puas.

3. Kuadran C

Kuadran ini menunjukkan elemen jasa yang dilakukan dengan pas-pasan oleh pihak PT. Bank X dan tidak dianggap sebagai suatu yang penting oleh nasabah.

4. Kuadran D

Kuadran ini menunjukkan elemen jasa yang tidak begitu penting oleh nasabah yang dilaksanakan sangat baik oleh pihak manajemen sebagai suatu yang mungkin sangat berlebihan.



Tabel 4.24
Perhitungan Rata-Rata Penilaian Kepentingan Dan Penilaian Harapan
Pada Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah Pada PT. Bank X

No	Faktor-faktor kepuasan nasabah PT. Bank X	Penilaian Kinerja	Penilaian Harapan	X	Y
1	Ketepatan dan kecepatan pelayanan	380	432	3,80	4,32
2	Keakuratan dalam menghitung uang	313	431	3,13	4,31
3	Kemampuan teller untuk cepat tanggap terhadap komplain yang disampaikan oleh pelanggan.	311	430	3,11	4,30
4	Kemampuan teller untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.	353	429	3,53	4,29
5	Selalu bertanggung jawab dan memberikan perhatian terhadap transaksi yang dilakukan pelanggan.	325	395	3,25	3,95
6	Selalu memberikan perhatian secara individu kepada para pelanggan.	333	439	3,33	4,39
7	Interior yang memadai (ukuran, bentuk, dan warna counter).	337	425	3,37	4,25
8	Kebersihan dan kerapian meja teller.	332	444	3,32	4,44
9	Layout counter (letak meja, jalur antrian, dan petunjuk)	340	448	3,40	4,48
10	Pengetahuan, kemampuan dan kesopanan teller dalam menanyakan bantuan dan melayani transaksi pelanggan.	328	427	3,28	4,27
11	Kemampuan teller untuk berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan	345	438	3,45	4,38

Jumlah	36,57	47,38
Rata-rata (X dan Y)	3,32	4,30

X dan Y = nilai rata-rata dari 100 orang responden

Sumber: Hasil Perhitungan Kuesioner

Hasil pengukuran unsur-unsur jasa ini berdasarkan tingkat harapan dan kinerjanya yang memungkinkan pihak manajemen PT. Bank X untuk dapat menitik-beratkan usaha-usaha perbaikan untuk hal-hal atau atribut yang dianggap penting saja untuk nasabah.

Adapun rata-rata yang terlihat pada gambar 4.24 bahwa 2 faktor yang paling utama menjadi perhatian untuk memperbaiki kualitas pelayanan PT. Bank X.

Dalam diagram kartesius ini terlihat, bahwa letak dari unsur-unsur pelaksanaan faktor-faktor atribut yang mempengaruhi kepuasan nasabah terbagi menjadi empat bagian. Adapun interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Kuadran A

Dalam kuadran ini menunjukkan faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan nasabah dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh pihak Manajemen PT. Bank X, karena keberadaan faktor-faktor ini dinilai sangat penting oleh nasabah, sedangkan tingkat pelaksanaan masih belum memuaskan.

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- 1) Keakuratan dalam menghitung uang
- 2) Kemampuan teller untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul

b. Kuadran B

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam kuadran ini perlu dipertahankan karena pada umumnya tingkat pelaksanaannya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan nasabah, sehingga dapat memuaskan nasabah.

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- 1) Ketepatan dan kecepatan pelayanan
- 2) Selalu memberikan perhatian secara individu terhadap pelanggan
- 3) Kebersihan dan kerapian meja teller
- 4) *Layout counter* (letak meja, jalur antrian dan petunjuk)
- 5) Kemampuan teller untuk berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan

c. Kuadran C

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah berada pada kuadran ini dinilai masih dianggap kurang penting bagi nasabah, sedangkan kualitas pelayanannya biasa atau cukup saja.

Faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- 1) Selalu bertanggung jawab dan memberikan perhatian terhadap transaksi yang dilakukan pelanggan
- 2) Pengetahuan, kemampuan dan kesopanan teller dalam menanyakan bantuan dan melayani transaksi pelanggan

d. Kuadran D

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan nasabah dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya. Hal ini terutama disebabkan karena nasabah menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh pihak manajemen PT. Bank X, sehingga sangat memuaskan.

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah:

- 1) Kemampuan teller untuk cepat tanggap terhadap komplain yang disampaikan oleh pelanggan
- 2) Interior yang memadai (ukuran, bentuk dan warna *counter*)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa dari hasil pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelayanan yang dilakukan oleh teller pada PT Bank X terdiri dari:
 - a. Sikap pada awal layanan:
 - Berdiri
 - Senyum, salam, sapa dan sebut nama
 - b. Sikap selama melayani:
 - Pengecekan formulir/jumlah uang/surat berharga
 - Konfirmasi transaksi dan jumlah uang
 - c. Sikap pada akhir pelayanan:
 - Konfirmasi transaksi
 - Menanyakan bantuan
 - Cross selling produk
 - Senyum, salam, sapa dan sebut nama
2. Tanggapan pelanggan atau nasabah terhadap pelayanan yang dilakukan oleh teller pada PT Bank X adalah sesuai dengan apa yang diharapkan oleh nasabah. Hal ini bisa kita lihat dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa indikator variabel kepuasan terbanyak berada pada kuadran B (pada Diagram Kartesius) yaitu Pertahankan Prestasi. Artinya, tingkat harapan

nasabah terhadap pelayanan sesuai dengan kinerja teller pada PT Bank X. Meskipun masih ada dua faktor yang dianggap belum memuaskan bagi nasabah, seperti keakuratan dalam menghitung uang dan kemampuan teller untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul. Kemudian empat faktor lainnya dianggap kurang penting oleh nasabah dalam melakukan pelayanan, yaitu selalu bertanggung jawab dan memberikan perhatian terhadap transaksi yang dilakukan pelanggan, pengetahuan, kemampuan dan kesopanan teller dalam menanyakan bantuan dan melayani transaksi pelanggan, kemampuan teller untuk cepat tanggap terhadap komplain yang disampaikan oleh pelanggan, serta interior yang memadai (ukuran, bentuk dan warna *counter*).

3. Faktor-faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT Bank X adalah:
 - a) Keakuratan dalam menghitung uang.
 - b) Kemampuan teller untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.
 - c) Ketepatan dan kecepatan pelayanan.
 - d) Selalu memberikan perhatian secara individu terhadap pelanggan.
 - e) Kebersihan dan kerapian meja teller.
 - f) *Layout counter* (letak meja, jalur antrian dan petunjuk).
 - g) Kemampuan teller untuk berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan uraian analisa diatas dan pembahasan sebelumnya, dapatlah kiranya penulis mengajukan beberapa saran untuk dijadikan bahan pemikiran bagi pihak PT. Bank X. Dalam hal ini PT. Bank X untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang akan datang, antara lain:

1. Konsisten adalah kunci utama dalam melakukan pelayanan yang baik, disertai dengan adanya monitoring dari atasan yang rutin, serta adanya *roleplay* dan *role model* yang bisa dijadikan acuan dalam hal pelayanan untuk perbaikan yang terus-menerus.
2. Setiap nasabah menginginkan pelayanan cepat khususnya dalam perhitungan uang, karena cukup panjangnya antrian pada teller, sehingga tidak ada waktu menunggu lama-lama untuk bertransaksi. Untuk itu, dibutuhkan pelatihan yang rutin terhadap keterampilan dalam menghitung uang yang terdiri dari berbagai macam pecahan nilai uang.
3. Dalam hal melayani kepada nasabah, pasti selalu ada masalah-masalah yang timbul secara tidak diperkirakan, misalnya masalah teknis, masalah prosedur, masalah *intern* maupun *extern* yang akan mempengaruhi teller dalam melakukan pelayanan kepada nasabah. Untuk itu, setiap harinya diperlukan *briefing* baik itu antar teller maupun antar bagian atau divisi, untuk berbagi pengetahuan dan keterampilan dan juga untuk membicarakan masalah-masalah yang timbul sehingga dapat dijadikan jalan keluar bila masalah-masalah itu dialami.

4. Teller dalam melakukan pelayanan kepada nasabah tentunya mempunyai suatu standar pelayanan perusahaan dalam pelayanan. Hal ini haruslah selalu dipahami dengan detil tiap-tiap *point* dan dilaksanakan dengan baik oleh masing-masing individu.
5. Dalam melakukan pelayanan tidak boleh terjadi *over service*, hal ini hanya dapat dilakukan terhadap nasabah-nasabah tertentu saja atau nasabah prioritas. Karena kita bisa lengah terhadap peraturan bahkan terhadap prinsip kehati-hatian bila kita melakukan *over service*. Untuk itu, tetap harus selalu waspada dan berhati-hati dalam melakukan setiap transaksi kepada nasabah.
6. Penulis menyadari keterbatasan dalam pengambilan data hanya pada beberapa waktu tertentu saja bukan secara generalisasi tentang pelayanan teller pada PT Bank X ini.



DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*, edisi bahasa Indonesia, PT. Index Kelompok Gramedia, Jakarta
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, edisi bahasa indonesia. PT. Index Kelompok Gramedia, Jakarta
- Kotler, Philip and Gary Amstrong. *Dasar-dasar Pemasaran*, alih bahasa Alexander Sindiro dan Bambang Sarwiji, Edisi 9, 2003 PT. Index, Jakarta
- Rambat Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori Dan Praktik*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 10/1998. Tanggal 10 November 1998
- Prof. Dr. Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Jakarta
- Prof. Drs. Johaness Suprpto. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, Penerbit Cipta, Jakarta
- Prof. Drs. Johaness Suprpto. 2003. *Metode Riset Aplikasinya dalam Pemasaran*, Rineka Cipta, Jakarta
- Majalah Buletin PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. 2005. Edisi III-V, Jakarta



**KUESIONER PELAYANAN TELLER
PT. BANK X DI JAKARTA**

Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Sdr/Sdri
Di tempat

Kami sebagai peneliti mengucapkan terima kasih atas kesediaannya membantu kami untuk mengisi kuesioner yang telah kami buat. Kami mohon untuk memberikan penilaian terhadap pelayanan yang dilakukan oleh teller pada PT. Bank X dengan menjawab seluruh pertanyaan yang tersedia dengan sejujurnya. Dalam menjawab setiap pertanyaan, anda cukup memilih dari jawaban yang tersedia dengan membubuhi (X) dalam kotak.

Kesedian anda sangat kami harapkan untuk meningkatkan kepuasan layanan kepada anda. Atas perhatian dan kerja-samanya kami mengucapkan terima kasih.

Data Identitas Diri

Nama responden : (boleh tidak diisi)
Jenis kelamin : L / P
Umur :
Pekerjaan : a. Pelajar / Mahasiswa
b. Pegawai Negeri / TNI
c. Karyawan Swasta
d. Profesional (Dokter, Pengacara, dll)

No	Dimensi	Indikator	Tingkat Kepentingan					Harapan				
			SB	B	CB	KB	TB	SP	P	CP	KP	TP
1	<i>Realibility</i>	Ketepatan dan kecepatan pelayanan										
2		Keakuratan dalam menghitung uang										
3	<i>Responsiveness</i>	Kemampuan teller untuk cepat tanggap terhadap komplain yang disampaikan oleh pelanggan										
4		Kemampuan teller untuk cepat tanggap dalam menghadapi masalah yang timbul.										
5	<i>Empathy</i>	Selalu bertanggung jawab dan memberikan perhatian terhadap transaksi yang dilakukan pelanggan.										
6		Selalu memberikan perhatian secara individu kepada para pelanggan.										
7	<i>Tangibles</i>	Interior yang memadai (ukuran, bentuk, dan warna counter).										
8		Kebersihan dan kerapian meja teller.										

No	Dimensi	Indikator	Tingkat Kepentingan					Harapan				
			SB	B	CB	KB	TB	SP	P	CP	KP	TP
9		<i>Layout counter</i> (letak meja, jalur antrian, dan petunjuk)										
10	<i>Assurance</i>	Pengetahuan, kemampuan dan kesopanan teller dalam menanyakan bantuan dan melayani transaksi pelanggan										
11		Kemampuan teller untuk berkomunikasi secara efektif dengan pelanggan.										

Keterangan :

Untuk tingkat kinerja

- o Sangat Baik : SB
- o Baik : B
- o Cukup Baik : CB
- o Kurang Baik : KB
- o Tidak Baik : TB

Untuk tingkat harapan

- o Sangat Penting : SP
- o Penting : P
- o Cukup Penting : CP
- o Kurang Penting : KP
- o Tidak Penting : TP

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Gino Geovany Indrawan

Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 9 Agustus 1982

Alamat : Jln. Tutul VII No 521 Blok P
Pondok Bambu Jakarta Timur 13430

No. Telepon : (021) 8612265 , 08159219721

Agama : Islam

Jenis Kelamin : Pria

Kewarganegaraan : Indonesia

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1. SDN 07 Pagi, Pondok Bambu Jakarta Timur (1989-1994)
2. SMPN 135, Pondok Bambu Jakarta Timur (1994-1997)
3. SMUN 91, Pondok Kelapa Jakarta Timur (1997-2000)
4. Universitas Padjadjaran, D3 FISIP, Administrasi Bisnis (2001-2004)
5. Universitas Mercu Buana, S1 Ekonomi Manajemen (2005-2008)