

**ANALISA PENGARUH PELAYANAN BANK TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. BANK EKSEKUTIF  
INTERNASIONAL TBK. CABANG MUARA KARANG**

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Meraih Gelar Sarjana  
Teknik Industri Jenjang Pendidikan Strata Satu (S1)**

**YULIANTO  
01600 – 022**



**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2007**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI**  
**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul : Analisa Pengaruh Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan  
Pelanggan Pada PT. Bank Eksekutif Internasional Tbk.  
Cabang Muara Karang

Nama : Yulianto

Nim : 01600-022

Jurusan : Teknik Industri

Tugas ini telah diperiksa dan disetujui oleh:

Jakarta, Maret  
2007

Pembimbing Tugas Akhir

(Ir. Sonny Koeswara, MSIE)

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI**  
**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN**

Judul : Analisa Pengaruh Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan  
Pelanggan Pada PT. Bank Eksekutif Internasional Tbk.  
Cabang Muara Karang

Nama : Yulianto

Nim : 01600-022

Jurusan : Teknik Industri

Tugas ini telah diperiksa dan disetujui oleh:

Jakarta, Maret  
2007

Ketua Jurusan dan Koordinator  
Tugas Akhir

(M. Kholil, ST. MT)

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI**  
**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI**  
**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Yulianto

Nim : 01600-022

Jurusan : Teknik Industri

Fakultas : Teknologi Industri

Universitas Mercu Buana

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, kecuali pada bagian yang telah disebutkan sumbernya.

( Yulianto )  
01600-022

## **KATA PENGANTAR**

### **Bismillahirrahmanirrahim**

Segala puji syukur kehadiran ALLAH SWT, yang telah melimpahkan taufik dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul “Analisa Pengaruh Pelayanan Bank Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Bank Eksekutif Internasional Tbk. Cabang Muara Karang”.

Tugas Akhir ini disusun dalam rangka menyelesaikan studi pada jurusan Teknik Industri Fakultas Teknologi Industri, Universitas Mercu Buana. Dalam Tugas Akhir ini penulis melibatkan banyak pihak yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi, petunjuk maupun bimbingan yang sangat berharga bagi penulis.

Pada kesempatan ini tidaklah berlebihan apabila penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Sonny Koeswara, MSIE, selaku Dosen Pembimbing.
2. Bapak M. Kholil, ST. MT, selaku Koordinator Tugas Akhir pada Jurusan Teknik Industri, Universitas Mercu Buana.
3. Kepada bapak Andrian, selaku Branch Manager PT. Bank Eksekutif Internasional Tbk. Cabang Muara Karang yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk dapat melaksanakan tugas akhir.
4. Kepada Ibu dan Ayah yang telah rela mencurahkan keringat, air mata, bahkan darah untukku, jasa kalian tak mungkin terjabarkan satu persatu.

5. Rekan Okie Andrianz untuk kerjasamanya, The Bokiz, Lay, Atjong, Chanz, Anay, Seluruh keluarga sahabatku yang selalu menerima dengan baik.

Dalam hal ini penulis sadar bahwa masih banyak kekurangan dalam Tugas Akhir ini, baik dalam materi maupun penyajiannya. Oleh karena itu penulis menerima segala kritik dan saran yang sifatnya membangun demi sempurnanya Tugas Akhir ini, dan penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Amiin.

Jakarta, Maret 2007

Penulis,

Yulianto

## ABSTRAK

PT. Bank Eksekutif Internasional Tbk adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan. Pada era globalisasi sekarang ini persaingan bisnis dibidang jasa semakin ketat, oleh karena itu bidang usaha yang bergerak di bidang jasa dituntut untuk lebih meningkatkan pelayanan serta kepuasan para pelanggannya.

Dalam Tugas Akhir ini penulis mencoba mengangkat sebuah analisa kasus yang terjadi pada PT. Bank Eksekutif Internasional Tbk. Cabang Muara Karang, dengan mengukur tingkat kepuasan pelanggan pada perusahaan tersebut dengan menggunakan metode-metode pengolahan data statistik yang hasilnya diharapkan dapat mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan dan kepentingan yang diinginkan oleh para pelanggan.

Penelitian dilakukan dengan cara penyebaran kuisioner kepada pelanggan yang datang PT. Bank Eksekutif Internasional Tbk. Cabang Muara Karang, dengan mengajukan pertanyaan seputar pelayanan serta sarana yang terdapat di PT. Bank Eksekutif Internasional Tbk. Cabang Muara Karang, pertanyaan tersebut menyangkut point – point seperti pelayanan Teller, parkir, ruang tunggu, serta pelayanan jasa administrasi.

Dari hasil penelitian tersebut diharapkan dapat menjadi sebuah acuan untuk meningkatkan mutu pelayanan bagi pelanggan.

## ABSTRACT

*PT. Bank Eksekutif Internasional Tbk are the company who move in banking service field. In globalization era like nowadays, competing in service business is more tight. So that the company who move in service business must be more increasing the service and customer satisfying.*

*In this task, writer try to take a case analysis that happened in PT. Bank Eksekutif Internasional Tbk. Muara Karang Branch, with measuring the satisfying level of company customer using statistical methods which is the result can expecting how far satisfying level and necessary level who needed by costumers.*

*The research began with spread the quizioner to customers who come into PT. Bank Eksekutif Internasional Tbk. Muara Karang Branch, the quizioner containing the question about service and PT. Bank Eksekutif Internasional Tbk. Muara Karang Branch facilities. The question including the points like Tellers service, parking, waiting room and administration service.*

*From that results, expected can be the reference to increasing the quality of customer services.*

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	i
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	vii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	x
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>BAB I      PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Balakang Masalah.....	1
1.2. Pokok Permasalahan.....	2
1.3. Tujuan Penelitian.....	2
1.4. Batasan Masalah.....	3
1.5. Metodologi Penelitian.....	3
1.7. Sistematika Penulisan.....	4
<b>BAB II      GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN</b>	7

<b>BAB III</b>	<b>LANDASAN TEORI</b>	
	3.1. Pengertian Pelanggan.....	14
	3.2. Kepuasan Pelanggan.....	11
	3.3. Konsep Kepuasan Pelanggan di Bidang Jasa.....	11
	3.4. Kualitas Jasa.....	13
	3.5 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	15
	3.6. Teknik Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	17
	3.7. Analisis Regresi dan Korelasi.....	21
<b>BAB IV</b>	<b>PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b>	
	4.1. Pengumpulan Data.....	27
	4.1.1. Keinginan Pelanggan.....	27
	4.1.2. Bentuk Kuisisioner.....	28
	4.1.3. Penyebaran Kuisisioner.....	28
	4.2. Pengolahan Data.....	29
<b>BAB V</b>	<b>ANALISA DATA</b>	
	5.1. Interpretasi Data.....	43
	5.1.1. Interpretasi Data Dalam Akses Pelayanan Teller Pada PT. BANK EKSEKUTIF.....	43
	5.1.2 Interpretasi Data Dalam Akses Pelayanan Parkir Pada PT. BANK EKSEKUTIF.....	45

5.1.3. Interpretasi Data Dalam Fasilitas Ruang Tunggu Pada PT. BANK EKSEKUTIF.....	46
5.1.4. Interpretasi Data Dalam Pelayanan Jasa Administrasi Pada PT. BANK EKSEKUTIF.....	47
5.2. Analisa Korelasi.....	47
5.3. Koefisien Determinasi (KD).....	52
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
6.1 Kesimpulan.....	55
6.2. Saran.....	62
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>58</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 3.1. Tipe-tipe pelanggan menurut tangga loyalitas.....	10
Tabel 4.1 Contoh format jawaban tipe Likert.....	28
Tabel 4.2. Hasil kuisisioner dalam pelayanan teller.....	29
Tabel 4.3. Perhitungan rata-rata dari penilaian kepuasan dan kepentingan dalam playanan teller.....	31
Tabel 4.4. Hasil kuisisioner dalam pelayanan parkir.,.....	33
Tabel 4.5. Perhitungan rata-rata dari penilaian kepuasan dan kepentingan dalam playanan parkir.....	34
Tabel 4.6. Hasil kuisisioner dalam fasilitas ruang tunggu.....	35
Tabel 4.7. Perhitungan rata-rata dari penilaian kepuasan dan kepentingan dalam fasilitas ruang tunggu .....	36
Tabel 4.8. Hasil kuisisioner dalam pelayanan jasa administrasi.....	37
Tabel 4.9. Perhitungan rata-rata dari penilaian kepuasan dan kepentingan dalam pelayanan jasa administrasi...	38
Tabel 5.1. Hasil kuisisioner koefisien korelasi pada pelayanan teller PT Bank Eksekuif.....	48
Tabel 5.2. Hasil kuisisioner koefisien korelasi pada pelayanan parkir PT Bank Eksekuif.....	50

Tabel 5.3. Hasil kuisisioner koefisien korelasi pada Ruang Tunggu PT Bank Eksekuiif.....	51
Tabel 5.4 Hasil kuisisioner koefisien korelasi pada pelayanan parkir PT Bank Eksekuiif.....	51

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 3.1. Diagram Kebutuhan Pemasaran.....	12
Gambar 3.2. Diagram Kartesius.....	20
Gambar 3.3. Scatter Plot.....	33
Gambar 4.1. Diagram kartesius pada pelayanan Teller.....	39
Gambar 4.2. Diagram kartesius pada pelayanan parkir.....	40
Gambar 4.3. Diagram kartesius pada Fasilitas Ruang Tunggu	41
Gambar 4.4. . Diagram kartesius pada pelayanan Jasa Administrasi.....	42

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dikarenakan persaingan bisnis dibidang perbankan semakin ketat, oleh karena itu bidang wirausaha yang bergerak di bidang jasa perbankan dituntut untuk lebih meningkatkan pelayanan serta kepuasan para pelanggannya. Konsep pemasaran pun kian berkembang dan pada era 2000-an ini konsep pemasaran telah berkembang menjadi "*one to one marketing*" yaitu konsep pemasaran yang menitik beratkan kepada tingkat keinginan/kepuasan pelanggan. Dari konsep tersebut dikenal salah satu strategi yang paling populer yaitu: "*customer relationship marketing*" yaitu menjalin hubungan yang baik kepada pelanggan. Oleh karena tidak mudah untuk menjalin hubungan yang baik terhadap pelanggan bila tidak mengetahui sampai dimana tingkat kepuasan pelanggan tersebut, maka berdasarkan permasalahan yang ada harus dibuat suatu pengukuran untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan. maka berdasarkan permasalahan yang ada harus dibuat suatu pengukuran untuk mengetahui sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan, maka dilakukan suatu survey kepuasan pelanggan yang dapat dilakukan beberapa cara, diantaranya dengan melakukan tanya jawab melalui kuesioner, yang isinya menyangkut kualitas sarana pelayanan jasa serta kemampuan pelayanan jasa isinya menyangkut kemampuan petugas dalam melaksanakan tugasnya.

## **I.2 Pokok Permasalahan**

Penulis menyadari bahwa salah satu cara untuk meningkatkan mutu serta citra yang baik terhadap perusahaan adalah dengan melakukan peningkatan pelayanan kepada pelanggan. Untuk melakukan pelayanan, terlebih dahulu dilakukan suatu pengukuran tingkat kepuasan sebagai suatu alat ukur dalam pengambilan keputusan. Oleh karena hal tersebut penulis tertarik untuk membuat suatu analisa pengaruh layanan jasa terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Bank Eksekutif Internasional Tbk. Cabang Muara Karang.

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini antara lain :

1. Sebagai bahan penulisan tugas akhir
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja perusahaan.
3. Untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan pegawai (Customer Service) dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.
4. Sebagai suatu sarana untuk melakukan peningkatan kualitas jasa dan desain promosi yang lebih tepat dan sesuai dengan tuntutan pasar.

#### **1.4 Batasan Permasalahan**

Agar permasalahan terarah dan jelas, maka penulis membatasi permasalahan sebagai berikut :

1. kuesioner mengenai kepuasan pelanggan dibatasi untuk sarana pelayanan dan layanan jasa PT. Bank Eksekutif Internasional Tbk. Cabang Muara Karang.
2. Analisa kepuasan pelanggan ini tidak sampai pada strategi pemasaran, tetapi pada interpretasi mengenai sarana pelayanan dan layanan jasa tersebut diperhitungkan dengan metode deskriptif kualitatif-kualitatif yang berasal dari data kuesioner yang terkumpul.

#### **1.5 Metodologi Penelitian**

Pelaksanaan penelitian menggunakan metodologi sebagai berikut :

- ❖ Tahap studi pendahuluan, meliputi :
  - Perumusan masalah dan tujuan penelitian
  - Tinjauan pustaka
  - Tinjauan lapangan
- ❖ Tahap identifikasi masalah, meliputi :
  - Penentuan data yang dibutuhkan
  - Pemilihan metode analisis yang akan digunakan
- ❖ Tahap pengumpulan data, meliputi :
  - Pengumpulan data dari lokasi.
  - Penyusunan Kuesioner

- Penyebaran Kuesioner
- ❖ Tahap analisis dan interpretasi, meliputi ;
  - Pengolahan kuesioner
  - Interpretasi dan analisis data hasil kuesioner
- ❖ Tahap Kesimpulan dan saran

### **1.6Sistematika Penulisan**

Dalam penulisan tugas akhir, untuk memudahkan pembahasannya, maka disusun sistematika penulisan sebagai berikut :

#### **BAB I :PENDAHULUAN**

Pada bab ini meliputi latar belakang masalah, pokok permasalahan, tujuan penelitian, batasan masalah, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

Pada bab ini menguraikan gambaran umum perusahaan PT. Bank Eksekutif Internasional tbk. Cabang Muara Karang.

#### **BAB III : LANDASAN TEORI**

Pada bab ini menguraikan teori-teori yang meliputi teori tentang pengertian pelanggan, konsep kepuasan pelanggan dibidang jasa,

faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dan teknik mengukur kepuasan pelanggan.

#### **BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini menguraikan mengenai cara penyusunan dan penyebaran kuesioner untuk diperoleh data yang dibutuhkan, data dari pelanggan, dan metode analisis data.

#### **BAB V : ANALISA DATA**

Pada bab ini menguraikan mengenai pengolahan data hasil kuesioner yang didapat dengan cara metode deskriptif kuantitatif-kualitatif, kemudian dianalisis untuk dijadikan interpretasi.

#### **BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran sebagai hasil akhir dari penelitian, serta penyampaian saran-saran kebijakan untuk memperbaiki atau mendapatkan solusi yang terbaik.

## **BAB II**

### **GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN**

PT. Bank Eksekutif Internasional mulai berdiri di Jakarta, 9 Agustus 1993, berdasarkan keputusan menteri keuangan No.673/KMK.017/1993 tanggal 23 Juni 1993. Dengan memperbaharui manajemen, Bank Eksekutif mampu mencatat perkembangan dan menjadi Bank pertama di Indonesia yang memberikan pinjaman komersil untuk sektor usaha selama krisis pada tahun 1999.

Pada tanggal 13 Juli 2001, Bank Eksekutif mencatatkan diri di Bursa Efek Jakarta dan menjadi Bank Publik. Perkembangan kinerja Bank Eksekutif dapat dilihat dengan diterimanya penghargaan dari Info Bank beberapa kali, terakhir pada bulan Juni 2004 sebagai Bank Nasional dengan predikat “Sangat Bagus”.

Visi Bank Eksekutif di masa depan adalah menjadi “Bank Pilihan” khususnya dalam kredit konsumen retail dengan cara terus menerus menginovasi diri dan menjangkau seluruh propinsi Indonesia melalui ekspansi network.

Bank Eksekutif berkomitmen untuk menjiwai profesi perbankan agar mampu menciptakan kesinambungan usaha berikut perkembangannya, dengan prinsip-prinsip:

- Mengutamakan kecepatan dan kualitas pelayanan nasabah, siapapun mereka.

- Memberikan kesejahteraan yang optimal bagi shareholders dan pertumbuhan bersama para mitra kerjanya.
- Menciptakan bankir-bankir yang membanggakan dan terpercaya.

## **BAB III**

### **LANDASAN TEORI**

#### **3.1 Pengertian Pelanggan**

Menurut L.L Bean, Freeport, Maine, pelanggan mempunyai pengertian :

- Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita, tetapi kita yang tergantung pada dia.
- Pelanggan adalah orang yang membawa kita kepada keinginannya
- Tidak ada seorang pun yang pernah menang beradu argumensi dengan pelanggan.
- Pelanggan adalah yang teramat penting yang harus dipuaskan

Ada 3 macam pelanggan dalam sistem kualitas modern, yaitu :

1. Pelanggan Eksternal (external customer), merupakan pembeli atau pemakai akhir produk = pemakai nyata (real customer), yang membayar untuk menggunakan produk yang dihasilkan.
2. Pelanggan Antara (intermediate customer), merupakan mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara.
3. Pelanggan Internal (onternal customer), merupakan orang yang berada didalam perusahaan dan memiliki pengaruh pada performance pekerjaan.

Ada 5 tipe pelanggan menurut tangga loyalitas, yaitu :

**Tabel 3.1 Tipe-tipe Pelanggan menurut Tangga Loyalitas**

<b>TIPE</b>	<b>DEFINISI</b>
PROSPEK (PROSPECT)	Orang-orang yang mengenal barang atau jasa suatu perusahaan, tetapi belum pernah masuk tokonya, serta belum pernah membeli barang/jasa perusahaan tersebut.
PEMBELANJA (SHOPPER)	Prospek yang telah yakin untuk mengunjungi toko tersebut, paling tidak satu kali. Akan tetapi, pembelanja masih belum membuat keputusan membeli dan perusahaan hanya memiliki sedikit kesempatan untuk mempengaruhi mereka.
PELANGGAN (CUSTOMER)	Orang yang membeli barang atau jasa perusahaan
KLIEN (CLIENT)	Orang yang secara rutin membeli, barang atau jasa perusahaan
PENGANJUR (ADVOCATES)	Pelanggan yang sedemikian puasny dengan barang atau jasa perusahaan, sehingga ia akan menceritakan kepada siapa saja tentang betapa memuaskannya barang/jasa perusahaan tersebut

### **3.2 Kepuasan Pelanggan**

Menurut Kotler (1997:40) Kepuasan pelanggan adalah : “..... *a person's feeling of pleasure or disappointment resulting from comparing a product's received performance (or outcome) in relations to the person's expectation*” yang artinya adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan diharapkannya.

Pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Engel (1990) dan Pawitra (1993) mengatakan bahwa pengertian tersebut

diterapkan dalam penilaian kepuasan atau ketidak puasan terhadap satu perusahaan tertentu karena berkaitan erat dengan konsep kepuasan pelanggan.

### **3.3 Konsep Kepuasan Pelanggan di Bidang Jasa**

#### Pengertian Jasa

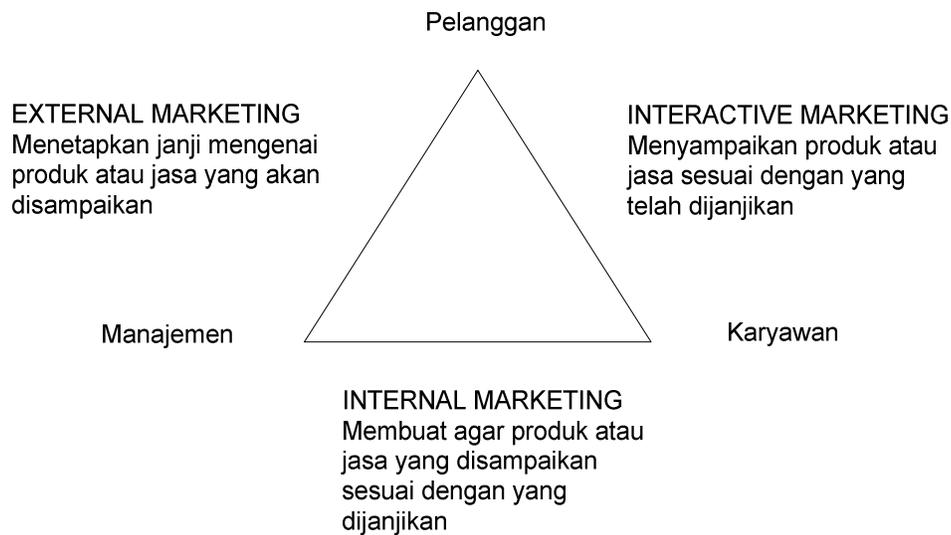
Jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa produksi dan dikonsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut.

Sukses suatu industri jasa tergantung pada sejauh mana perusahaan mampu mengelola tiga aspek berikut

1. Janji perusahaan mengenai jasa yang akan disampaikan kepada pelanggan.
2. Kemampuan perusahaan untuk membuat karyawan mampu memenuhi janji tersebut.
3. Kemampuan karyawan untuk menyampaikan janji tersebut kepada karyawan.

Model kesatuan dari tiga aspek tersebut dikenal sebagai segitiga jasa, dimana sisi segitiga mewakili setiap aspek. Kegagalan disuatu sisi

menyebabkan segitiga roboh. Artinya, industri jasa tersebut gagal. Dengan demikian, pembahasan industri jasa meliputi perusahaan, karyawan serta pelanggan. Digambarkan diagram pemasaran segitiga jasa sebagai berikut ;



**Gambar 3.1 Diagram Segitiga Pemasaran Jasa.**

Status dan peran perusahaan, karyawan serta pelanggan sebagai berikut :

#### Perusahaan

Status : Fasilitator terhadap karyawan agar mampu melayani pelanggan

Peran :

- Sebagai penyelidik keinginan pelanggan.
- Sebagai pembuat spesifikasi jasa yang akan disampaikan.
- Sebagai pemberdaya karyawan agar mampu menyampaikan jasa kepada pelanggan sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan.

#### Karyawan

Status : Penyampai jasa

Peran :

- Sebagai jasa itu sendiri
- Sebagai personafikasi atau gambaran dari perusahaan
- Sebagai pemasaran jasa secara tidak langsung

### Pelanggan

Status : Penerima jasa

Peran : Sebagai penilai kualitas jasa

### **3.5 Kualitas Jasa**

Kualitas jasa didefinisikan sebagai penyampai jasa yang akan melebihi tingkat kepentingan pelanggan. Jenis kualitas yang digunakan untuk menilai kualitas jasa adalah sebagai berikut : kualitas teknik (outcome), yaitu kualitas hasil kerja penyampaian jasa itu sendiri. Dan kualitas pelayanan (proses), yaitu kualitas cara penyampaian jasa tersebut.

Karena jasa tidak kasat mata serta kualitas teknik jasa tidak selalu dapat dievaluasi secara akurat, pelanggan berusaha menilai kualitas jasa berdasarkan apa yang dirasakannya, yaitu atribut-atribut yang mewakili kualitas teknik dan kualitas pelayanan.

Ada 10 kriteria umum atau standar yang menentukan kualitas suatu jasa, yaitu :

1. Keandalan (*reliability*)
2. Ketanggapan (*responsiveness*)
3. Kemampuan (*competence*)

4. Mudah diperoleh (*access*)
5. Keramahan (*courtesy*)
6. Komunikasi (*communication*)
7. Dapat dipercaya (*credibility*)
8. Keamanan (*security*)
9. Memahami pelanggan (*understanding*)
10. Bukti nyata (*tangibles*)

Kesepuluh dimensi tersebut dapat disederhanakan menjadi lima dimensi kualitas jasa yang dapat dirincikan sebagai berikut (Philip Kotler: 561) :

1. Ketanggapan, yaitu : kemampuan untuk menolong pelanggan dan kesediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.
2. Keandalan, yaitu : Kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
3. Empati, yaitu : rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi.
4. Jaminan, yaitu : pengetahuan, kesopanan petugas serta sifatnya yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.
5. Bukti langsung, yaitu meliputi, fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.

### 3.6 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.

Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa. Kepuasan pelanggan, selain dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, juga ditentukan oleh kualitas produk, harga, dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat.

Persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa tidak mengharuskan pelanggan menggunakan jasa tersebut terlebih dulu untuk memberikan penilaian.

- Nilai

Nilai didefinisikan sebagai pengkajian secara menyeluruh manfaat dari suatu produk, yang berdasarkan pada persepsi pelanggan atas apa yang telah diterima oleh pelanggan dan yang telah diberikan oleh produk tersebut.

Yang dibutuhkan oleh pelanggan adalah pelayanan serta manfaat dari produk tersebut. Selain uang, pelanggan mengeluarkan waktu dan tenaga guna mendapatkan suatu produk. Kriteria nilai bagi pelanggan dapat digambarkan sebagai berikut :

$$\text{Nilai bagi pelanggan} = \frac{\text{Kualitas}}{\text{Biaya}} \times \frac{\text{Layanan}}{\text{Waktu}}$$

Walaupun suatu jasa berkualitas serta memuaskan pelanggan, namun belum tentu suatu produk bernilai bagi pelanggan itu. Semakin bernilai

suatu produk, semakin bertambahlah kebutuhan pelanggan yang dapat dipenuhi oleh produk tersebut.

- Daya Saing

Suatu produk jasa maupun barang harus memiliki daya saing agar dapat menarik pelanggan, sebab bisnis tidak dapat berlangsung tanpa pelanggan.

Suatu produk hanya memiliki daya saing bila keunggulan produk tersebut dibutuhkan oleh pelanggan. Keunggulan suatu produk jasa terletak pada keunikan serta kualitas pelayanan produk jasa tersebut kepada pelanggan. Agar dapat bersaing suatu produk harus memiliki keunikan dibandingkan dengan produk lain yang sejenis. Dengan demikian, suatu produk mempunyai daya saing bila keunikan serta kualitas pelayanannya disesuaikan dengan manfaat serta pelayanan yang dibutuhkan oleh pelanggan. Manfaat suatu produk tergantung pada seberapa jauh produk tersebut memenuhi nilai-nilai yang dibutuhkan oleh pelanggan.

- Persepsi Pelanggan

Persepsi didefinisikan sebagai proses dimana individu memilih, mengorganisasikan, serta mengartikan stimulus yang diterima melalui alat indranya menjadi suatu makna. Meskipun demikian, makna dari proses persepsi tersebut juga dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu individu yang bersangkutan. Persepsi pelanggan terhadap produk atau jasa berpengaruh terhadap : Tingkat kepentingan pelanggan, kepuasan pelanggan dan nilai.

**Faktor – faktor Kepuasan dan KetidakPuasan menurut Herzberg sebagai berikut :** Faktor yang mengarah pada kepuasan meliputi

presentasi, pengenalan, sifat itu sendiri yang hakiki, tanggung jawab, dan perkembangan. Sedangkan faktor yang mengarah pada ketidakpuasan meliputi kebijaksanaan dan administrasi perusahaan, supervisor teknis, gaji / upah, hubungan antar pribadi dengan supervisor, dan kondisi pekerjaan.

### **3.7 Teknik Mengukur Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan pendekatan ini, konsumen diminta memberikan penilaian atas masing-masing indikator produk jasa yang mereka nikmati (pada umumnya menggunakan skala Likert), yaitu dengan cara memberikan rating dari 1 (sangat tidak puas) sampai 5 (sangat puas). Selanjutnya, konsumen juga diminta memberikan penilaian atas produk atau jasa tersebut secara keseluruhan.

Skala Likert merupakan salah satu varian pendekatan semantic differential. Bentuknya lebih langsung dan responden diminta untuk memilih jawaban seperti : angka (5) untuk menunjukkan bahwa pelanggan sangat puas, angka (4) puas, angka (3) netral, angka (2) tidak puas dan angka (1) sangat tidak puas.

Nilai yang diperoleh dari skala Likert ini dapat diperbandingkan dengan dua cara, yaitu: dibandingkan dengan nilai rata-rata atau dibandingkan secara keseluruhan. Skala Likert umumnya bersifat ordinal, sehingga apabila kita langsung menghitung rata-ratanya, interpretasi yang dihasilkan akan keliru. Untuk mengatasi skala ordinal pada skala Likert digunakan teknik suksesif, yaitu mentransfer nilai yang diperoleh dari skala Likert ke dalam bentuk interval, setelah itu menghitung nilai rata-ratanya.

Berdasarkan hasil penelitian tingkat kepentingan dan hasil penilaian kinerja perusahaan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan oleh perusahaan.

Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini terdapat 2 buah variabel yang diwakili oleh huruf X dan huruf Y, dimana : X merupakan tingkat kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan sedangkan Y merupakan tingkat kepentingan pelanggan. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

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

dimana : Tki =Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kepuasan perusahaan

Yi = Skor penilaian kepentingan pelanggan

Selanjutnya sumbu mendatar (X) akan diisi oleh skor tingkat kepuasan, sedangkan sumbu tegak (Y) akan diisi oleh skor tingkat kepentingan. Dalam penyederhanaan rumus, maka untuk setiap faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dengan rumus sebagai berikut :

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

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

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

n = Jumlah responden

Analisis tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan

Konsep ini sebenarnya berasal dari konsep SERVQUAL. Intinya, sebagaimana dirasakan oleh para sarana, tingkat kepentingan pelanggan diukur dalam kaitannya dengan apa seharusnya dikerjakan oleh perusahaan agar menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas tinggi. Namun pada prakteknya, mengukur kepentingan pelanggan bukanlah pekerjaan yang mudah. Maka diagram kartesius ini (diagram tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan) merupakan suatu bangunan yang dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik

$(\bar{X}, \bar{Y})$ , dimana  $\bar{X}$  merupakan rata-rata dari rata-rata skor tingkat

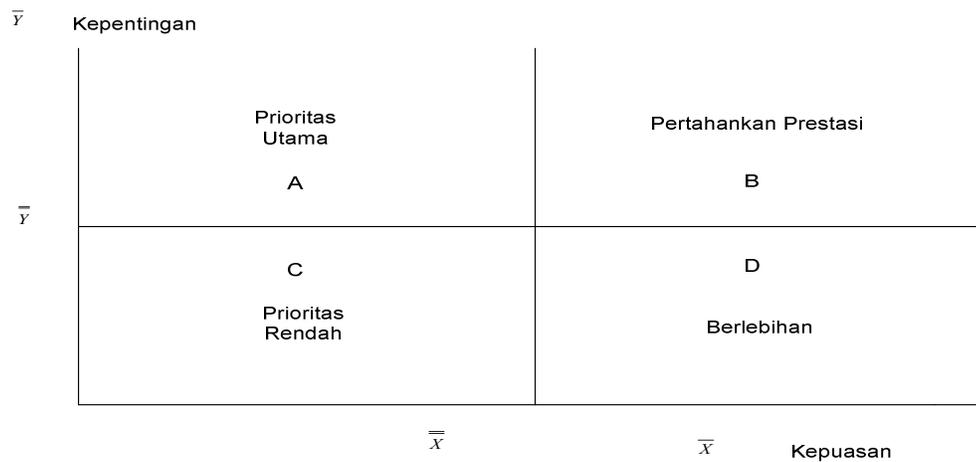
pelaksanaan atau kepuasan seluruh faktor atau atribut dan  $\bar{Y}$  adalah rata-rata dari rata-rata skor tingkat kepentingan seluruh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Seluruhnya ada 10 faktor atau atribut. Seluruhnya ada K faktor dimana K = 10 Rumus selanjutnya adalah sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

Dimana K = Banyak nya atribut/fakta yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (dalam contoh soal ini K = 10)

Selanjutnya tingkat unsur-unsur tersebut akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram kartesius seperti pada gambar

dibawah ini:



**Gambar 2.3 Diagram Kartesius**

Keterangan :

**Kuadran A** :Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang ia harapkan.

**Kuadran B** : Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi.

**Kuadran C** : Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa.

**Kuadran D** : Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan.

## 2.8 Analisis Regresi dan Korelasi

. Regresi adalah Persamaan matematik yang memungkinkan kita meramalkan nilai-nilai suatu perubahan tak bebas dari nilai-nilai satu atau lebih peubah bebas. Istilah ini berasal dari telaah kebaan yang dilakukan oleh Sir Francis Galton (1822-1911). Sedangkan Analisis korelasi mencoba mengukur kekuatan hubungan antara dua peubah demikian melalui sebuah bilangan yang disebut koefisien korelasi.

Untuk memahami penerapan analisis regresi, mari kita lihat suatu contoh hubungan antara dua variabel X dan Y .

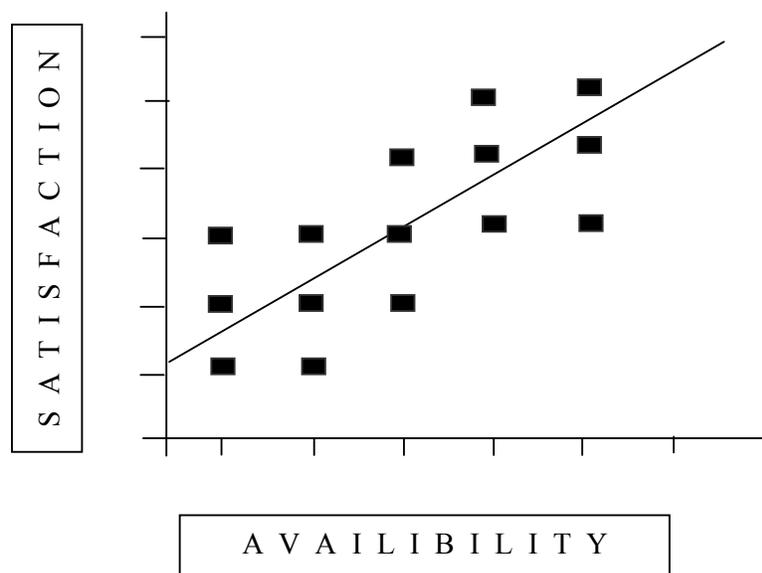
1. X = Tingkat kepuasan pelanggan tentang pemahaman mutu pelayanan yang di terima/rasakan dari suatu perusahaan berkenaan dengan keberadaan (availability).
2. Y = Tingkat kepuasan menyeluruh dari pelanggan tentang pelayanan.

Pemahaman mutu tentang keberadaan diartikan sebagai, seberapa jauh pelanggan memahami perusahaan yang mampu menyediakan pelayanan pada saat pelanggan memerlukan. Misalnya nasabah suatu bank menghendaki agar kredit yang sudah disetujui jumlahnya segera dicairkan dalam tempo kurang dari satu minggu.

Kepuasan menyeluruh dengan pelayanan diartikan sebagai seberapa jauh pelanggan pada umumnya puas dengan cara pelanggan diperlukan oleh para karyawan perusahaan. Ukuran dikembangkan untuk mengakses dua variabel pada suatu skala lima butir, seperti 5, 4, 3, 2, 1 untuk perasaan

sangat puas, puas, netral, tidak puas, sangat tidak puas. Nilai/skor yang lebih tinggi berarti mewakili perasaan yang lebih puas.

Suatu persentase grafis yang disebut “scaterr plot” atau “scater diagram” menunjukkan hubungan dari dua variabel X dan Y ini. Hubungan X dan Y dapat dilihat Gambar 3.4.



**Gambar 3.4 “Scatter Plot “**

Seperti diharapkan, ada hubungan positif antara variabel X dan Y, hal ini ditandai dengan kenaikan nilai X yang diikuti oleh kenaikan nilai Y. Pelanggan yang memahami bahwa perusahaan dapat memberikan pelayanan pada saat diperlukan dengan cepat karena petugas selalu bersedia di tempat, akan tetapi TINGKAT kepuasan yang tinggi.

Hubungan dapat diringkas dengan menggunakan suatu garis lurus yang disebut suatu garis regresi, yang menunjukkan derajat hubungan antara X dan Y. Hubungan ini dapat dijelaskan dengan suatu persamaan ;

$$Y = a + bX + e = \hat{Y} + e, \text{ kalau } \hat{Y} = a + bX$$

$$\hat{Y} = Y \text{ topi} = \text{ramalan } Y$$

Dimana :

- a.  $a$  = Bilangan konstanta nilai tetap
- b.  $b$  = Koefisien arah variabel X, mengukur besarnya pengaruh X terhadap Y kalau naik 1 unit
- e.  $e$  = Kesalahan pengganggu yaitu kesalahan yang disebabkan adanya pengaruh dari faktor lain, selain X, akan tetapi tidak dimasukkan dalam persamaan.

$$r = \frac{n \sum \bar{X} \cdot \bar{Y} - \sum \bar{X} \cdot \sum \bar{Y}}{\sqrt{\left[ n \sum \bar{X}^2 - \left( \sum \bar{X} \right)^2 \right] \left[ n \sum \bar{Y}^2 - \left( \sum \bar{Y} \right)^2 \right]}}$$

Dimana r = Korelasi

Nilai a merupakan nilai  $\hat{Y}$  kalau X = 0. b juga diartikan sebagai mewakili perubahan yang terjadi pada Y untuk perubahan dari X sebesar 1 unit. Nilai a dan b menggambarkan garis regresi linier.

Metode kuadrat kecil (least square method) ialah metode untuk menghitung a dan b sebagai perkiraan A dan B dalam persamaan Y = A + BX

+ E , sedemikian rupa sehingga  $\sum e_i^2 = \sum (Y_i - \hat{Y}_i)^2 = \text{minimum}$ .

Dengan menggunakan kalkulus diferensial :

$$(1). \sum e_i^2 = \sum (Y_i - a - bx_i)^2$$

$$(2). a = \bar{Y} - b \bar{X}$$

Dari (1) diturunkan terhadap a dan b.

Dari persamaan (1) didapat rumus lain dari r yaitu  $a = \bar{Y} - b \bar{X}$

$$\begin{aligned} \text{Terhadap } a \quad \frac{\partial \sum e_i^2}{\partial a} &= 2 \sum (y_i - a - b x_i) (-1) \\ &= - 2 \sum (y_i - a - b x_i) \quad \rightarrow \end{aligned}$$

$$\frac{\partial \sum e_i^2}{\partial a} = 0$$

$$\sum y_i = n a + b \sum x_i \dots\dots(a)$$

$$\begin{aligned} \text{Terhadap } b \quad \frac{\partial \sum e_i^2}{\partial b} &= 2 \sum (y_i - a - b x_i) (-x_i) \\ &= - 2 \sum x_i (y_i - a - b x_i) \quad \rightarrow \end{aligned}$$

$$\frac{\partial \sum e_i^2}{\partial b} = 0$$

$$\sum X_i Y_i = a \sum x_i + b \sum x_i^2 \dots\dots ($$

$b$  )

Dengan menggunakan metode Creamer dari ( $a$  ) dan ( $b$  ) didapat:

$$a = \frac{\sum y_i \sum x_i^2 - \sum X_i \cdot \sum X_i Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - \sum X_i \sum Y_i}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Dari bentuk (2) didapat  $a = \bar{Y} - b \bar{X} \dots\dots(3)$

## **BAB IV**

### **PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

#### **4.1 Pengumpulan Data**

##### **4.1.1 Keinginan Pelanggan**

Mengingat komitmen Bank Eksekutif untuk menjiwai profesi perbankan agar mampu menciptakan kesinambungan usaha berikut perkembangannya, dengan prinsip Mengutamakan kecepatan dan kualitas pelayanan nasabah, siapapun mereka.

Maka dilakukanlah sebuah survey kepuasan pelanggan dengan cara mengajukan daftar pertanyaan (Kuesioner) kepada pelanggan untuk mengetahui sejauh mana pelanggan mendapat kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

##### **4.1.2 Bentuk Kuesioner**

Kuesioner disusun dengan metode penskalaan/format tipe Likert, Karena hal ini memungkinkan para pelanggan menjawab dalam berbagai tingkatan bagi setiap butir kepuasan. Format tipe Likert ini mempunyai prosedur penskalaan di mana pada ujung sebelah kiri (dengan angka rendah) menggambarkan suatu jawaban yang negatif sedangkan ujung kanan (dengan angka besar) menggambarkan yang positif. Contoh dari format tipe Likert dapat dilihat pada tabel 3.1

**Tabel 3.1. Contoh Format Jawaban Tipe Likert**

Sangat Tidak Penting (1)	Tidak Penting (2)	Netral (3)	Penting (4)	Sangat Penting (5)
Sangat Tidak Puas (1)	Tidak Puas (2)	Netral (3)	Puas (4)	Sangat Puas (5)

#### **4.1.3 Penyebaran Kuesioner**

Kuesioner ini diberikan kepada pelanggan PT. BANK EKSEKUTIF, .Kuesioner ini kami rancang dalam empat lembar pertanyaan yang menyangkut pada point-point sebagai berikut : Pelayanan Teller, Parkir, Ruang Tunggu , dan Pelayanan jasa. Adapun data kuesioner tersebut dapat dilihat pada lampiran.

## 4.2 Pengolahan Data

**Tabel 4.2 Hasil Kuesioner Dalam Pelayanan Teller**

No	PERNYATAAN	KEPUASAN						KEPENTINGAN						Tingkat Kesesuaian (%)
		SP	P	N	TP	STP	BOBOT	SP	P	N	TP	STP	BOBOT	
1	Apakah Teller selalu ada ditempat tugas ?	20	45	-	25	10	340	70	30	-	-	-	470	72.34
2	Apakah Teller cepat tanggap untuk melayani anda ?	40	50	-	10	-	420	74	26	-	-	-	474	88.60
3	Apakah Teller dapat memberikan informasi yang anda butuhkan ?	20	70	-	10	-	400	34	56	-	-	-	394	104.06
4	Apakah Teller bersikap ramah dan sopan ?	49	51	-	-	-	449	75	25	-	-	-	437	102.75
5	Apakah Penampilan Teller rapih dan menarik?	20	80	-	-	-	420	79	29	-	-	-	511	82.19
6	Apakah Teller Memiliki kemampuan komunikasi yang baik ?	20	73	-	7	-	406	59	41	-	-	-	459	88.45
7	Bagaimana Mutu pelayanan Teller ?	26	74	-	-	-	426	35	65	-	-	-	435	97.93

**Perhitungan bobot** sebagai berikut Contoh untuk Kepuasan pelanggan dalam point **Apakah Teller selalu ada ditempat tugas** =  $20 \times (5) + 45 \times (4) + 25 \times (2) + 10 \times (1) = 100 + 180 + 50 + 10 = 340$ . Sedangkan untuk Kepentingan Pelanggan terhadap point **Apakah Teller selalu ada ditempat tugas** =  $70 \times (5) + 30 \times (4) = 350 + 120 = 470$

Perhitungan Untuk tingkat kesesuaian (%) adalah :

$$= \frac{\text{Bobot Kepuasan}}{\text{Bobot Kepentingan}} \times 100 \%$$

Untuk point **Apakah Teller selalu ada ditempat tugas**, memiliki

$$\text{tingkat kesesuaian sebesar} = \frac{340}{470} \times 100 \% = 72.34$$

**Tabel 4.3 Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Kepuasan dan Penilaian Kepentingan Dalam Pelayanan Teller**

<b>NO</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>Penilaian Kepuasan (X)</b>	<b>Penilaian Kepentingan (Y)</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b><math>\bar{Y}</math></b>
1	Apakah Teller selalu ada ditempat tugas ?	340	470	3.40	4.70
2	Apakah Teller cepat tanggap untuk melayani anda ?	420	474	4.20	4.74
3	Apakah Teller dapat memberikan informasi yang anda butuhkan ?	400	394	4.00	3.94
4	Apakah Teller bersikap ramah dan sopan ?	449	437	4.49	4.37
5	Apakah Penampilan Teller rapih dan menarik?	420	511	4.20	5.11
6	Apakah Teller Memiliki kemampuan komunikasi yang baik ?	406	459	4.06	4.59
7	Bagaimana Mutu pelayanan Teller?	426	435	4.26	4.35
	<b>Rata-rata ( X, Y )</b>			<b>4.08</b>	<b>4.54</b>

Sebelum membuat diagram Kartesius terlebih dahulu di lakukan perhitungan untuk nilai rata-rata dari penilaian kepuasan dan penilaian kepentingan pada Akses komunikasi

Bobot nilai untuk tingkat kepuasan yang sudah didapat pada tabel 3.2 di atas, di jadikan penilaian kepuasan (X) dan untuk bobot kepentingan dijadikan penilaian kepentingan (Y). Selanjutnya dilakukan perhitungan rata-rata dari X dan Y tersebut, dengan cara demikian :

Dik : Jumlah responden (n) = 100

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

$$\bar{X} = \frac{340}{100} = 3.40 \qquad \bar{Y} = \frac{470}{100} = 4.70$$

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

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

n = Jumlah responden

Kemudian , setelah dilakukan perhitungan tersebut, maka dilakukan rata-rata dari nilai X dan Y tersebut, dengan cara :

$$\bar{\bar{X}} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{X}_i}{K} \qquad \bar{\bar{Y}} = \frac{\sum_{i=1}^N \bar{Y}_i}{K}$$

$$\bar{\bar{X}} = \frac{28.61}{7} = 4.08 \qquad \bar{\bar{Y}} = \frac{31.8}{7} = 4.54$$

K adalah atribut yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, K = 7 atribut/faktor.

Kemudian dibuatlah diagram kartesius dari faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pada PT. BANK EKSEKUTIF .

**Tabel 4.4 Hasil Kuesioner Dalam Pelayanan Parkir**

No	PERNYATAAN	KEPUJASAN						KEPENTINGAN						Tingkat
		SP	P	N	TP	STP	BOBOT	SP	P	N	TP	STP	BOBOT	Kesesuaian (%)
1	Apakah Tersedia tempat parkir yang baik dan nyaman	40	50	-	10	-	420	74	26	-	-	-	474	88.60
2	Apakah Tersedia petunjuk parkir yang jelas	44	55	1	-	-	443	53	47	-	-	-	453	97.79
3	Apakah Selalu ada petugas yang melayani anda	37	62	-	1	-	435	50	50	-	-	-	450	96.66
4	Apakah Petugas melayani anda dengan ramah	32	66	-	-	-	428	60	39	-	-	-	456	93.85
5	Apakah Petugas dengan cepat membantu ketika anda perlukan	29	71	-	-	-	429	42	58	-	-	-	442	97.05
6	Apakah Anda merasa nyaman bila kendaraan anda diparkir di tempat yang tersedia	58	40	-	2	-	454	35	65	-	-	-	435	104.36
7	Bagaimana Mutu pelayanan parkir	25	60	-	15	-	395	25	75	-	-	-	425	96.47

**Tabel 4.5 Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Kepuasan dan Penilaian Kepentingan Dalam Pelayanan Parkir**

<b>NO</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>Penilaian Kepuasan (X)</b>	<b>Penilaian Kepentingan (Y)</b>	$\bar{X}$	$\bar{Y}$
1	Tersediakah tempat parkir yang baik dan nyaman	420	474	4.20	4.74
2	Tersediakah petunjuk parkir yang jelas	443	453	4.43	4.53
3	Selalu ada petugas yang melayani anda	435	450	4.34	4.5
4	Petugas melayani anda dengan ramah	428	456	4.28	4.56
5	Petugas dengan cepat membantu ketika anda perlukan	429	442	4.29	4.42
6	Anda merasa aman bila kendaraan anda diparkir di tempat yang tersedia	454	435	4.54	4.35
7	Mutu pelayanan parkir	395	425	3.95	4.25
	<b>Rata-rata (X,Y)</b>			<b>4.29</b>	<b>4.47</b>

**Tabel 4.6 Hasil Kuesioner Dalam Fasilitas Ruang Tunggu**

No	PERNYATAAN	KEPUASAN						KEPENTINGAN						Tingkat
		SP	P	N	TP	STP	BOBOT	SP	N	P	TP	STP	BOBOT	Kesesuaian (%)
1	Apakah Tersedia ruang tunggu yang siap untuk digunakan ?	36	64	-	-	-	436	54	46	-	-	-	453	96.25
2	Apakah Posisi ruang tunggu cukup strategis ?	38	62	-	-	-	438	26	74	-	-	-	426	102.82
3	Ruang tunggu mempunyai ruang yang cukup dan penataan ruang serasi ?	36	64	-	-	-	436	47	-	53	-	-	447	97.53
4	Apakah Sistem pengaturan dan pencahayaan baik ?	29	71	-	-	-	429	68	-	32	-	-	468	91.66
5	Apakah Anda merasa nyaman dan mendapat pelayanan yang baik ?	22	78	-	-	-	422	73	-	27	-	-	473	89.22
6	Apakah Dekat ke akses informasi (Teller) ?	33	60	-	7	-	419	77	-	23	-	-	477	89.31
7	Bagaimana Kualitas ruang tunggu secara keseluruhan ?	20	80	-	-	-	420	46	-	54	-	-	429	175.73

**Tabel 4.7 Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Kepuasan dan Penilaian Kepentingan Dalam Fasilitas Ruang Tunggu**

<b>NO</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>Penilaian Kepuasan (X)</b>	<b>Penilaian Kepentingan (Y)</b>	$\bar{X}$	$\bar{Y}$
1	Apakah Tersedia ruang tunggu yang siap untuk digunakan ?	436	453	4.36	4.53
2	Apakah Posisi ruang tunggu cukup strategis ?	438	426	4.38	4.26
3	Ruang tunggu mempunyai ruang yang cukup dan penataan ruang serasi ?	436	447	4.36	4.47
4	Apakah Sistem pengaturan dan pencahayaan baik ?	429	468	4.29	4.68
5	Apakah Anda merasa nyaman dan mendapat pelayanan yang baik ?	422	473	4.22	4.73
6	Apakah Dekat ke akses informasi (Teller) ?	419	477	4.19	4.77
7	Bagaimana Kualitas ruang tunggu secara keseluruhan ?	420	429	4.20	4.29
	<b>Rata-rata (X,Y)</b>			<b>4.28</b>	<b>4.53</b>

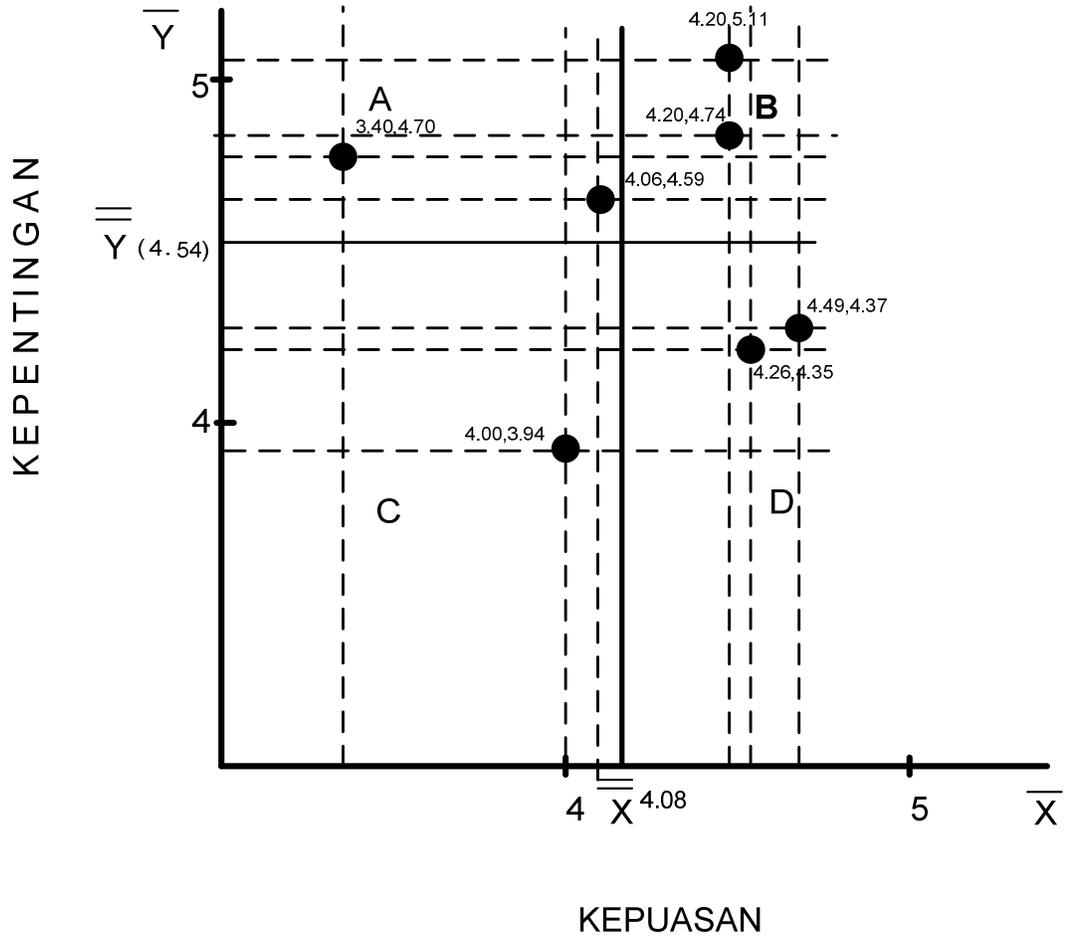
**Tabel 4.8 Hasil Kuesioner Dalam Pelayanan Jasa Administrasi**

No	PERNYATAAN	KEPUASAN						KEPENTINGAN						Tingkat Kesesuaian (%)
		SP	P	N	TP	STP	BOBOT	SP	P	N	TP	STP	BOBOT	
1	Bagaimana Kemampuan pelayanan dalam proses pembukaan rekening baru ?	31	54	-	15	10	411	27	73	-	-	-	427	96.25
2	Bagaimana Kemudahan dalam pembayaran rekening ?	25	35	-	37	3	342	53	47	-	-	-	453	75.49
3	Bagaimana Kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam pelayanan administrasi nasabah baru ?	22	45	1	32	-	352	78	22	-	-	-	478	79.05
4	Bagaimana Kecepatan petugas lapangan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan ?	17	52	-	31	-	355	44	56	-	-	-	444	79.95
5	Bagaimana Kecepatan petugas dalam penghitungan jumlah uang?	20	43	-	28	19	347	36	64	-	-	-	436	86.00

**Tabel 4.9 Perhitungan Rata-Rata dari Penilaian Kepuasan dan Penilaian Kepentingan Dalam Pelayanan Jasa Administrasi**

<b>NO</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>Penilaian Kepuasan (X)</b>	<b>Penilaian Kepentingan (Y)</b>	<b><math>\bar{X}</math></b>	<b><math>\bar{Y}</math></b>
1	Bagaimana Kemampuan pelayanan dalam proses pembukaan rekening baru ?	411	427	4.11	4.27
2	Bagaimana Kemudahan dalam pembayaran rekening ?	342	453	3.42	4.53
3	Bagaimana Kecepatan dan ketanggapan keryawan dalam pelayanan admistrasi nasabah baru ?	352	478	3.52	4.78
4	Bagaimana Kecepatan petugas lapangan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan ?	355	444	3.55	4.44
5	Bagaimana Kecepatan petugas dalam pengghitungan jumlah uang?	347	436	3.47	4.36
	<b>Rata-rata (X,Y)</b>			<b>3.61</b>	<b>4.47</b>

## DIAGRAM KARTESIUS TINGKAT KEPUASAN - KEPENTINGAN



Gb.4.1. Diagram kartesius pada pelayanan Teller

**Keterangan :**

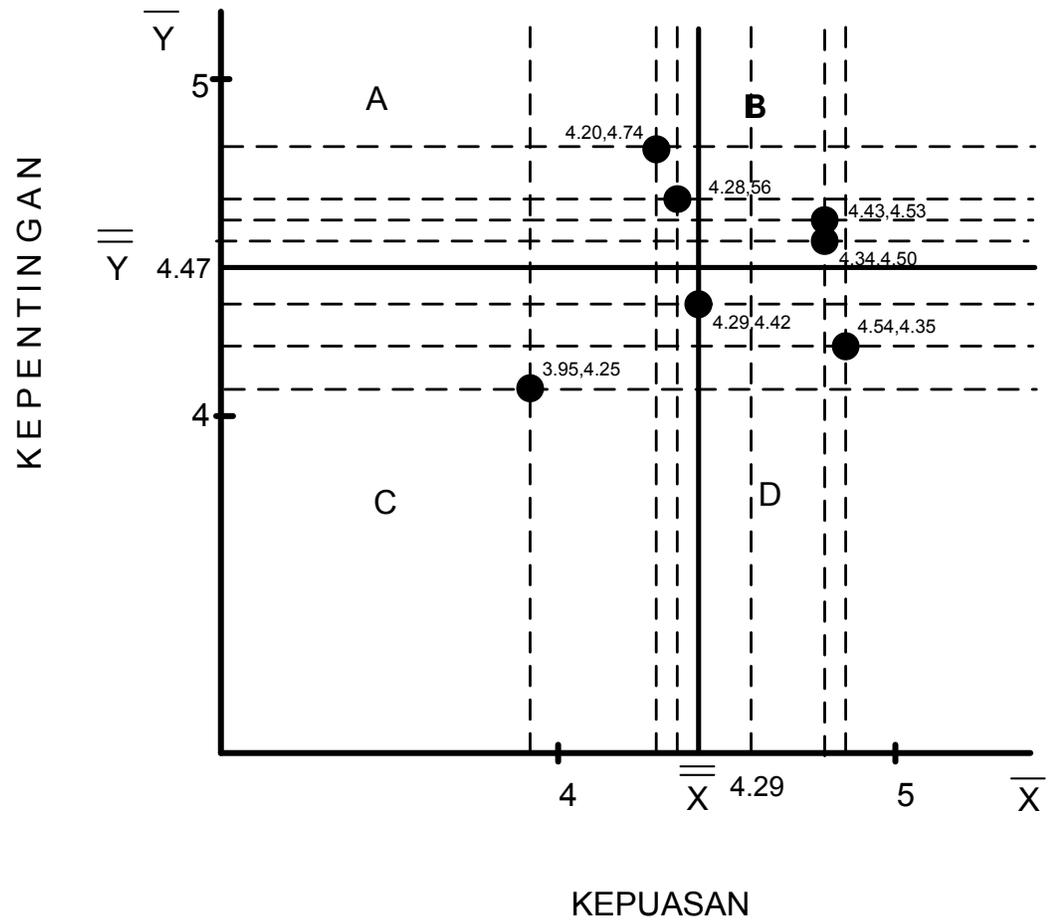
**Kuadran A :** Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan tetapi pada kenyataannya faktor-faktor ini belum sesuai seperti yang ia harapkan.

**Kuadran B :** Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan dan faktor-faktor yang dianggap oleh pelanggan sudah sesuai dengan yang dirasakannya sehingga tingkat kepuasannya relatif lebih tinggi.

**Kuadran C :** Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa.

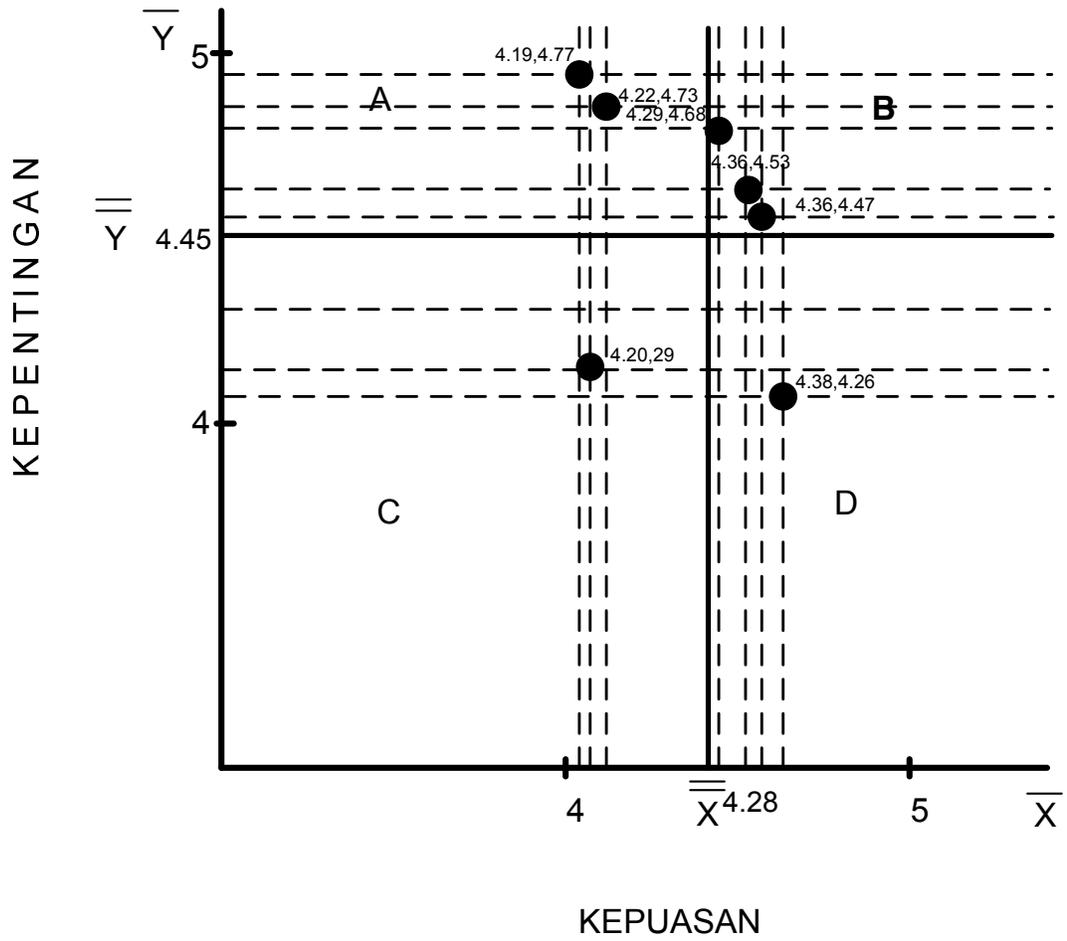
**Kuadran D :** Ini adalah wilayah yang memuat faktor-faktor yang dianggap kurang penting oleh pelanggan dan dirasakan terlalu berlebihan.

## DIAGRAM KARTESIUS TINGKAT KEPUASAN - KEPENTINGAN



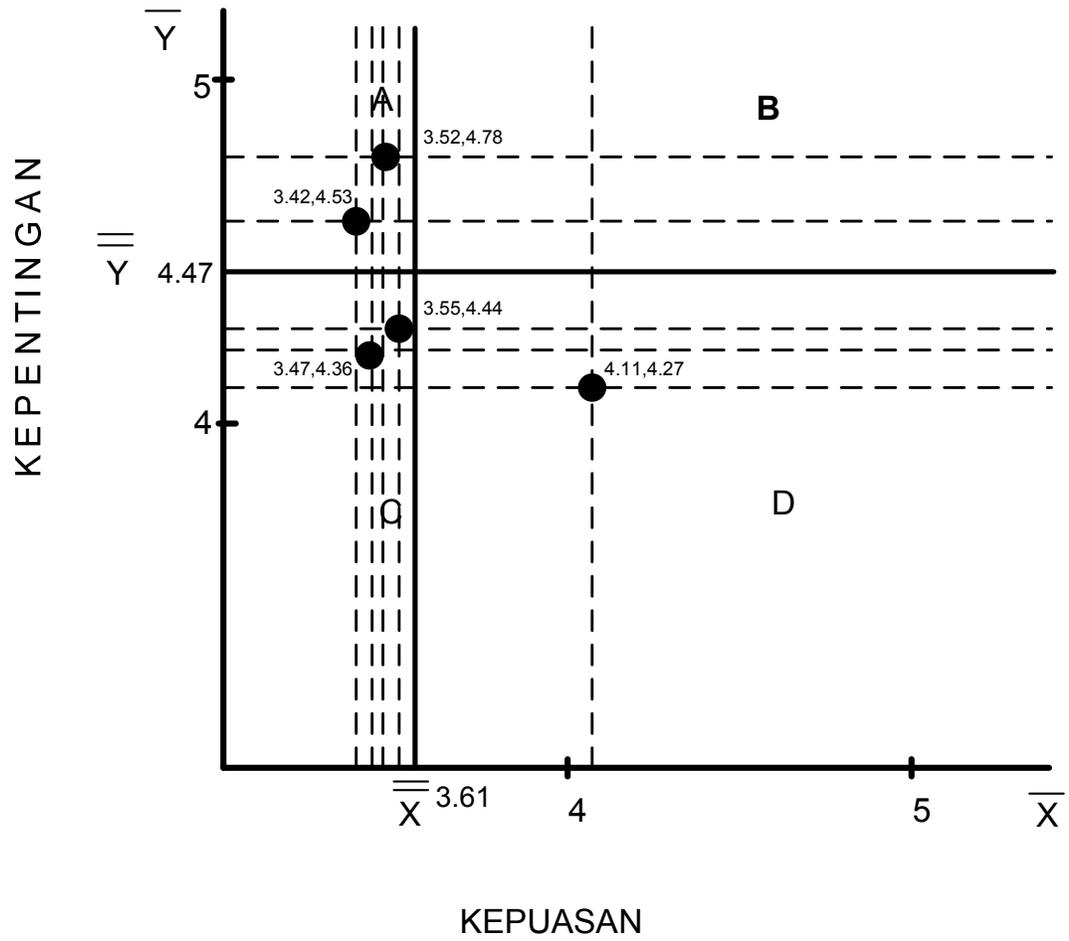
Gb.4.2. Diagram kartesius pada pelayanan Parkir

**DIAGRAM KARTESIUS TINGKAT KEPUASAN - KEPENTINGAN**



**Gb.4.3. Diagram kartesius pada Fasilitas Ruang Tunggu**

### DIAGRAM KARTESIUS TINGKAT KEPUASAN - KEPENTINGAN



Gb.4.4. Diagram kartesius pada pelayanan Jasa Administrasi

## **BAB V**

### **ANALISA DATA**

#### **5.1 Interpretasi Data**

##### **5.1.1 Interpretasi Data Dalam Akses Pelayanan Teller Pada PT. BANK EKSEKUTIF**

Dalam Gambar 4.1 dari diagram kartesius ini terlihat, bahwa letak dari unsur-unsur pelaksanaan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. BANK EKSEKUTIF terjadi menjadi empat bagian. Adapun interpretasi dari diagram kartesius tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kuadran A

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. BANK EKSEKUTIF berada dalam prioritas utama sehingga penanganannya perlu diprioritaskan oleh perusahaan, karena faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan tingkat pelaksanaannya masih belum memuaskan.

Faktor-faktor yang termaksud dalam kuadran ini adalah :

- Teller selalu berada di tempat tugas (3.40, 4.70)

2. Kuadran B

Menunjukkan faktor-faktor atau atribut yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. BANK EKSEKUTIF, berada dalam kuadran ini perlu dipertahankan, karena pada umumnya tingkat

pelaksananya telah sesuai dengan kepentingan dan harapan pelanggan, variabel tersebut adalah :

- Teller cepat tanggap untuk melayani anda (4.20, 4.74)
- Penampilan Teller rapi dan menarik (4.20,5.11)

### 3. Kuadran C

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. BANK EKSEKUTIF, berada dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak istimewa. Variabel tersebut adalah:” Teller dapat memberikan informasi yang anda butuhkan” (4.00,3.9 4).

### 4. Kuadran D

Menunjukkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. BANK EKSEKUTIF, berada dalam kuadran ini dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya, hal ini terutama disebabkan karena pelanggan menganggap tidak terlalu penting terhadap adanya faktor tersebut, akan tetapi pelaksanaannya dilakukan dengan baik sekali oleh perusahaan, sehingga sangat memuaskan. Adapun faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran D adalah :

- Teller bersikap ramah dan sopan (4.49, 4.37)
- Mutu pelayanan teller (4.26, 4.35).

### **5.1.2 Interpretasi Data Dalam Pelayanan Parkir Pada PT. BANK EKSEKUTIF**

Analisis dari diagram kartesius dalam pelayanan parkir, variabel yang dianggap pelanggan sangat perlu ditingkatkan lagi mutu pelayanannya oleh perusahaan adalah "Tersedianya tempat parkir yang baik dan nyaman" (4.20, 4.74) dan "Petugas melayani anda dengan ramah" (4.28, 4.56). permasalahan ini perlu di siasati dengan memperluas area parkir serta memberikan pelatihan kepada petugas parkir agar lebih profesional menjalankan tugasnya. Untuk variabel yang perlu dipertahankan kinerjanya karena menurut pelanggan sudah cukup baik adalah "Tersedianya petunjuk parkir yang jelas" (4.43, 4.53) dan Selalu ada petugas yang melayani anda (4.34, 4.50). untuk variabel "Mutu pelayanan parkir" (3.95, 4.25) pelanggan menganggap variabel ini tidak terlalu penting dan pada kenyataannya kinerjanya tidak terlalu istimewa sedangkan untuk variabel "Petugas dengan cepat membantu ketika anda perlukan" (4.29, 4.42) dan "Anda merasa aman bila kendaraan anda diparkir di tempat yang tersedia" (4.54, 4.35) pelanggan menganggap dua variabel ini telah dijalankan dengan sangat baik oleh perusahaan, malahan terkesan berlebihan.

### **5.1.3 Interpretasi Data Dalam Fasilitas Ruang Tunggu Pada PT. BANK EKSEKUTIF**

Analisis dari diagram kartesius dalam fasilitas ruang tunggu adalah Variabel yang dianggap sangat perlu ditingkatkan adalah "Sistem pengaturan dan pencahayaan" (4.29, 4.68), "Anda merasa nyaman dan

mendapat pelayanan yang baik” (4.22, 4.73), “Apakah Dekat ke akses informasi (Teller)” (4.19, 4.77), tiga hal tersebut harus ditingkatkan dengan memperbaiki sistem pencahayaan ruangan agar cahaya dalam ruangan lebih terang dan meningkatkan mutu pelayanan dengan memberikan pelatihan kepada karyawan agar senantiasa memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan serta memperbaiki akses komunikasi pada ruang tunggu. Untuk variabel yang kinerjanya perlu dipertahankan adalah “Tersedanya ruang tunggu yang siap untuk digunakan” (4.36, 4.53) dan “Ruang tunggu mempunyai ruang yang cukup dan penataan ruang serasi” (4.36, 4.47). untuk variabel “Posisi ruang tunggu cukup strategis” (4.38, 4.26) para pelanggan menganggap hal ini terlalu berlebihan dan tidak terlalu penting. “Kualitas ruang tunggu secara keseluruhan” (4.20, 4.29) dianggap tidak terlalu penting dan pada kenyataannya kinerjanya tidak istimewa.

#### **5.1.4 Interpretasi Data Dalam Pelayanan Jasa Administrasi Pada PT. BANK EKSEKUTIF**

Variabel yang perlu ditingkatkan dalam variabel ini adalah “Kemudahan dalam pembayaran rekening” (3.42, 4.53) dan “Kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam pelayanan administrasi nasabah baru” (3.52, 4.78) permasalahan ini perlu diatasi dengan cara memperbaiki sistem pembayaran rekening serta memberikan pelatihan kepada karyawan agar lebih cepat dan terampil dalam melayani pelanggan. Untuk variabel “Kecepatan petugas lapangan dalam menyelesaikan keluhan pelanggan” (3.55, 4.44) dan “Bagaimana Kecepatan petugas dalam

penghitungan jumlah uang” (3.47, 4.36) berada dalam kuadran ini dianggap kurang penting oleh pelanggan dan pada kenyataannya kinerjanya tidak istimewa. Untuk variabel “Kemampuan pelayanan dalam proses pembukaan rekening baru” (4.11,4.27) dinilai berlebihan dalam pelaksanaannya.

## 5.2 Analisis Korelasi

Koefisien korelasi ialah suatu nilai untuk mengukur kuatnya hubungan antara tingkat kepuasan (X) dan tingkat kepentingan (Y). Besarnya nilai r antara - 1 sampai dengan 1 jika nilai r =

- $R < 0.5$ , Hubungan X dan Y lemah (+) atau (-)
- $0.5 < r < 0.75$ , Hubungan X dan Y sedang atau cukup kuat (+) atau (-)
- $0.75 < r < 0.90$ , Hubungan X dan Y kuat (+) atau (-)
- $0.90 < r < 1$ , Hubungan X dan Y sangat kuat (+) atau (-)
- $r = 1$ , hubungan X dan Y sempurna (+) atau (-)
- $r = 0$ , X dan Y tidak berhubungan

Penguat hubungan antara kepuasan pelanggan dan kepentingan perusahaan dapat dilihat dalam koefisien korelasi sebagai berikut :

**Tabel 5.1 Hasil Kuesioner Koefisien Korelasi Pada Pelayanan Teller di  
PT. BANK EKSEKUTIF**

No	X	Y	X.Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
1	3.4	4.7	15.98	11.56	22.09
2	4.2	4.74	19.908	17.64	22.468
3	4	3.94	15.76	16	15.524
4	4.49	4.37	19.621	20.16	19.097
5	4.2	5.11	21.462	17.64	26.112
6	4.06	4.59	18.635	16.484	21.068
7	4.26	4.35	18.531	18.148	18.923
<b>Jumlah</b>	<b>28.61</b>	<b>31.8</b>	<b>129.9</b>	<b>117.63</b>	<b>145.28</b>

$$Y = a + b x$$

$$b = \frac{n \sum X \cdot Y - \sum X \cdot \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{7 \cdot 129.9 - 28.61 \cdot 31.8}{7 \cdot 117.63 - 818.53}$$

$$= -0.10$$

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{k} = \frac{28.61}{7} = 4.08$$

$$\bar{Y} = \frac{\sum Yi}{k} = \frac{31.8}{7} = 4.54$$

$$a = \bar{Y} - b \bar{X}$$

$$a = 4.54 - (-0.10) \cdot (4.08)$$

$$= 4.13$$

$$Y = 4.13 - 0.10X$$

$$r(\bar{X}, \bar{Y}) = \frac{n \sum X.Y - \sum X. \sum Y}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2] [n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

$$r = \frac{7 \sum 129.9 - \sum 28.61. \sum 31.8}{\sqrt{[7 \sum 145.63 - (28.61)^2] \cdot [7 \sum 145.28 - (31.8)^2]}}$$

$$r = \frac{9093 - 90979}{\sqrt{[82341 - (81853)] \cdot [101696 - 101124]}}$$

$$r = \frac{-0.49}{\sqrt{4.88 \times 5.72}} = \frac{-0.49}{5.28} = -0.09$$

Hasil dari perhitungan pada Pelayanan Teller koefisien korelasi di dapat korelasinya adalah  $r = -0.09$ , sehingga hubungan antara tingkat kepuasan pelanggan terhadap tingkat kepentingan lemah, menyebabkan ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan Pelayanan Teller, artinya dalam pelaksanaannya belum dilakukan dengan baik sehingga dalam hal ini pelanggan merasa tidak cukup puas.

**Tabel 5.2 Hasil Kuesioner Koefisien Korelasi Pada Pelayanan Parkir di PT. BANK EKSEKUTIF**

No	X	Y	X.Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
1	4.2	4.74	19.908	17.64	22.468
2	4.43	4.53	20.068	19.625	20.521
3	4.34	4.5	19.53	18.836	20.25
4	4.28	4.56	19.517	18.318	20.794
5	4.29	4.42	18.962	18.404	19.536
6	4.54	4.35	19.749	20.612	18.923
7	3.95	4.25	16.788	15.603	18.063
<b>Jumlah</b>	<b>30.03</b>	<b>31.35</b>	<b>134.52</b>	<b>129.04</b>	<b>140.55</b>

$$Y = a + bx$$

$$b = 0.13$$

$$a = 3.93$$

$$Y = 3.93 + 0.13 X$$

Hasil dari perhitungan pada resepsionis koefisien korelasi di dapat korelasinya adalah  $r = 0.16$ , Sama halnya dengan akses komunikasi, dalam pelayanan parkir ini hubungan antara tingkat kepuasan pelanggan terhadap tingkat kepentingan lemah, menyebabkan pelanggan merasa tidak cukup puas dalam pelayanan parkir.

**Tabel 5.3 Hasil Kuesioner Koefisien Korelasi Pada Ruang Tunggu di PT. BANK EKSEKUTIF**

No	X	Y	X.Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
1	4.36	4.53	19.751	19.01	20.521
2	4.38	4.26	18.659	19.184	18.148
3	4.36	4.47	19.489	19.01	19.981
4	4.29	4.68	20.077	18.404	21.902
5	4.22	4.73	19.961	17.808	22.373
6	4.19	4.77	19.986	17.556	22.753
7	4.2	4.29	18.018	17.64	18.404
<b>Jumlah</b>	<b>30</b>	<b>31.73</b>	<b>135.94</b>	<b>128.61</b>	<b>144.08</b>

$$Y = a + bx$$

$$b = -1.18$$

$$a = -0.77$$

$$Y = -0.77 + (-1.18) X$$

Untuk perhitungan koefisien korelasi pada Ruang Tunggu terdapat hasil korelasinya adalah  $r = -0.46$  Begitu juga untuk pelayanan Ruang Tunggu hubungan antara tingkat kepuasan pelanggan terhadap tingkat kepentingan lemah, artinya pelanggan merasa tidak cukup puas.

**Tabel 5.4 Hasil Kuesioner Koefisien Korelasi Pada Jasa Administrasi di PT. BANK EKSEKUTIF**

No	X	Y	X.Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>
1	4.11	4.27	17.55	16.892	18.233
2	3.42	4.53	15.493	11.696	20.521
3	3.52	4.78	16.826	12.39	22.848
4	3.55	4.44	15.762	12.603	19.714
5	3.47	4.36	15.129	12.041	19.01
<b>Jumlah</b>	<b>18.07</b>	<b>22.38</b>	<b>80.759</b>	<b>65.622</b>	<b>100.33</b>

$$Y = a + bx$$

$$b = -0.38$$

$$a = 3.1$$

$$Y = 3.1 + (-0.38) X$$

Untuk perhitungan koefisien korelasi pada Jasa terdapat hasil korelasinya adalah  $r = -0.54$ , sehingga hubungan antara tingkat kepuasan pelanggan terhadap tingkat kepentingan kuat, jadi pelanggan merasa cukup puas dalam pelayanan jasa administrasi.

### 5.3 Koefisien Determinasi (KD)

Satu langkah penting dalam analisis regresi ialah menentukan betapa baiknya garis mewakili data. Artinya kita ingin menentukan bagaimana garis regresi cocok dengan data yang akan dianalisis. Kecocokan ini kita tentukan dengan indeks person yang disebut koefisien determinasi  $r^2$ , yang nilainya berkisar antara 0 sampai dengan 1. Indeks person ini mendekati 1 kalau data dekat sekali di sekitar garis regresi, indeks person akan mendekati 0 kalau data menyebar menjauh garis regresi. Rumus koefisien Determinasi sebagai berikut :

$$\mathbf{KD = r^2 \times 100 \%}$$

#### Perhitungan Koefisien Determinasi :

1. Pada Pelayanan Teller sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\mathbf{KD} &= \mathbf{r^2 \times 100 \%} \\ &= \mathbf{(-0.09)^2 \times 100 \%} \\ &= \mathbf{0,0081 \times 100 \% = 0.81 \%}\end{aligned}$$

Ini berarti pengaruh kepentingan perusahaan terhadap kepuasan pelanggan sangat kecil sekali, tingkat kepentingan perusahaan terhadap tingkat kepuasan pelanggan hanya sebesar sebesar = 0.81 %, sisanya 99.19 %, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, sehingga menyebabkan ketidakpuasan pelanggan.

2. Pada Pelayanan Parkir sebagai berikut :

$$\mathbf{KD = 2.56 \%}$$

Ini berarti , bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap tingkat kepentingan perusahaan khususnya dalam pelayanan parkir hanya sebesar = 2.56 % , sisanya 97.44 % , dipengaruhi oleh faktor-faktor lain sehingga menyebabkan ketidakpuasan.

3. Pada Fasilitas Ruang tunggu sebagai berikut :

**KD = 21.16 %**

Ini berarti , bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap tingkat kepentingan perusahaan dalam hal Fasilitas Ruang tunggu hanya sebesar = 21.16 % , sisanya 78.84 % , dipengaruhi oleh faktor-faktor lain, sehingga menyebabkan ketidakpuasan.

4. Pada Pelayanan Jasa administrasi sebagai berikut :

**KD = 29.16 %**

Ini berarti , bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap Pelayanan Jasa administrasi tingkat kepentingan hanya sebesar = 29.16 % , sisanya 70.84 % , sehingga menyebabkan ketidakpuasan.

## **BAB VI**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **6.1 Kesimpulan**

Tujuan utama dari analisis kepuasan pelanggan ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap sistem kerja PT. BANK EKSEKUTIF, dan untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang diberikan.

Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif-kuantitatif, yaitu metode Tingkat Kepuasan dan Kepentingan dan metode Koefisien Regresi, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Faktor-faktor yang menjadi prioritas utama disini terdapat dalam kuadran A, hal ini perlu di perbaiki masalahnya kepentingan pelanggan sangat tinggi namun perusahaan belum melaksanakannya dengan baik sehingga pelanggan tidak merasa puas. Adapun faktor-faktor berdasarkan grafik dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelayanan Teller dinilai tidak memuaskan karena teller sering tidak berada ditempat ketika nasabah membutuhkan.
2. Pelayanan Parkir dinilai kurang memuaskan karena tidak cukup tersedianya ruang parkir yang nyaman serta Petugas kurang melayani dengan ramah.
3. Fasilitas Ruang Tunggu dinilai tidak memuaskan karena Sistem pengaturan dan pencahayaan kurang baik, pelanggan merasa kurang

nyaman dan kurang mendapat pelayanan yang baik serta kurang dekat ke akses informasi (Teller)”

4. Pelayanan Jasa Administrasi dinilai memuaskan dalam hal Kemudahan dalam pembayaran rekening dan Kecepatan serta ketanggapan karyawan dalam pelayanan administrasi nasabah baru dinilai cukup memuaskan oleh nasabah.

Jika dilihat dari Korelasi Determinasi, nilai persentasi kepuasan pelanggan terhadap pelaksanaan PT. BANK EKSEKUTIF tersebut dapat dilihat sebagai berikut:

1. Pelayanan Teller = 0.81 % hasil meyeluruh terhadap tingkat kepuasan dan kepentingan, sisanya 99.19 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
2. Pelayanan Parkir = 2.56 % hasil meyeluruh terhadap tingkat kepuasan dan kepentingan, sisanya 97.44 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
3. Fasilitas Ruang Tunggu = 21.16 % hasil meyeluruh terhadap tingkat kepuasan dan kepentingan , sisanya 78.84 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.
4. Pelayanan Jasa = 29.16 % hasil meyeluruh terhadap tingkat kepuasan dan kepentingan , sisanya 70.84 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kesimpulan penelitian ini secara keseluruhan adalah bahwa perusahaan belum cukup memberikan pelayanan maksimal kepada nasabah sehingga dibebberapa bidang pelayanan nasabah menghendaki adanya perbaikan sarana dan peningkatan jasa terhadap perusahaan.

## 6.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dapat dikemukakan beberapa saran yang kirannya dapat bermanfaat bagi perusahaan yaitu :

1. Hendaknya lebih memperhatikan pelanggan, disaat pelanggan membutuhkan Pelayanan Teller, maka segeralah dibantu.
2. Hendaknya memperhatikan tempat parkir yang baik dan nyaman, maka harus diusahakan untuk para petugas parkir agar dapat menjaga lebih baik serta melayaninya dengan baik dan ramah.
3. Perlu diperhatikan dalam penataan ruang tunggu yang serasi, karena dalam hal ini merupakan unsur utama yang diinginkan oleh para pelanggan dan membawa citra yang baik bagi perusahaan.
4. Untuk para Karyawan agar melakukan pekerjaan dengan penuh tanggung jawab dan kesadaran yang tinggi bahwa kepuasan pelanggan suatu hal yang kita penuhi, maka mau tidak mau kita harus segera berubah mulai saat ini dengan bekerja lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dajan Anto, "*Pengantar Metode Statistik*" Jilid I LP3ES, Jakarta 1975.
- Hicks G Herbert, Gullet Ray G, "*Organisasi Teori dan Tingkah Laku*", Sinar Grafika Offset, Jakarta 1995.
- Ranguti Freddy, "*Measuring Customer Satisfaction*", "*Teknik Mengukur dan Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*", PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta 2003.
- Supranto J Prof, MA, "*Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*", PT. Rineka Cipta, Jakarta 1997.
- ..... "Diktat Sejarah PT. Bank Eksekutif"

# LAMPIRAN









## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



### Biodata Mahasiswa

NIM : 01600-022  
Nama : YULIANTO  
Tempat dan Tanggal Lahir : Wonogiri, 15 Maret 1982  
Alamat : JL. Pelita RT 008/01 No 3  
Cengkareng Timur Jakarta Barat  
No Telp : 08128658466

### Riwayat Pendidikan

SDN 02 Bulukerto Wonogiri Jateng, Lulus tahun 1994  
SMPN 2 Bulukerto Wonogiri Jateng, Lulusan tahun 1997  
SMUN 1 Purwantoro Wonogiri Jateng, Lulusan 2000

Jakarta, April 2007

Saya Yang  
Bersangkutan

**YULIANTO**