

ABSTRAK

Di era globalisasi dan komputerisasi, kepuasan pelanggan tidak lagi menjadi opsi bagi suatu perusahaan, melainkan merupakan syarat mutlak yang harus dimiliki setiap perusahaan yang ingin unggul dalam persaingan usaha. Perusahaan berusaha dengan segala cara agar customer menjadi pembeli yang setia. *Call Center* adalah layanan melalui telepon yang berfungsi sebagai customer service dimana pelanggan menelepon untuk memperoleh layanan dari staf call center untuk memenuhi kebutuhannya. Industri perbankan merupakan industri jasa yang keberhasilannya sangat ditentukan mutu jasa yang diberikan kepada nasabahnya, baik melalui *walk-in center* maupun *call center*. Untuk itu, dilakukan penelitian kuantitatif untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan dimensi-dimensi layanan *call center* dalam rangka peningkatan mutu layanannya.

Penelitian bersifat deskriptif dan dilakukan dengan menggunakan metode studi lapangan dan mengambil sampel dari respon pelanggan pada tiga bulan terakhir yang pernah menelepon *call center* dari Bank Bukopin. Jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 orang. Dari hasil penelitian ini, didapatkan bahwa dimensi layanan yang menjadi prioritas utama pelanggan adalah ketanggapan, akses dan kehandalan. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan *call center* cukup baik tetapi belum maksimal, sehingga perlu diperbaiki terutama pada dimensi layanan kemudahan dihubungi, informasi produk dan penyelesaian keluhan. Sesuai dengan tingkat kepuasannya, semakin puas nasabah semakin loyal dan tinggi preferensinya serta promosi lisan semakin meningkat.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA