

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN PADA
PT. BANK CENTRAL ASIA TBK
KACAPEM KELAPA GADING VILLA**

SKRIPSI

Program Studi Manajemen

Nama : ADAM PERDHANA

NIM : 03103 - 064



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2008**

**ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN PADA
PT. BANK CENTRAL ASIA TBK
KACAPEM KELAPA GADING VILLA**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar SARJANA EKONOMI
Program Studi Manajemen**

N a m a : ADAM PERDHANA

N I M : 03103 - 064



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2008**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Adam perdhana
NIM : 03103 - 064
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Analisis kepuasn nasabah terhadap kualitas pelayanan
pada PT. Bank BCA Kacapem kelapa gading villa
Tanggal Ujian Skripsi :

Disahkan Oleh :

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

(Lianah, SE, M.Com)

Tanggal :

Dekan

Ketua Program Studi

(Dra. Yuli Harwani, MM)

Tanggal :

(Arief Bowo Prayoga, SE, MM)

Tanggal :

LEMBAR PENGESAHAN DEWAN PENGUJI

Nama : Adam perdhana
NIM : 03103 - 064
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Analisi kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan
pada PT. Bank BCA Kacapem kelapa gading villa
Tanggal Ujian Skripsi :

Disahkan Oleh :

Pembimbing

(Lianah, SE, M.Com)

Tanggal :

Penguji I

Penguji II

(Hesti Maheswari, SE.M.SI)

Tanggal :

(Tri Wahyono, SE,MM)

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum wr.wb

Segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena atas segala nikmat-Nya yang diberikan kepada kita, yang salah satunya berupa nikmat kesehatan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan judul “ **ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA PT. BANK BCA KACAPEM KELAPA GADING VILLA**”

Dengan segala kemampuan yang ada, penulis berupaya untuk menghimpun data dan informasi yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini. Jika terdapat kesalahan didalam penulisan ini, penulis meminta maaf, karena manusia tidaklah luput dari kesalahan, namun penulis akan berupaya untuk lebih meningkatkan kemampuan dan pengetahuan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itulah dalam kesempatan ini penulis hendak menyampaikan ucapan terimakasih kepada :

1. ALLAH SWT yang memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya kepadaku, atas berkah- Nyalah aku dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi Besar Muhammad SAW. Nabi yang memberikan contoh sifat tauladan kepada manusia.
3. Kepada Bapak dan Ibu ku yang selalu memberiku semangat yang luar biasa dan juga dengan doanya yang tulus, sehingga memotivasiku untuk menyelesaikan skripsi ini.

4. Kepada Adik, Kakek dan Nenek serta Om ku yang telah membantu memberikan dukungannya dalam menyelesaikan skripsiku ini.
5. Kepada Dra. Yuli Harwani, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Mercu Buana.
6. Kepada Bapak Arief Bowo Prayoga, SE, MM, selaku ketua program studi Manajemen Universitas Mercu Buana.
7. Ibu Lianah, SE, M.Com, selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan pengarahan baik secara materi maupun secara teknis, serta memberikan masukan bagi penulis dalam menyusun sripsi ini.
8. Pimpinan PT. Bank Central Asia Tbk Kacapem Kelapa gading villa beserta staff yang memberikan kesempatan penulis dalam melakukan penelitian.
9. Terima kasih untuk “Ang ‘03” yang selalu memberikan “SEMANGAT”, dan selalu mendengarkan keluh kesahku.
10. Terima kasih untuk Manap , untuk waktunya yang selalu siaga saat dibutuhkan dalam pembuatan skripsiku ini.
11. Terima kasih untuk ”Lidia wati istriku tercinta” yang udah mau kasih saran, dan mendengarkan keluh kesah, senang sedihku, Aq berharap kita bisa terus selamanya.

Jakarta, April 2009

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
 BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	3
 BAB II. LANDASAN TEORI	5
A. Pengertian Pemasaran	5
1. Definisi Pemasaran	5
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	6
B. Bauran Pemasaran Jasa	7
C. Kualitas Pelayanan	10
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	10
2. Karakteristik Jasa	11
3. Dimensi Kualitas Jasa	13

D. Kepuasan Pelanggan	15
1. Definisi Kepuasan Pelanggan	15
2. Yang mempengaruhi kepuasan pelanggan	17
E. Definisi Bank	18
F. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen	19
 BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	 22
A. Gambaran Umum	22
1. Lokasi dan alamat perusahaan	22
2. Sejarah singkat perusahaan	22
3. Struktur Organisasi	24
B. Metodologi Penelitian	27
C. Populasi dan sampel penelitian	27
D. Definisi Operasional Variabel	29
E. Metode Pengumpulan Data	31
F. Metode Analisis Data	32
 BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	 36
A. Karakteristik Responden	36
B. Analisa Tingkat Pelayanan	39
C. Analisis Tingkat Harapan Nasabah	45
D. Diagram Kertesiuss	58

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	71
	A. Kesimpulan	71
	B. Saran	72

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Variabel , Dimensi dan Indikator
Tabel 4.1	Jenis Kelami
Tabel 4.2	Usia Responden
Tabel 4.3	Pekerjaan responde
Tabel 4.4	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kimerja Kemudahan Dalam Pencarian Informasi
Tabel 4.5	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Dalam Jam Buka Bank
Tabel 4.6	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Kemudahan Dalam Pencarian Folmulir
Tabel 4.7	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Kejelasan Informasi Waktu Menyampaikan Jasa
Tabel 4.8	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Kecepatan Dan Ketetapan Dalam Pelayanan
Tabel 4.9	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Kesediaan Karyawan Dalam Membantu Nasabah
Tabel 4.10	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Karyawan Melayani Nasabah Dengan Ramah
Tabel 4.11	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Karyawan Dapat Berkomunikasi Dengan Baik Dan Mudah Dimengerti
Tabel 4.12	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Perhatian Karyawan Terhadap Kepentingan Nasabah

Tabel 4.13	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Kemampuan Karyawan Dalam Menyelesaikan Masalah
Tabel 4.14	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Kemampuan Karyawan Dalam Menghadapi Nasabah
Tabel 4.15	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Karyawan Memberikan Penjelasan Secara Jelas Dan Jujur
Tabel 4.16	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Penampilan Dan Kerapihan Petugas
Tabel 4.17	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Kebersihan Dan Kenyamanan Ruang Pelayanan
Tabel 4.18	Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Kemuktahiran Peralatan Dan Teknologi
Tabel 4.19	Tingkat Harapan Terhadap Kemudahan Dalam Mencari Informasi
Tabel 4.20	Tingkat Harapan Terhadap Ketepatan Waktu Dalam Jam Buka Bank
Tabel 4.21	Tingkat Harapan Terhadap Kemudahan Dalam Pencarian Folmulir
Tabel 4.22	Tingkat Harapan Terhadap Kejelasan Informasi Waktu Menyampaikan Jasa
Tabel 4.23	Tingkat Harapan Terhadap Kecepatan dan ketetapan Dalam Pelayanan
Tabel 4.24	Tingkat Harapan Terhadap Kediaan Karyawan Dalam Membantu Nasabah
Tabel 4.25	Tingkat Harapan Terhadap Kediaan Karyawan Melayani Nasabah dengan Ramah

- Tabel 4.26 Tingkat Harapan Terhadap Kesiediaan Karyawan Dapat Berkomunikasi Dengan Baik Dan Mudah Dimengerti
- Tabel 4.27 Tingkat Harapan Terhadap Kesiediaan Perhatian Karyawan Terhadap Kepentingan Nasabah
- Tabel 4.28 Tingkat Harapan Terhadap Kemampuan Karyawan Dalam Menyelesaikan Masalah
- Tabel 4.29 Tingkat Harapan Terhadap Kemampuan Karyawan Dalam Menghadapi Nasabah
- Tabel 4.30 Tingkat Harapan Terhadap Karyawan Memberikan Penjelasan Secara Jelas Dan Jujur
- Tabel 4.31 Tingkat Harapan Terhadap Penampilan Dan Kerapihan Petugas
- Tabel 4.32 Tingkat Harapan Terhadap Kebersihan Dan Kenyamanan Ruang Pelayanan
- Tabel 4.33 Tingkat Harapan Terhadap Kemuktahiran Peralatan Dan Teknologi
- Tabel 4.34 Perhitungan Rata-rata Penilaian pelaksanaan dan penilaian kepentingan Pada faktor-faktor yang mempengaruhi Nasabah pada Bank Central Asia Kacapem Kelapa Gading Villa

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Diagram Kartesius.....	34
Gambar 2	Diagrm Kartesius dan Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BCA Kacapem kelapa Gading Villa.....	67



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Struktur Organisasi PT Bank BCA
Lampiran 2	Kuesioner
Lampiran 3	Surat Riset dari PT Bank BCA



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha dewasa ini diwarnai dengan persaingan perusahaan jasa yang cukup tajam dan ketat, situasi ini menciptakan iklim dunia usaha yang berkembang dan dinamis. Berbagai cara strategi dilakukan oleh perusahaan jasa untuk menghadapi persaingan dan tantangan yang berkembang, suatu perusahaan jasa pada umumnya didirikan dengan tujuan untuk mengelola keuntungan, berkembang dan mampu bertahan dalam menghadapi ancaman dari pesaingnya, untuk mencapai tujuan tersebut perusahaan jasa harus selalu siap dalam menghadapi berbagai macam resiko, ancaman dan tantangan terutama berasal dari perusahaan-perusahaan pesaing yang menghasilkan jasa yang sejenis.

Seiring dengan semakin pesatnya perkembangan industri jasa terutama perbankan, maka semakin terbuka lebar peranan perbankan dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pada saat ini masyarakat sangat mudah menemukan bank, masing-masing bank berusaha menampilkan dirinya sebaik mungkin agar dapat merebut perhatian dan pangsa pasar.

Pada saat ini banyak penyedia jasa seperti bank, yang semakin menyadari bahwa kepuasan nasabah merupakan syarat yang utama dalam menyampaikan pelayanan. Salah satu strategi yang amat penting untuk sukses dan bertahan dalam persaingan yang semakin kompetitif adalah memberikan jasa yang

berkualitas kepada nasabah. Pelayanan atau service merupakan motor penggerak utama dalam pemenuhan kebutuhan pelanggan akan kepuasan yang akan menyeluruh pada suatu produk atau jasa yang ditawarkan oleh industri perbankan. Salah satu cara utama perusahaan jasa untuk dapat membedakan dirinya sendiri dibanding dengan yang lain adalah dengan cara konsisten menyampaikan mutu dan kualitas lebih tinggi dibanding dengan para pesaingnya. Banyak perusahaan menyadari bahwa kualitas pelayanan yang luar biasa dapat memberikan keunggulan bersaing yang kuat kepada mereka serta menghasilkan penjualan dan laba tinggi.

Hal ini disadari oleh Bank BCA untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan juga berusaha untuk mengimplementasikan salah satu visi Bank BCA yaitu menjadikan Bank BCA menjadi lima besar lembaga keuangan di Indonesia. Visi ini diwujudkan dengan upaya peningkatan kemampuan pelayanan pada karyawan yang berhubungan langsung dengan nasabah dengan melalui training yang dilakukan dari dalam maupun dari luar Bank BCA seperti SA (*Sales Asistent*) yang menjadi cerminan identitas dari frontliners Bank BCA.

Pelayanan merupakan unsur yang tidak dapat dipisahkan bagi setiap kegiatan Bank BCA dalam menawarkan, menjual dan memproses suatu produk, karena pelayanan difokuskan oleh Bank BCA dalam menuju kepuasan nasabah akan produk Bank BCA, melalui pelayanan perbankan selama 24 jam sehari melalui telepon dengan pulsa lokal dan beragam jalur distribusi ada di semua kantor cabang, kiostronik, ATM, phone banking, internet banking dan lain sebagainya, sebagai wadah komunikasi bagi para nasabah maupun calon

nasabah yang dapat dimanfaatkan setiap waktu untuk informasi mengenai Bank BCA dan produk-produknya. Semua dilakukan Bank BCA dalam rangka memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah.

Berdasarkan dasar uraian singkat diatas, maka penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan yang ada didalam skripsi ini yang berjudul **“ANALISIS KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN PADA PT. BANK BCA KACAPEM KELAPA GADING VILLA”**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas, maka permasalahan yang akan dikaji adalah sebagai berikut :

1. Bagaimanakah pelayanan yang telah diberikan oleh Bank BCA Kacapem Kelapa Gading Villa?
2. Apakah pelayanan oleh Bank BCA Kacapem Kelapa Gading Villa telah dapat memberikan kepuasan konsumen ?

C. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk mengetahui seberapa erat hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah.

2. Manfaat dari penelitian ini adalah :

a. Bagi Perusahaan

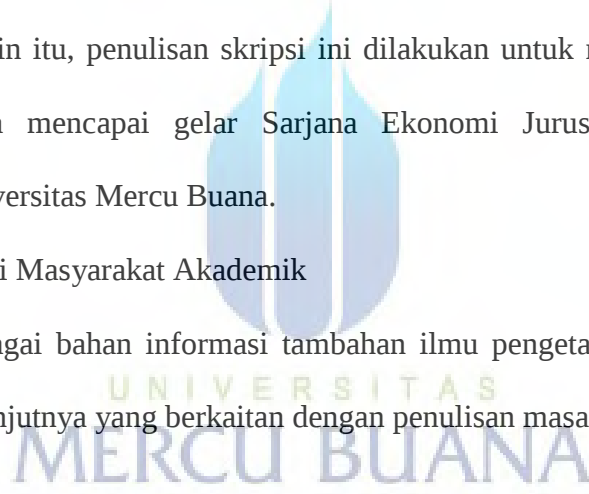
Sebagai bahan masukan dan sumbangan pemikiran bagi perusahaan khususnya mengenai pelayanan yang diberikan oleh bank terhadap kepuasan nasabah perusahaan dalam upaya peningkatan kualitas pelayanan.

b. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan terapan disamping pengetahuan teoritis yang telah penulis dapatkan dibangku perkuliahan. Selain itu, penulisan skripsi ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen pada Universitas Mercu Buana.

c. Bagi Masyarakat Akademik

Sebagai bahan informasi tambahan ilmu pengetahuan untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penulisan masalah ini.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran

Pemasaran mempunyai arti yang sangat luas, yaitu meliputi seluruh aktivitas untuk mengetahui dan memenuhi kebutuhan konsumen, baik berupa barang maupun jasa. Pemasaran memegang penting dalam siklus operasional perusahaan itu sendiri dan hal tersebut didukung oleh sumber daya yang berkualitas sehingga mampu mencapai tujuan perusahaan serta dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan pelanggan. Berikut ini adalah beberapa definisi pemasaran menurut pakar ekonomi.

1. Definisi Pemasaran

Definisi pemasaran menurut Kotler (2000:8)

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan secara bebas mempertukarkan yang bernilai dengan pihak lain.

Definisi pemasaran menurut Basu Swastha (2002:179)

Pemasaran adalah sistem dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Berdasarkan definisi para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah seluruh aktivitas atau kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sekaligus membuat keuntungan pada responden yang menggunakan keseluruhan sumber-sumber dayanya dengan maksimum.

2. Pengertian Manajemen Pemasaran

Definisi menurut Pjilip Kotler dan Gary Amstrong (2001:18) manajemen pemasaran adalah : *“analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian dari program-program yang dirancang untuk menciptakan, membeli sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan”*.

Definisi menurut Basu Swastha dan Irawan (2003:7) manajemen pemasaran adalah: *“penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan tertentu”*.

Berdasarkan kedua pendapat diatas dapat di simpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian atas program yang dirancang untuk menciptakan, membentuk dan mempertahankan pertukaran yang saling menguntungkan dengan konsumen, dengan maksud untuk mencapai tujuan-tujuan organisasi.

B. Bauran Pemasaran Jasa

Marketing mix merupakan *tool* atau alat bagi marketer yang terorganisir berbagai elemen suatu program pemasaran yang perlu dipertimbangkan implementasi strategi pemasaran dan positioning yang ditetapkan berjalan sukses. Marketing mix pada produk yang kita kenal suatu berbeda dengan marketing mix untuk produk jasa. Hal ini terkait dengan perbedaan karakteristik jasa dan barang, marketing mix mencakup 4P : produk, price, place dan promosi. Sedangkan untuk keempat hal tersebut masih kurang mencukupi. Para ahli menambah 3 unsur lagi yaitu : *people, procedd dan Costomer service*.

Ketiga hal ini terkait dengan sifat jasa dimana produk hingga konsumsi merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan mengikut sertakan konsumen dan pemberi jasa secara langsung, dengan kata lain terjadi interaksi langsung antara keduanya. Sebagai suatu bauran elemen-elemen tersebut saling mempengaruhi satu sama lain sehingga salah satu tidak dapat pengorganisasiannya akan mempengaruhi strategi pemasaran keseluruhan. Jadi dengan demikian elemen *marketing mix* menurut lupiyadi (2001:58).

1. Product

Produk merupakan keseluruhan konsep dari suatu objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik produk saja tetapi membeli *benefit* dan *value* dari produk tersebut yang disebut "*The Offer*". Terutama pada produk jasa yang kita kenal tidak menimbulkan beralihnya kepemilikan dari penyedia jasa kepada konsumen.

2. *Price*

Strategi pemasaran harga (*pricing*) sangat signifikan dalam pemberian *value* kepada konsumen dan mempengaruhi *supply*. Akan tetapi yang paling penting adalah keputusan dalam harga harus konsisten dengan strategi pemasaran secara keseluruhan.

3. *Promotion*

Pemasaran pada masa sekarang ini tidak cukup hanya dengan pengembangan produk, peningkatan kualitas, penetapan harga yang terjangkau atau penyaluran produk yang tepat, tetapi terlebih lagi produsen dapat berkomunikasi dengan langganannya. Hal ini bisa dilakukan misalnya dengan promosi, periklanan, atau dengan melatih para tenaga penjual agar dapat menyampaikan pesan produsen tentang produk yang dijualnya.

Pemasar dapat memilih sarana yang dianggap sesuai untuk mempromosikan jasa mereka. Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dengan promosi yaitu:

- a. Identifikasi terlebih dahulu target *audience*-nya, hal ini berhubungan dengan segmentasi pasar.
- b. Tentukan tujuan *promosi*, apakah untuk menginformasikan, mempengaruhi, atau meningkatkan.
- c. Pengembangan pesan yang disampaikan, hal ini berhubungan dengan isi pesan, stuktur pesan, gaya pesan, sumber pesan.
- d. Pemilihan bauran komunikasi, apakah itu personal *comunicotion* atau *non comunicotion*.

4. *Place*

Place dalam service merupakan gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian jasa kepada konsumen dan dimana strategi yang strategis.

5. *Customer Service*

Customer Service pada pemasaran jasa lebih dilihat sangat *outcome* dari kegiatan distribusi dan logistik, dimana pelayanan diberikan kepada konsumen untuk mencapai kepuasan. *Customer service* meliputi aktivitas untuk memberikan kegunaan waktu dan tempat (*time and place utilities*) termasuk pelayanan pra-transaksi, saat transaksi, dan paska-transaksi.

Kegiatan sebelum transaksi akan turut mempengaruhi kegiatan transaksi dan setelah transaksi. Oleh karena itu, kegiatan pendahuluannya harus sebaik mungkin sehingga konsumen memberikan tanggapan yang positif dan menunjukkan loyalitas yang tinggi.

6. *People*

Dalam hubungannya dengan pemasaran jasa, maka *people* yang berfungsi sebagai *service provider* sangat mempengaruhi kualitas jasa yang diberikan. Kepuasan dalam *people* ini berarti sehubungan dengan seleksi, training, motifasi, dan manajemen sumber daya manusia. Untuk mencapai kualitas yang terbaik maka pegawai harus dilatih untuk menyadari pentingnya pekerjaan mereka, yaitu memberikan konsumen kepuasan dalam memenuhi kebutuhannya. Pentingnya *people* dalam pemasaran jasa berkaitan erat dengan *internal marketing*, *internal marketing* adalah: interaksi atau hubungan

antar setiap pegawai dan departemen dalam suatu perusahaan yang dalam hal ini dapat diposisikan sebagai internal costomer dan internal supplier. Sehubungan tersebut adalah untuk mendorong people dalam kinerja memberikan kepuasan kepada konsumen.

7. *Process*

Proses merupakan gabungan semua aktivitas, umumnya dari prosedur, jadwal pekerjaan, mekanisme, aktivitas dan hal-hal rutin. Dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Proses dapat dibedakan menjadi dua cara, yaitu:

- a. *Complexity*, hal ini berhubungan dengan langkah-langkah dan tahap dalam proses.
- b. *Divergence*, berhubungan dengan adanya perubahan dalam langkah atau tahap proses.

C. **Kualitas Pelayanan**

Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

Circa kualitas pelayanan yang baik bukanlah berdasarkan pada persepsi pihak penyedia jasa tetapi berdasarkan persepsi pelanggan, karena pelangganlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa pelayanan perusahaan sehingga konsumen yang seharusnya menentukan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Definisi kualitas menurut Kotler (2003:84) adalah: *“Kualitas adalah totalitas cirri-ciri dan karakteristik suatu produk atau jasa yang berpusat pada kemampuan produk tersebut untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan yang diinginkan”*.

Definisi Jasa Menurut Kotler (2000:428) adalah: *“Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lain dan pada dasarnya tak berwujud, serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”*.

Menurut Zeitham dan Bitner (2000:81): *“kualitas jasa didefinisikan sebagai suatu komponen yang secara kritis mengacu pada persepsi konsumen”*.

Menurut Parauraman, et all, (dalam Lupiyoadi 2001:148): *“Kualitas jasa seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima”*.

2. Karakteristik Jasa

Menurut Farida Jafar (2002:34-43) karakteristik jasa meliputi :

a. Sifat jasa yang tidak dapat dilihat (*intangibility*)

Jasa bersifat *intangible*, artinya tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, dicium atau didengar sebelum dibeli, sehingga untuk mengurangi ketidak pastian, para pelanggan memperhatikan tanda-tanda atau bukti kualitas jasa tersebut pelanggan lebih menilai kualitas jasa dari tempat dan suasana lingkaran (*place*), keterampilan dan keramahan orang

(*personel*), tersedianya peralatan untuk mendukung proses jasa (*equioment*), alat-alat komunikasi (*communication material*), simbol dan harga yang mereka amati.

b. Keterlibatan konsumen didalam proses jasa (*inseparability*)

Keterlibatan para konsumen dalam proses jasa sangat membutuhkan perhatian dalam penyusunan rancangan fasilitas pendukung. Beberapa karakteristik yang timbul akibat karena sifat jasa yang *inseparability*, seperti :

- a) Kegiatan pemasaran dan produksi sangat interaktif.
- b) Terlibatnya konsumen secara aktif.
- c) Sangat sukar melakukan produksi masal.
- d) pengendalian jasa sulit dilakukan.

c. Sifat jasa mudah rusak (*perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama. Pemanfaatan secara penuh kapasitas dari suatu jasa merupakan suatu tantangan bagi manajemen jasa karena permintaan jasa sangat bervariasi, sementara membentuk persediaan jasa untuk mengatasi fluktuasi ini bukan suatu pilihan.

d. Sifat jasa yang berbeda-beda (*variability*)

Jasa bersifat berbeda karena pada umumnya banyak variasi kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa terdapat dihasilkan.

3. Dimensi Kualitas Jasa

Terdapat lima dimensi kualitas jasa yang dapat dirincikan sebagai berikut (Phillip Kotler 2000: 561) :

a. Keandalan (*Reability*)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan dalam hal ini pemberian pelayanan dengan segera dan memuaskan

b. Daya tanggap (*Responsiveness*)

Yaitu respon atau kesigapan perusahaan dalam membantu konsumen dalam memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam melayani transaksi dan penanganan keluhan konsumen/pelanggan.

c. Bukti langsung (*Tangibles*)

Yaitu seluruh bentuk penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan front office, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan , kelengkapan peralatan komunikasi dan penampilan karyawan.

d. Jaminan (*Assurance*)

Yaitu jaminan yang diberikan perusahaan kepada konsumennya pada saat mempergunakan jasa tersebut, didalam hal ini jaminan kepuasan konsumen mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dalam memberikan informasi, kemampuan memberikan keamanan didalam

memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

e. Empati (*Empaty*)

Yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen, seperti kemudahan untuk berkomunikasi dengan pelanggan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Philip Kotler (2000:293) Berbagai hasil studi menunjukkan, bahwa perusahaan jasa yang dikelola dengan sangat baik memiliki sejumlah persamaan antara lain :

1. Konsep Strategi

Perusahaan jasa ternama memiliki pengertian yang jelas mengenai pelanggan sasaran dan kebutuhan pelanggan yang akan mereka puaskan untuk itu dikembangkan strategi khusus untuk memuaskan kebutuhan yang menghasilkan kesetiaan pelanggan.

2. Sejarah Komitmen Kualitas Manajemen Puncak.

Tidak hanya melihat prestasi keuangan bulanan, melainkan juga kinerja jasa.

3. Penetapan standar Tinggi

Penyediaan jasa terbaik menetapkan standar kualitas jasa yang tinggi, antara lain berupa kecepatan responden terhadap keluhan konsumen dan ketetapan.

4. Sistem Untuk Memonitor kinerja Jasa

Secara rutin memeriksa kinerja jasa perusahaan maupun pesaingnya.

5. Memuaskan Karyawan Sama Seperti Konsumen

Percaya bahwa hubungan karyawan akan mencerminkan hubungan konsumen. Manajemen menjalankan pemasaran internal dan menciptakan lingkungan yang mendukung dan menghargai prestasi pelayanan karyawan yang baik, secara teratur manajemen memeriksa kepuasan karyawan akan pekerjaannya.

D. Definisi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa adalah kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh konsumen tersebut saat melakukan suatu barang atau jasa. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi barang atau jasa tersebut serta pengalaman dari teman-teman yang telah mengkonsumsi barang atau jasa tersebut.

1. Definisi Kepuasan pelanggan

Adapun beberapa pengertian kepuasan pelanggan menurut para peneliti adalah sebagai berikut:

Menurut Kotler dan Amstrong (2001:9)

Kepuasan pelanggan adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang

harapan pembeli, maka pembelinya tidak puas. Bila sesuai atau melebihi harapan, maka pembelinya merasa puas.

Menurut Irwan (2002:2) Kepuasan pelanggan adalah: *“Pelanggan yang puas adalah pelanggan yang akan berbagi kepuasan dengan produsen atau penyedia jasa. Bahkan pelanggan yang merasa puas akan berbagi rasa dan pengalaman kepada pelanggan lain”*.

Berdasarkan pengertian diatas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah tanggapan pelanggan terhadap nilai yang dirasakan antara harapannya dengan kinerja atau hasil yang diperoleh, umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang diterimanya bila ia mengkonsumsi atau menggunakan suatu produk (barang atau jasa) sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi pelanggan terhadap apa yang diterima setelah mengkonsumsi produk (barang atau jasa). Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan memberikan rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapannya.

2. Yang Mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut Zeithaml dan Bitner (2003:87) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh empat hal yaitu:

a. *Product and Service features*

Kepuasan pelanggan terhadap suatu barang atau jasa sangat dipengaruhi oleh evaluasi pelanggan dari produk atau jasa. Penelitian telah menunjuk bahwa pelanggan dari jasa itu akan membuat pertukaran perdagangan diantara jasa-jasa yang berbeda.

b. *Consumer emotion*

Emosi konsumen dapat juga mempengaruhi persepsi mereka tentang kepuasan dengan produk atau jasa.

c. *Attributions For Service Success Or Failure*

Atribut-atribut sebab akibat dari suatu kejadian mempengaruhi persepsi tentang kepuasan pelanggan juga. Pada saat mereka dikejutkan oleh hasil jasa (baik jasa tersebut lebih baik atau lebih buruk dari pada yang diharapkan), para pelanggan cenderung untuk mencari penyebab dan penilaian mereka berdasarkan penyebab yang dapat mempengaruhi kepuasan mereka.

d. *Perception OF Equity Or Fairness*

Kepuasan pelanggan dipengaruhi juga oleh persepsi dari ekuitas dan kejujuran. Adanya kejujuran merupakan hal yang penting bagi persepsi kepuasan dari pelanggan terhadap barang dan jasa.

E. Definisi Bank

Bank dalam menjalankan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dalam berbagai investasi. Berbeda dengan usaha lain bank senantiasa berkaitan dengan uang karena komoditi usaha bank adalah uang. Sesuai dengan judul skripsi ini, terlebih dulu mengetahui definisi dari pada bank.

Pengertian bank menurut undang-undang no7 tahun 1992 tentang perbankan sebagaimana telah diubah dengan undang-undang no10 tahun 1998 (Dahlan Siamat 2004:87)

1. Bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkan kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak.
2. Bank perkreditan rakyat adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran.

Definisi bank diatas diberikan tekanan bahwa bank dalam melakukan usahanya terutama dalam menghimpun dana dalam bentuk simpanan yang merupakan sumber dana bank. Demikian pula dari segi pengeluaran dananya, hendaknya bank tidak semata-mata memperoleh keuntungan yang sebesar-besarnya bagi pemilik tapi juga kegiatannya itu harus pula diarahkan pada peningkatan taraf hidup masyarakat. Definisi tersebut merupakan komitmen bagi setiap bank yang menjalankan usahanya di Indonesia.

F. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen

Ada beberapa jenis jasa yang tidak dapat dinilai kualitas teknisnya oleh pelanggan bank setelah mereka menerina jasa itu, karena jasa biasanya lebih tinggi dalam kualitas pengalaman dan kepercayaan, konsumen merasa lebih banyak resiko dalam pembeliannya. Hal ini membawa beberapa konsekuensi, **pertama**, konsumen jasa biasanya lebih bergantung pada promosi dari mulut kemulut dari pada iklan perusahaan jasa. **Kedua**, mereka sangat mengandalkan harga, personil, dan petunjuk fisik untuk menilai kualitas jasa. **Ketiga**, bila konsumen merasa puas mereka sangat setia pada penyedia jasa.

Adapun beberapa persepsi hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen menurut para peneliti adalah sebagai berikut:

Menurut Parasuraman et al, Dabholkar, Shemwell et al dalam sureschandar (2002:375): "*Kualitas peayanan dan kepuasan pelanggan adalah berbeda secara konseptual tetapi merupakan suatu konsep yang sangat dekat hubungannya*".

Menurut Kotler dan Amstrong (2001:7): “Kepuasan konsumen mempunyai hubungan yang dekat dengan kualitas pelayanan, kualitas pelayanan mempunyai dampak langsung terhadap performan produk atau jasa tersebut”.

Menurut Philip Kotler (2000:48): “Bila konsumen merasa puas, maka ia akan menceritakan pengalamannya kepada orang lain”.

Hal-hal yang dilakukan konsumen tersebut adalah:

1. Menjadi lebih setia.
2. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk dan jasa baru dengan menyempurnakan produk atau jasa yang sudah ada.
3. Memuji-muji perusahaan akan produk dan jasanya.
4. Menawarkan gagasan barang dan jasa kepada perusahaan.

Sebaliknya, bila konsumen tidak puas hal yang dilakukan konsumen tersebut adalah:

1. Membeli atau menggunakan produk atau jasa dari perusahaan lain.
2. Adanya konsumen komplain terhadap jasa atau produk yang mereka beli.
3. Tidak adanya interaksi timbal balik.
4. Keperusahaan yaitu dengan tidak memberikan ide-ide mengenai produk atau jasa.

Menurut Surechandar et al (2002:379)

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan penting yang harus diraih oleh suatu perusahaan. Jika suatu perusahaan ingin meningkatkan kepuasan pelanggan maka dapat melakukannya melalui kualitas pelayanan. Dengan adanya perbaikan kualitas pelayanan maka akan terjadi peningkatan kepuasan pelanggan.

Dapat disimpulkan bahwasannya, kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami harapan dan kepuasan konsumen.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Gambaran Umum Perusahaan

1. Lokasi dan Alamat Perusahaan

Penulis akan melakukan penelitian pada PT. Bank Central Asia Tbk Kantor Cabang Pembantu Kelapa Gading Villa yang berlokasi di Jl. Boulevard Barat Raya Blok Lc 6 Jakarta Utara.

2. Sejarah Singkat Perusahaan

PT. Bank Central Asia Tbk (BCA) didirikan di Republik Indonesia pada tanggal 10 Agustus 1955 berdasarkan akta notaris Raden Mas Soeprapto No. 38 dengan nama “ NV Perseroan Dagang dan Industri Semarang Knitting Factory”. Akta pendirian tersebut disahkan oleh Menteri Kehakiman (sekarang menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia) dalam surat keputusan No J.A.5/89/19 tanggal 10 Oktober 1955 dan diumumkan dalam lembaran berita Negara No.62, tambahan No.595 tanggal 3Agustus 1956. Nama bank telah mengalami beberapa kali perubahan, terakhir dengan nama PT. Bank Central Asia berdasarkan akta notaris Wargio Suhardjo,SH No.144 tanggal 21 Mei 1974. lebih lanjut, sehubungan dengan penawaran umum saham-saham Bank pada bulan Mei 2000, status Bank berubah dari Perseroan Tertutup menjadi Perseroan Terbuka, sehubungan dengan hal tersebut, maka Bank berubah menjadi PT.Bank Central Asia Tbk berdasarkan akta notaris Hendra Karyadi, SH., No 62 tanggal 29 Desember 1999. Perubahan ini telah disetujui Menteri Kehakiman (sekarang

Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia) dalam surat keputusan No. C-21020. HT.01.04.TH99 tanggal 31 Desember 1999. Anggaran dasar Bank telah beberapa kali mengalami perubahan terakhir dengan akta notaries Hendra Karyadi. S. H., No.17 tanggal 15 Juni 2001 mengenai antara lain, penambahan jabatan wakil presiden direktur dalam struktur organisasi Bank. Perubahan terakhir ini telah disetujui oleh Menteri Kehakiman dan Hak Asasi Manusia dalam surat keputusan No. C-02999.HT.01.04.TH.2001 tanggal 9 Juli 2001 dan diumumkan dalam Lembaran Berita Negara No.345, Tambahan No.71 tanggal 4 September 2001

Bank memulai aktivitas operasional sebagai Bank pada tanggal 12 Oktober 1956. berdasarkan pasal 3 anggaran dasar Bank, maksud dan tujuan Bank adalah berusaha sebagai suatu Bank umum. Di samping aktivitas kegiatan umum perbankan, Bank juga memberikan jasa penyimpanan, bertindak sebagai wali amanat dan pengelolaan dana pensiun lembaga keuangan. Bank telah memperoleh izin untuk menjalankan kegiatan tersebut di atas berdasarkan surat keputusan Menteri Keuangan No.42885/ U.M.II tanggal 14 Maret 1957. Bank juga telah memperoleh izin untuk menjalankan aktivitas sebagai Bank devisa berdasarkan surat keputusan Direksi Bank Indonesia No.9/110/Kep/Dir/UD tanggal 28 Maret 1977.

Berdasarkan surat keputusan dari Ketua Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN) No. 19/ BPPN/ 1998 tanggal 28 Mei 1998, operasi Bank diambil alih oleh BPPN dalam rangka melaksanakan program penyehatan dan mengatasi permasalahan keuangan yang dihadapi oleh Bank. Oleh karenanya, status Bank menjadi *Bank Take Over* (BTO).

Lebih lanjut, berdasarkan surat keputusannya No.29/ BPPN/ 1998 tanggal 20 Juni 1998 yang berlaku sejak tanggal 1 Juni 1998,BPPN membentuk “Tim Kuasa Direksi” untuk mengelola dan mengawasi kegiatan operasi Bank.

Berdasarkan surat keputusan bersama Menteri Keuangan dan Gubernur Bank Indonesi No. 53/ KMK.017/ 1999 & No. 31/ 12/ KEP/ GBI tanggal 8 Februari 1999 dan No. 117/ KMK.017/ 1999 & No. 31/ 15/ KEP/ GBI tanggal 26 Maret 1999 mengenai program rekapitalisasi untuk Bank-bank umum meliputi semua bank pemerintah, bank pembangunan daerah (BPD) dan bank umum lainnya yang bersetatus BTO termasuk BCA.

Sesuai surat keputusan Ketua BPPN No.SK-501/ BPPN/ 04000 tanggal 25 April 2000, BPPN menyerahkan kembali PT. Bank Central Asia Tbk kepada Bank Indonesi terhitung sejak tanggal tersebut. Dalam memenuhi peraturan Bank Indonesia No. 2/ 11/ PBI/ 2000 tanggal 31 Maret 2000, Bank Indonesia telah mengumumkan pada media masa, Peng. No. 2/ 4/ Bgub tanggal 28 April 2000,yang menyatakan bahwa program penyehatan termasuk restrukturisasi BCA telah selesai dan selanjutnya BCA dikembalikan ke dalam pengawasan Bank Indonesia. Sehubungan dengan hal tersebut, BCA tidak lagi merupakan Bank dalam penyehatan.

3. Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam setiap organisasi dengan segala aktifitasnya, tentunya mempunyai tujuan tertentu yang hendak dicapai. Untuk mencapai suatu tujuan di dalam organisasi perlu adanya hubungan diantara orang-orang untuk menjalankan aktifitasnya. Mungkin banyak kegiatan yang dilakukan dalam suatu organisasi

makin kompleks pula hubungan yang ada. Untuk itu perlulah dibuat suatu bagan yang menggambarkan suatu hubungan tersebut, termasuk hubungan antara masing-masing kegiatan atau fungsi. Bagan yang dimaksud dinamakan bagan organisasi atau struktur organisasi.

Adapun uraian tugas dan tanggung jawab dari jabatan berdasarkan struktur organisasi PT. Bank Central Asia adalah sebagai berikut:

1. Pimpinan cabang mempunyai tugas sebagai berikut:
 - a. Melakukan analisis tugas, atas permohonan kredit nasabah.
 - b. Bertanggungjawab atas kegiatan atau aktivitas pada cabang yang dipimpin.
 - c. Memeriksa laporan transaksi dalam jumlah besar dari kepala bagian operasional.
 - d. Menangani dan mencari jalan pemecahan bila ada masalah internal atau eksternal.
2. Kepala bagian operasional mempunyai tugas sebagai berikut:
 - a. Memeriksa dan menerima pertanggungjawaban dari setiap bagian dibawahnya juga dari Head Teller.
 - b. Melakukan pemeriksaan fisik uang tunai di kas.
 - c. Memberikan otorisasi penatikan dalam jumlah besar.
 - d. Melakukan inventarisasi atau stok opname terhadap semua barang berharga (blanko, cek, bilyet giro, deposito dan tahapan)
 - e. Melaporkan semua transaksi dalam jumlah besar kepada pimpinan setiap hari.

3. Head Teller mempunyai tugas sebagai berikut :
 - a. Memeriksa hasil validasi pada setiap slip transaksi yang terjadi,
 - b. Melakukan konfirmasi kenasabah apabila ada penarikan cek dalam jumlah besar.
 - c. Memberikan Persetujuan pada setiap pembayaran untuk transaksi terutama dalam jumlah besar.
 - d. Memeriksa dan memblancing jurnal akhir pada setiap hari dari masing-masing teller
4. Costomer Service mempunyai tugas sebagai berikut:
 - a. Melayani dan membantu nasabah dalam pembuatan rekening tabungan, giro dan deposito.
 - b. Melayani dan memberikan informasi yang lengkap mengenai persyaratan dan ketentuan atas produk yang diinginkan pada bank tersebut.
 - c. Memberikan pelayanan informasi saldo nasabah.
 - d. Melaksanakan tugas yang diberikan atasan langsung sepanjang masih dalam lingkup dan fungsi costomer sevice.
5. Bagian Teller mempunyai tugas sebagai berikut:
 - a. Memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada nasabah.
 - b. Menerima setoran dan penarikan tunai, kiriman uang baik dalam negeri maupun luar negeri.
 - c. Menginput semua slip setoran dan penarikan.

- d. Memastikan bahwa tanda tangan nasabah cocok dengan specimen tanda tangan sebelum membayar penarikan tabungan atau cek.
6. Bagian kliring mempunyai tugas sebagai berikut:
- a. Menerima setoran kliring nasabah dan memberikan stempel, menginput dikomputer.
 - b. Memproses semua transaksi yang diperhitungkan atau disesuaikan dengan kliring.
 - c. Mengirim uang kebank lain sesuai keinginan nasabah yang diterima dari teller.
 - d. Mengirimkan warkat kliring kebank Indonesia.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah berupa penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat dari populasi (obyek) Penelitian.

C. Populasi Dan Sampel Penelitian

Yang menjadi populasi adalah nasabah bank BCA adapun metode pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan Metode Proportionate Stratified Sampling yaitu Teknik ini digunakan apabila populasi mempunyai anggota atau unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proposional (dalam hal ini khususnya nasabah bank BCA kacapem kelapa gading villa). Adapun sample terdiri dari 84 responden diwilayah srengseng Adapun rumus

yang penulisan menggunakan adalah rumus Solvin (Drs. Husen Umar SE, MM, MBA : 2007 Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis) sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Populasi penelitian yang dimaksud adalah nasabah bank BCA Kacapem Kelapa Gading Villa

E = error (tingkat kesalahan standar yang dapat ditoleransi untuk suatu penarikan sampel, maksimum sebesar 10 %)

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

$$= \frac{525}{1 + 525(0,01)^2}$$

$$= \frac{525}{1 + 5,25}$$

$$= 84$$

D. Definisi Operasional Variabel

Variabel kepuasan konsumen dalam

Tabel 3.1

Variabel, Dimensi, dan Indikator

Varibel	Dimensi	Indikator
Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan pada Bank Central Asia	Keandalan (<i>Reliability</i>)	1. Kemudahan dalam mencari informasi. 2. Ketetapan waktu dalam jam buka. 3. Kemudahan dalam mencari formulir.
	Ketanggapan (<i>Responsiveness</i>)	1. Kejelasan Informasi waktu penyampaian jasa. 2. Kecepatan dan ketetapan dalam pelayanan. 3. Kesedian karyawan dalam membantu nasabah.

	Empati (<i>Emphaty</i>)	1. Karyawan melayani nasabah dengan perhatian dan ramah. 2. Karyawan dapat berkomunikasi dengan baik dan dimengerti. 3. Perhatian karyawan terhadap kepentingan nasabah.
	Hal yang terwujud (<i>Tangieles</i>)	1. Penampilan dan kerapihan karyawan. 2. Kebersihan dan kenyamanan ruangan. 3. Kemutakhiran peralatan dan teknologi.
	Jaminan (<i>Asurance</i>)	1. Kemampuan karyawan dalam menyelesaikan masalah. 2. Kesabaran karyawan dalam menghadapi nasabah. 3. Karyawan memberi penjelasan secara jujur.

Sumber: Phillip Kotler 2000: 561

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah:

1. Riset Keperpustakaan (*libraryresearch*)

Yaitu metode penelitian yang didasarkan pada bidang perpustakaan, penelitian berusaha mencari sumber ilmiah yang terdapat dalam buku-buku yang erat hubungannya dengan pembahasan skripsi ini.

2. Riset Lapangan (*field research*)

Untuk memperoleh data tersebut penulis menyebarkan kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti kepada nasabah yang datang ke kantor cabang pembantu Bank BCA. Responden yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 50 responden.

Sumber data

Data yang digunakan bersumber dari:

- a. Data primer, yaitu berupa hasil kuisisioner.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari perusahaan berupa sejarah perusahaan, struktur organisasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

F. Metode Analisis Data

Dalam hal ini, penulis menggunakan skala likert (Prof, Dr. Sugiono : 2006 metode penelitian bisnis) untuk mengukur kinerja atau pelayanan yang terdiri dari sangat baik, baik, cukup baik, kurang baik, dan tidak baik yang diberi bobot nilai :

- 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

Untuk selanjutnya dapat dicari skor rata-rata tingkat pelaksanaan dan skor rata-rata tingkat kepentingan dan setiap dimensi factor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, dengan rumus sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Xi}{n}$$

Diketahui

$\bar{X}$ = Skor rata-rata tingkat pelaksanaan/kepuasan

$\bar{Y}$ = Skor rata-rata tingkat kepentingan

n = Jumlah responden

Tingkat kesesuaian perbandingan antara skor penilaian kinerja karyawan dengan skor penilaian kepentingan konsumen :

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

Dimana :

Tki = Tingkat kepuasan responden

Xi = Skor penilaian kinerja atau usaha

Yi = Skor penilaian kepentingan konsumen

Dengan menggunakan diagram kartesius, dapat pula menunjukan kepada pemimpin atribut apa saja dari suatu produk barang atau jasa yang dianggap penting oleh konsumen, akan tetapi kurang mendapat perhatian dari pimpinan/manajemen kinerja kurang baik sehingga mengecewakan. Diagram ini terdiri dari suatu bangunan yang dibagi atas 4 bagian yang dibatasi oleh dua garis yang memotong tegak lurus pada titik-titik.

$\overline{\overline{X}}$ = Skor rata-rata faktor tingkat kinerja Mini Market

$\overline{\overline{Y}}$ = Skor rata-rata dari seluruh Faktor kepentingan konsumen

Dengan Rumus :

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

Dimana :

K = Jumlah faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen



Prof, Drs, Johanes Suprpto ; 2003 (metode riset aplikasinya dalam pemasaran)

Dalam memasukan semua elemen atau antribut yang mempengaruhi kepuasan nasabah kedalam diagram kartesius, dapat dijelaskan peringkat jasa menurut kepentingan konsumen dan kinerja karyawan, serta mengidentiflkasi tindakan apa yang diperlukan, dengan cara berikut :

Kuadrat A

Kuadrat ini menunjukkan elemen atau antribut jasa yang tingkat kepentingannya diatas rata-rata akan tetapi kurang mendapatkan perhatian dari pihak manajemen sehingga tingkat kinerja dibawah rata-rata, sehingga kurang memuaskan nasabah.

Kuadrat B

Kuadrat ini menunjukkan elemen atau antribut jasa yang dianggap oleh nasabah (didas rata-rata) dan dilaksanakan perusahaan dengan baik performance atau kinerja diatas rata-rata, konsumen menjadi puas.

Kuadrat C

Kuadrat ini menunjukkan elemen jasa yang dilakukan dengan pas-pasan oleh pihak manajemen dan tidak dianggap sebagai suatu yang penting oleh nasabah.

Kuadrat D

Kuadrat ini menunjukkan elemen jasa yang tidak begitu penting oleh konsumen dengan dilaksanakan sangat baik oleh pihak manajemen sebagai suatu yang mungkin sangat berlebihan.

BAB IV

ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Jumlah nasabah dalam penelitian ini sebanyak 84 responden. Adapun Karakteristik yang akan penulis bahas dalam penelitian ini adalah seperti: Jenis kelamin, Usia dan Pekerjaan.

Tabel 4.1

Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Variabel	Frekuensi	Persentase
Pria	31	37%
Wanita	53	63%
Jumlah	84	100%

Sumber: Data diolah

Berdasarkan label 4.1 diatas dapat diketahui bahwa Jumlah nasabah Wanita lebih besar sebanyak 53 orang atau 63% dari jumlah Sampel, sedangkan nasabah Pria sebanyak 31 orang atau 37% dari keseluruhan Jumlah Sampel.

Tabel 4.2

Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Variabel	Frekuensi	Persentase
17 tahun	8	9%
18 – 24 tahun	24	29%
25 – 44 tahun	36	43%
> 45 tahun	16	19%
Jumlah	84	100%

Sumber: Data diolah

Berdasarkan Tabel 4.2 diatas dapat diketahui bahwa Jumlah nasabah yang berusia 25-44 Tahun memiliki jumlah paling besar sebanyak 36 orang atau 43% dari Jumlah Sampel, sedangkan nasabah yang berusia 18-24 tahun ada 24 orang atau 29% dari jumlah Sampel, nasabah yang berusia 45 tahun ke atas sebanyak 16 orang atau 19% dari jumlah Sampel dan usia yang 17 tahun sebanyak 8 orang atau 9% dari jumlah Sampel.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

Variabel	Frekuensi	Persentase
Pelajar / Mahasiswa	6	7%
Ibu Rumah Tangga	10	12%
Karyawan	31	37%
Wiraswasta	34	40%
Lain - lain	3	4%
Jumlah	84	100%

Sumber: Data diolah

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat diketahui bahwa jumlah nasabah yang bekerja sebagai Wiraswasta memiliki jumlah paling banyak sebesar 34 orang atau 40% dari jumlah Sampel. Sedangkan konsumen yang bekerja sebagai karyawan ada 31 orang atau 37% dari jumlah Sampel . Konsumen yang bekerja sebagai Ibu rumah tangga ada 10 orang atau 12% dari jumlah Sampel. Konsumen yang bekerja sebagai Pelajar/ mahasiswa sebanyak 6 Orang atau 7% dari jumlah Sampel dan yang pekerjaannya lain-lain ada 3 orang atau 4% dari jumlah Sampel.

B. Analisa Tingkat Pelayanan Pada Bank Central Asia

1. Keandalan (*Reliability*)

a. Kemudahan Dalam mencari Informasi

Hal yang ingin di jelaskan dalam indicator ini adalah apakah nasabah sudah merasa puas mendapatkan informasi (mencari informasi) sesuai dengan apa yang diharapkan di Bank Centelal Asia.

Dari hasil yang dikumpulkan melalui kuesioner, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik dengan pelayanan ini.

Dari 84 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.4

Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja

Kemudahan Dalam Pencarian Informasi

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
19	20	35	8	2	298

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan Bobot} &= (19 \times 5) + (20 \times 4) + (35 \times 3) + (8 \times 2) + (2 \times 1) \\ &= 298\end{aligned}$$

b. Ketepatan Waktu Dalam Jam buka

Dalam pelayanan ini petugas dituntut harus dapat tepat waktu dalam membuka bank pada waktunya sehingga dapat mencerminkan tanggung jawab manajemen Bank Centel Asia.

Dari hasil yang dikumpulkan melalui kuesioner, maka responden mayoritas menyatakan baik dengan pelayanan ini.

Dari 84 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut :

Tabel 4.5

**Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Dalam
Jam Buka Bank**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
5	32	22	18	7	262

Sumber: Hasil Kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan Bobot} &= (5 \times 5) + (32 \times 4) + (22 \times 3) + (18 \times 2) + (7 \times 1) \\ &= 262\end{aligned}$$

c. Kemudahan Dalam Pencarian Folmulir

Setiap Nasabah selalu menginginkan dan membutuhkan suatu pelayanan yang memudahkan nasabah dalam pencarian suatu folmulir dengan tempat yang sudah ditetapkan.

Dari hasil yang dikumpulkan melalui kuesioner, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik dengan pelayanan ini.

Dari 84 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.6

**Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Kemudahan Dalam
Pencarian Folmulir**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
4	26	30	19	5	257

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan Bobot} &= (4 \times 5) + (26 \times 4) + (30 \times 3) + (19 \times 2) + (5 \times 1) \\ &= 257\end{aligned}$$

2. Ketanggapan (Responsivness)

a. Kejelasan Informasi Waktu Menyampaikan Jasa

Seseorang karyawan diharuskan memberikan informasi yang jelas pada saat menyampaikan jasa.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik dengan ini.

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

Tabel 4. 7

**Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja
Kejelasan Informasi Waktu Menyampaikan Jasa**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
4	22	40	14	4	262

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (4 \times 5) + (22 \times 4) + (40 \times 3) + (14 \times 2) + (4 \times 1) \\ &= 262\end{aligned}$$

b. Kecepatan dan Ketepatan dalam Pelayanan

Faktor ini diperlukan suatu kemampuan untuk cepat tanggap dalam menyelesaikan setiap pekerjaan yang diinginkan oleh nasabah

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, maka responden mayoritas menyatakan baik dengan pelayanan ini.

Dari 84 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.8

Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja

Kecepatan dan Ketepatan dalam Pelayanan

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
3	30	25	20	6	256

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (3 \times 5) + (30 \times 4) + (25 \times 3) + (20 \times 2) - (6 \times 1) \\ &= 256\end{aligned}$$

c. Kesiediaan Karyawan Dalam Membantu Nasabah

Dalam hal ini karyawan diminta untuk bersedia menyelesaikan masalah dan keluhan Nasabah dengan profesional.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik dengan pelayanan ini.

Dari 84 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut :

Tabel 4. 9

Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja

Kesediaan Karyawan Dalam Membantu Nasabah

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
4	15	37	23	7	238

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (4 \times 5) + (15 \times 4) + (37 \times 3) + (23 \times 2) + (7 \times 1) \\ &= 238\end{aligned}$$

3. Empati (Empathy)

a. Karyawan Melayani Nasabah Dengan Perhatian dan Ramah

Setiap nasabah selalu menginginkan dan membutuhkan suatu pelayanan yang ramah dan sopan serta selalu siap menolong. Karena pelayanan yang baik akan dapat memuaskan konsumen dengan mendengarkan apa yang menjadi keinginan nasabah.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik. Dengan pelayanan ini.

Dari 84 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.10**Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Karyawan****Melayani Nasabah dengan Ramah**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
3	17	43	21	4	246

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (3 \times 5) + (17 \times 4) + (43 \times 3) + (21 \times 2) + (4 \times 1) \\ &= 246\end{aligned}$$

b. Karyawan Dapat Berkomunikasi Dengan Baik dan Dimengerti

Untuk memperoleh dan mempertahankan loyalitas Nasabah, maka harus dilakukan suatu komunikasi yang baik serta jelas dan mudah dimengerti.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik. Dengan pelayanan ini.

Dari 84 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.11**Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Karyawan****Dapat Berkomunikasi dengan Baik dan Dimengerti**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
4	15	42	17	6	250

Sumber : Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (4 \times 5) + (15 \times 4) + (42 \times 3) + (17 \times 2) + (6 \times 1) \\ &= 250\end{aligned}$$

c. Perhatian Karyawan Terhadap Kepentingan Nasabah

Kemampuan karyawan untuk dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan nasabah yang merupakan suatu nilai tambah bagi manajemen Bank Central Asia tersebut, dimana karyawan dapat mengerti dan menganalisis kebutuhan dan keinginan nasabah.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik. Dengan pelayanan ini.

Dari 84 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.12

Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Perhatian Karyawan Terhadap Kepentingan Nasabah

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
8	18	33	22	3	258

Sumber : Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (8 \times 5) + (18 \times 4) + (33 \times 3) + (22 \times 2) + (3 \times 1) \\ &= 258\end{aligned}$$

4. Jaminan (*Assurance*)

a. Kemampuan Karyawan Dalam Menyelesaikan Masalah

Seorang karyawan dituntut oleh manajemen Bank Cental asia untuk dapat memiliki pengetahuan yang luas dalam bidangnya.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik dengan pelayanan ini.

Dari 84 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.13

**Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Kemampuan Karyawan
Dalam Menyelesaikan Masalah**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
7	15	49	11	2	266

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (7 \times 5) + (15 \times 4) + (49 \times 3) + (11 \times 2) + (2 \times 1) \\ &= 266\end{aligned}$$

b. Kesabaran Karyawan Dalam Menghadapi Nasabah

Dari sekian banyak konsumen, setiap karyawan diharapkan mempunyai kesabaran dalam menghadapi nasabah.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik. Dengan pelayanan ini.

Dari 84 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.14

**Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Kemampuan Karyawan
Dalam Menghadapi Nasabah**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
4	21	34	16	9	268

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (4 \times 5) + (21 \times 4) + (34 \times 3) + (16 \times 2) + (9 \times 1) \\ &= 268\end{aligned}$$

c. Karyawan Memberi Penjelasan Secara Jelas dan Jujur

Dalam menghadapi keluhan nasabah, petugas dituntut memberikan penjelasan yang jelas dan mendetail bila memang diperlukan.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik. Dengan pelayanan ini.

Dari 84 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut :

Tabel 4.15

**Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja Karyawan Memberi
Penjelasan Secara Jelas dan Jujur**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
5	16	36	21	6	245

Sumber : Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (5 \times 5) + (16 \times 4) + (36 \times 3) + (21 \times 2) + (6 \times 1) \\ &= 245\end{aligned}$$

5. Hal yang Berwujud (Tangibles)

a. Penampilan dan Kerapihan Karyawan

Dalam bekerja karyawan harus menunjukkan imej profesional dalam bidangnya, oleh karena itu penampilan dan kerapihan merupakan bentuk fisik utama yang akan dilihat oleh nasabah.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, maka responden mayoritas menyatakan baik Dengan pelayanan ini.

Dari 84 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut:

Tabel 4.16

**Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja
Penampilan dan Kerapihan Petugas**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
3	43	19	11	8	274

Sumber : Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (3 \times 5) + (43 \times 4) + (19 \times 3) + (11 \times 2) + (8 \times 1) \\ &= 274\end{aligned}$$

b. Kebersihan dan Kerapihan Ruang Pelayanan

Untuk memberikan kenyamanan bagi para konsuroen pada saat melakukan kegiatan, maka kebersihan tempat harus sangat dijaga.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik Dengan pelayanan ini.

Dari 84 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut :

Tabel 4.17

**Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja
Kebersihan dan Kcnnyamanan Ruang Pelayanan**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
6	24	37	14	3	268

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (6 \times 5) + (24 \times 4) + (37 \times 3) + (14 \times 2) + (3 \times 1) \\ &= 268\end{aligned}$$

c. Kemutakhiran Peralatan dan Teknologi

Tempat pelayanan merupakan kunci utama sebuah Bank Central Asia, karena hampir semua kegiatan menggunakan Peralatan dan Teknologi yang mutakhir.

Dari hasil yang telah dikumpulkan melalui kuesioner, maka responden mayoritas menyatakan cukup baik Dengan pelayanan ini.

Dari 84 responden yang telah diteliti, maka telah diperoleh hasil nilai sebagai berikut :

Tabel 4.18

**Penilaian Responden Terhadap Tingkat Kinerja
Kemutakhiran Peralatan dan Teknologi**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
4	18	31	20	11	236

Sumber : Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (4 \times 5) + (18 \times 4) + (31 \times 3) + (20 \times 2) + (11 \times 1) \\ &= 236\end{aligned}$$

C. Analisis Tingkat Harapan Nasabah Bank Central Asia

1. Keandalan (reliability)

a. Kemudahan dalam mencari informasi

Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh tingkat harapan konsumen terhadap kemudahan dalam mencari informasi.

Tabel 4.19

Tingkat Harapan Terhadap Kemudahan Dalam Mencari Informasi

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
62	15	5	2	-	389

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (62 \times 5) + (15 \times 4) + (5 \times 3) + (2 \times 2) \\ &= 389\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat Pelayanan dan tingkat Kepentingan atau harapan terhadap kepuasan nasabah adalah :

Rumus tingkat Kesesuaian Perbandingan :

$$\begin{aligned} \text{Tki} &= (X_i) : (Y_i) \times 100\% \\ &= (298:389) \times 100\% \\ &= 76, 60 \, \% \end{aligned}$$

b. Ketepatan Waktu dalam Jam Buka Bank

Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh tingkat harapan nasabah terhadap ketepatan waktu dalam jam buka bank.

Tabel 4.20

Tingkat Harapan Terhadap Ketepatan Waktu dalam Jam Buka Bank

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
43	29	8	4	-	363

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned} \text{Keterangan bobot} &= (43 \times 5) + (29 \times 4) + (8 \times 3) + (4 \times 2) \\ &= 363 \end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat Pelayanan dan tingkat Kepentingan atau harapan terhadap kepuasan nasabah adalah :

Rumus tingkat Kesesuaian Perbandingan :

$$\begin{aligned} \text{Tki} &= (X_i) : (Y_i) \times 100\% \\ &= (262:363) \times 100\% \\ &= 72, 16\% \end{aligned}$$

c. Kemudahan Dalam Pencarian Folmulir

Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh tingkat harapan konsumen terhadap Kemudahan Dalam Pencarian Folmulir.

Tabel 4.21

Tingkat Harapan Terhadap Kemudahan Dalam Pencarian Folmulir

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
52	23	6	3	-	400

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (52 \times 5) + (23 \times 4) + (6 \times 3) + (3 \times 2) \\ &= 400\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat Pelayanan dan Tingkat Kepentingan atau harapan kepuasan nasabah adalah :

Rumus tingkat Kesesuaian Perbandingan :

$$\begin{aligned}\text{Tki} &= (X_i) : (Y_i) \times 100\% \\ &= (257:400) \times 100\% \\ &= 64,25\%\end{aligned}$$

2. Ketanggapan (Responsiveness)

a. Kejelasan Waktu Menyampaikan Jasa

Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh tingkat harapan nasabah terhadap Kejelasan waktu menyampaikan jasa.

Tabel 4.22**Tingkat Harapan Terhadap Kejelasan Informasi Waktu Penyampaian Jasa**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
41	32	7	4	-	362

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (41 \times 5) + (32 \times 4) + (7 \times 3) + (4 \times 2) \\ &= 362\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat Pelayanan dan Tingkat Kepentingan atau harapan kepuasan nasabah adalah :

Rumus tingkat Kesesuaian Perbandingan :

$$\begin{aligned}\text{Tki} &= (X_i) : (Y_i) \times 100\% \\ &= (262 : 362) \times 100\% \\ &= 72,37\%\end{aligned}$$

b. Kecepatan dan Ketepatan Dalam Pelayanan

Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh tingkat harapan nasabah terhadap kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan.

Tabel 4.23**Tingkat Harapan Terhadap Kecepatan Dalam Pelayanan**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
53	22	5	4	-	376

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (53 \times 5) + (22 \times 4) + (5 \times 3) + (4 \times 2) \\ &= 376\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat Pelayanan dan Tingkat Kepentingan atau Harapan terhadap Kepuasan nasabah adalah :

Rumus tingkat Kasesuaian Perbandingan :

$$\begin{aligned}\text{Tki} &= (X_i) : (Y_i) \times 100\% \\ &= (256 : 376) \times 100\% \\ &= 68,08\%\end{aligned}$$

c. Kesiediaan Karyawan Dalam Membantu Nasabah

Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh tingkat harapan konsumen terhadap Kesiediaan Karyawan Dalam membantu nasabah.

Tabel 4.24

Tingkat Harapan Terhadap Kesiediaan Karyawan Dalam membantu Nasabah

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
57	19	7	-	1	383

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (57 \times 5) + (19 \times 4) + (7 \times 3) + (1 \times 1) \\ &= 383\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat Pelayanan dan Tingkat Kepentingan atau Harapan terhadap kepuasan nasabah adalah :

Rumus tingkat Kesesuaian Perbandingan :

$$\begin{aligned} Tki &= (Xi) : (Yi) \times 100\% \\ &= (238 : 383) \times 100\% \\ &= 62, 14 \, \% \end{aligned}$$

3. Empafy (Empathy)

a. Karyawan Melayani Nasabah Dengan Ramah

Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh tingkat harapan konsumen terhadap Kesediaan Karyawan Melayani Konsumen dengan Penuh Perhatian dan ramah

Tabel 4.25

Tingkat Harapan Terhadap Karyawan Melayani Nasabah dengan Perhatian dan ramah

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
58	20	4	3	1	379

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned} \text{Keterangan bobot} &= (58 \times 5) + (20 \times 4) + (4 \times 3) + (3 \times 2) + (1 \times 1) \\ &= 379 \end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat Pelayanan dan Tingkat Kepentingan atau harapan terhadap kepuasan konsumen adalah :

Rumus tingkat Kesesuaian Perbandingan :

$$\begin{aligned} T_{ki} &= (X_i) : (Y_i) \times 100\% \\ &= (246 : 379) \times 100\% \\ &= 64,90\% \end{aligned}$$

b. Karyawan Dapat Berkomunikasi Dengan Baik dan Mudah Dimengerti

Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh tingkat harapan nasabah terhadap Karyawan dapat Berkomunikasi dengan Baik dan Mudah Dimengerti

Tabel 4.26
Tingkat Harapan Terhadap Karyawan dapat Berkomunikasi dengan Baik dan Mudah dimengerti

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
58	22	2	2	-	388

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned} \text{Keterangan bobot} &= (58 \times 5) + (22 \times 4) + (2 \times 3) + (2 \times 2) \\ &= 388 \end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat Pelayanan dan Tingkat Kepentingan atau Harapan terhadap kepuasan nasabah adalah :

Rumus tingkat Kesesuaian Perbandingan :

$$\begin{aligned}
 Tki &= (X_i) : (Y_i) \times 100\% \\
 &= (250 : 388) \times 100\% \\
 &= 64,43\%
 \end{aligned}$$

c. Perhatian Karyawan Terhadap Kepentingan Nasabah

Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh tingkat harapan konsumen terhadap Perhatian karyawan terhadap Kepentingan nasabah.

Tabel 4.27

**Tingkat Harapan Terhadap Perhatian karyawan terhadap
Kepentingan Nasabah**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
52	22	5	2	3	370

$$\begin{aligned}
 \text{Keterangan bobot} &= (52 \times 5) + (22 \times 4) + (5 \times 3) + (2 \times 2) + (3 \times 1) \\
 &= 370
 \end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat Pelayanan dan Tingkat Kepentingan atau harapan terhadap kepuasan nasabah adalah :

Rumus tingkat Kesesuaian Perbandingan :

$$\begin{aligned}
 Tki &= (X_i) : (Y_i) \times 100\% \\
 &= (258 : 370) \times 100\% \\
 &= 69,72\%
 \end{aligned}$$

4. Jaminan (Assurance)

a. Kemampuan Karyawan Dalam Menyelesaikan Masalah

Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh tingkat harapan nasabah Terhadap Kemampuan Karyawan dalam Menyelesaikan Masalah

Tabel 4.28

**Tingkat Harapan Terhadap Kemampuan Karyawan
dalam Menyelesaikan Masalah**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
48	25	10	1	-	379

Keterangan bobot = $(48 \times 5) + (25 \times 4) + (10 \times 3) + (1 \times 2)$
 $= 372$

Hasil yang diperoleh antara tingkat Pelayanan dan Tingkat Kepentingan terhadap kepuasan nasabah adalah :

Rumus tingkat Kesesuaian Perbandingan :

$$\begin{aligned}
 Tki &= (Xi) : (Yi) \times 100\% \\
 &= (266 : 372) \times 100\% \\
 &= 71,50\%
 \end{aligned}$$

b. Kesabaran Karyawan Dalam Menghadapi nasabah

Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh tingkat harapan konsumen Terhadap Kesabaran Karyawan Dalam Menghadapi Konsumen.

Tabel 4.29

**Tingkat Harapan Terhadap Kesabaran Karyawan Dalam
Menghadapi Nasabah.**

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
43	30	8	3	-	365

Sumber : Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (43 \times 5) + (30 \times 4) + (8 \times 3) + (3 \times 2) \\ &= 365\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat Pelayanan dan tingkat Kepentingan atau Harapan terhadap kepuasan nasabah adalah :

Rumus tingkat Kesesuaian Perbandingan :

$$\begin{aligned}\text{Tki} &= (X_i) : (Y_i) \times 100\% \\ &= (268 : 365) \times 100\% \\ &= 73,42\%\end{aligned}$$

c. Petugas Memberi Penjelasan Secara Jujur

Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh tingkat harapan nasabah Terhadap Petugas Memberi Penjelasan Secara Jujur.

Tabel 4.30

Tingkat Harapan Terhadap Petugas Memberi Penjelasan Secara Jujur

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
52	21	7	4	-	377

Sumber : Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (52 \times 5) + (21 \times 4) + (7 \times 3) + (4 \times 2) \\ &= 377\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat Pelayanan dan tingkat Kepentingan atau harapan terhadap kepuasan nasabah adalah :

Rumus tingkat Kesesuaian Perbandingan :

$$\begin{aligned}\text{Tki} &= (X_i) : (Y_i) \times 100\% \\ &= (245 : 377) \times 100\% \\ &= 64,98\%\end{aligned}$$

5. Hal yang terwujud (tangibles)

a. Kerapihan dan Penampilan Karyawan

Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh tingkat harapan nasabah Terhadap Kerapihan dan Penampilan Karyawan.

Tabel 4.31

Tingkat Harapan Terhadap Kerapihan dan Penampilan Karyawan.

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
51	22	7	4	-	372

Sumber : Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (51 \times 5) + (22 \times 4) + (7 \times 3) + (4 \times 2) \\ &= 372\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat Pelayanan dan Tingkat Kepentingan atau Harapan terhadap kepuasan nasabah adalah :

Rumus tingkat Kesesuaian Perbandingan :

$$\begin{aligned}
 Tki &= (X_i) : (Y_i) \times 100\% \\
 &= (274 : 372) \times 100\% \\
 &= 73,65\%
 \end{aligned}$$

b. Kebersihan dan Kenyamanan Ruangan

Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh tingkat harapan nasabah terhadap Kebersihan dan Kenyamanan Ruangan.

Tabel 4.32

Tingkat Harapan Terhadap Kebersihan dan Kenyamanan Ruangan.

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
60	17	5	2	-	387

Sumber: Hasil kuesioner

$$\begin{aligned}
 \text{Keterangan bobot} &= (60 \times 5) + (17 \times 4) + (5 \times 3) + (2 \times 2) \\
 &= 387
 \end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat Pelayanan dan Tingkat Kepentingan atau Harapan terhadap kepuasan nasabah adalah :

Rumus tingkat Kesesuaian Perbandingan :

$$\begin{aligned}
 Tki &= (X_i) : (Y_i) \times 100\% \\
 &= (268 : 387) \times 100\% \\
 &= 69,25\%
 \end{aligned}$$

c. Kemutakhiran Peralatan dan Teknologi

Dari hasil kuesioner yang telah dikumpulkan diperoleh tingkat harapan nasabah terhadap Kemutakhiran Peralatan dan Teknologi.

Tabel 4.33

Tingkat Harapan Terhadap Kemutakhiran Peralatan dan Teknologi

Sangat baik	Baik	Cukup baik	Kurang baik	Tidak baik	Bobot
61	14	5	4	-	384

$$\begin{aligned}\text{Keterangan bobot} &= (61 \times 5) + (14 \times 4) + (5 \times 3) + (4 \times 2) \\ &= 384\end{aligned}$$

Hasil yang diperoleh antara tingkat Pelayanan dan Tingkat Kepentingan atau Harapan terhadap kepuasan nasabah adalah :

Rumus tingkat Kesesuaian Perbandingan :

$$\begin{aligned}\text{Tki} &= (X_i) : (Y_i) \times 100\% \\ &= (236 : 384) \times 100\% \\ &= 61,45 \%\end{aligned}$$

D. Diagram Kertesius

1. Kuadran A

Kuadran ini menunjukan elemen atau artibut jasa yang tingkat kepentingannya diatas rata-rata akan tetapi kurang mendapatkan perhatian dari pihak manajemen Bank Central Asia sehingga tingkat kinerja di bawah rata-rata, sehingga kurang memuaskan konsumen.

2. Kuadran B

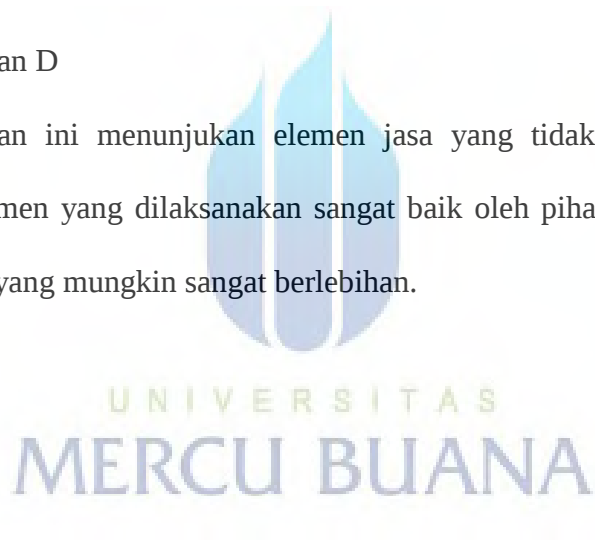
Kuadran ini menunjukkan elemen atau atribut jasa yang dianggap oleh konsumen (diatas rata-rata) dan dilaksanakan pihak Bank BCA dengan baik, performance atau kinerja diatas rata-rata , konsumen menjadi puas.

3. Kuadran C

Kuadran ini menunjukkan elemen jasa yang dilakukan dengan pas-pasan oleh pihak manajemen dan tidak dianggap sebagai suatu yang penting oleh konsumen.

4. Kuadran D

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



Tabel 4. 34

**Perhirungan Rata-rata dari Penilaian Pelaksanaan dan Penilaian
Kepentingan Pada Faktor-faktor yang mempengaruhi Nasabah
pada Bank Central Asia Kacapem Kelapa Gading Villa**

No	Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah di Bank BCA Kacapem Kelapa Gading Villa	Penilaian kepuasan	Penilaian pelayanan	$\bar{X}$	$\bar{Y}$
1	Kemudahan dalam mencari informasi	298	389	3,54	4,63
2	Ketepatan waktu jam buka bank	262	363	3,11	4,32
3	Kemudahan dalam mencari folmulir	257	400	3,05	4,76
4	Kejelasan informasi waktu penyampaian jasa	260	362	3,09	4,30
5	Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan	256	376	3,04	4,47
6	Kesediaan karyawan dalam membantu nasabah	238	383	2,83	4,55
7	Karyawan melayani nasabah dengan ramah	246	379	2,92	4,51
8	Karyawan dapat berkomunikasi dengan baik	250	388	2,97	4,61
9	Perhatian karyawan terhadap kepentingan nasabah	258	370	3,07	4,40
10	Kemampuan karyawan dalam menyampaikan	266	372	3,16	4,42
11	Kesabaran karyawan dalam menghadapi nasabah	268	365	3,19	4,34
12	Karyawan memberi penjelasan secara jelas dan jujur	245	377	2,91	4,48

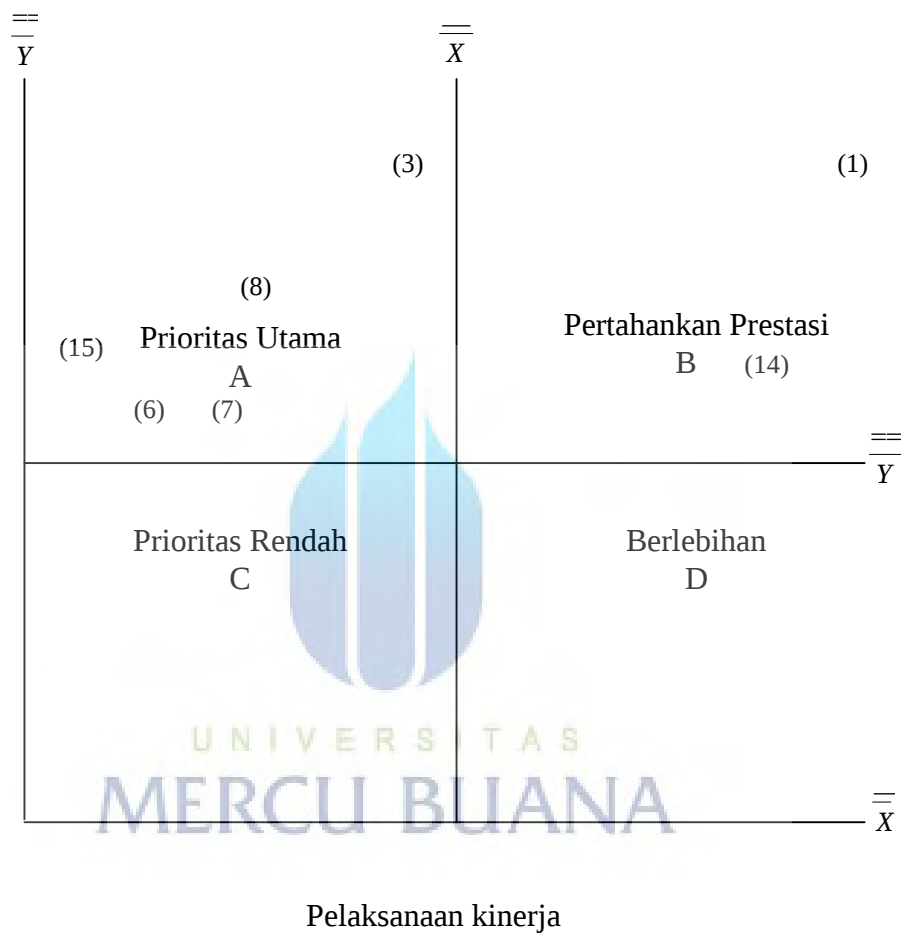
13	Kerapihan dan penampilan karyawan	274	372	3,28	4,42
14	Kebersihan dan kerapihan ruangan	268	387	3,19	4,60
15	Kemutakhiran peralatan dan teknologi	236	384	2,80	4,57
Jumlah				46,15	67,38
Rata-rata (== dan ==)				3,07	4,49
X Y					

X dan Y = Nilai rata - rata dari 84 Responden

Sumber : Hasil Perhitungan kuesioner



**DIAGRAM KARTESIUS DAN FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI KEPUASAN NASABAH PADA
BANK CENTRAL ASIA KACAPEM KELAPA GADING VILLA**



Hasil Pengukuran unsur - unsur jasa ini berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja yang memungkinkan pihak manajemen untuk dapat menitik beratkan usaha- usaha perbaikan untuk hal-hal atau atribut yang dianggap penting saja untuk nasabah.

Dalam Gambar 2 dari diagram kariesius ini terlihat, bahwa letak dari unsur- unsur pelaksanaan faktor- faktor atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen terbagi menjadi empat bagian. Adapun Interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Kuadran A

Dalam kuadran ini menunjukan faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan penanganannya perlu diprioritaskan oleh pihak manajemen Bank BCA, karena keadaan faktor- faktor ini dinilai sangat penting pelaksanaannya tetapi masih belum memuaskan. Faktor - faktor yang termaksud dalam kuadran ini adalah :

1. Kemudahan dalam mencari folmulir (3)
2. Ketersediaan karyawan dalam membantu nasabah (6)
3. Karyawan melayani nasabah dengan Perhatian dan Ramah (7)
4. Karyawan dapat berkomunikasi dengan baik dan mudah di mengerti (8)
5. Kemutakhiran Peralatan dan Teknologi (15)

b. Kuadran B

Menunjukan 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 konsumen.

Faktor- faktor yang dimaksud dalam kuadran ini adalah :

1. Kemudahan dalam mencari Informasi (1)
2. Kebersihan dan Kerapihan ruangan (14)

c. Kuadran C

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

Faktor — faktor yang dimaksud dalam kuadran ini adalah :

1. Kecepatan dan Ketepatan dalam Pelayanan (5)
2. Perhatian Karyawan terhadap Kepentingan nasabah (9)
3. Karyawan memberi penjelasan secara jujur (12)

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- faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh pihak Manajemen Bank BCA. Sehingga sangat memuaskan.

Faktor- faktor yang dimaksud dalam kuadran ini adalah :

1. Ketepatan waktu dalam jam buka bank (2)
2. Kejelasan informasi waktu penyampaian jasa (4)

3. Kemauan karyawan dalam menyelesaikan masalah (10)
4. Kesabaran karyawan dalam menghadapi nasabah (11)
5. Penampilan dan Kerapihan karyawan (13).



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

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

1. Dari 15 faktor yang diteliti ada 5 faktor yang dianggap penting bagi konsumen, namun tingkat pelaksanaannya dari tingkat manajemen Bank BCA masih dinilai kurang baik oleh konsumen (belum memuaskan). Adapun faktor- faktor yang menjadi prioritas utama untuk ditingkatkan oleh pihak manajemen Bank BCA adalah :
 - a. Kemudahan dalam mencari folmulir (3)
 - b. Kesediaan karyawan dalam membantu nasaabah (6)
 - c. Karyawan melayani nasabah dengan perhatian dan ramah (7)
 - d. Karyawan dapat berkomunikasi dengan baik dan mudah dimengerti (8)
 - e. Kemutakhiran peralatan dan Teknologi (15)
2. Faktor - faktor yang sudah sesuai dengan harapan nasabah perlu di pertahankan karena bila pihak manajemen tetap mempertahankan maka kepercayaan nasabah akan semakin baik . adapun faktor-faktor yang telah memenuhi harapan nasabah tersebut adalah :
 - a. Kemudahan dalam memcari informasi (1)
 - b. Kebcrsihan dan Kerapihan ruangan (14)

3. Faktor - faktor yang dianggap kurang penting oleh Nasabah, sedangkan pelayanan dianggap biasa-biasa saja . Adapun faktor yang dianggap kurang penting oleh nasabah adalah :
 - a. Kecepatan dan Ketepatan dalam Pelayanan(5)
 - b. Perhatian karyawan terhadap kepentingan nasabah (9)
 - c. Karyawan memberi penjelasan secarajujur (12)
4. Faktor- faktor yang dianggap kurang penting oleh nasabah dan dilaksanakan dengan sangat baik oleh manajemen Bank BCA adalah :
 - a. Ketepatan waktu dalam jam buka bank (2)
 - b. Kejelasan Informasi Waktu penyampaian jasa (4)
 - c. Kemampuan karyawan dalam menyelesaikan masalah (10)
 - d. Kesabaran karyawan dalam menghadapi nasabah (11)
 - e. Penampilan dan Kerapihan karyawan (13)

B. Saran

Berdasarkan uraian analisa diatas dan pembahasannya sebelumnya, dapatlah kiranya penulis mengajukan beberapa saran untuk dijadikan bahan pemikiran bagi pihak manajemen Bank BCA untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang akan datang, antara lain:

1. Pihak Manajemen Bank BCA Kacapem Kelapa Gading Villa harus lebih memperhatikan Kenyamanan para nasabah agar nasabah lebih merasa nyaman dalam bertransaksi
2. Pihak Manajemen Bank BCA Kacapem kelapa Gading Vills harus merubah letak folmulir yang akan dipakai oleh konsumen untuk

bertransaksi sesuai dengan Jenisnya agar mempermudah nasabah dalam mendapatkan folmulir tersebut.

3. Karyawan harus dapat berkomunikasi lebih baik lagi dengan nasabah guna Efisiensi waktu nasabah dalam berbelanja.



GAMBAR 01
Struktur Organisasi
PT. Bank Central Asia Kacapem Kelapa gading Villa

