

**Analisis Kepuasan Nasabah pada Kualitas Pelayanan dengan Metode
Fuzzy Service Quality dan *Quality Function Deployment (QFD)* di PT Bank
Mandiri KCP Medan Citra Garden**

SKRIPSI

OLEH :

YENI YUSWITA GINTING

19.81500.60



PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 14/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)14/6/22

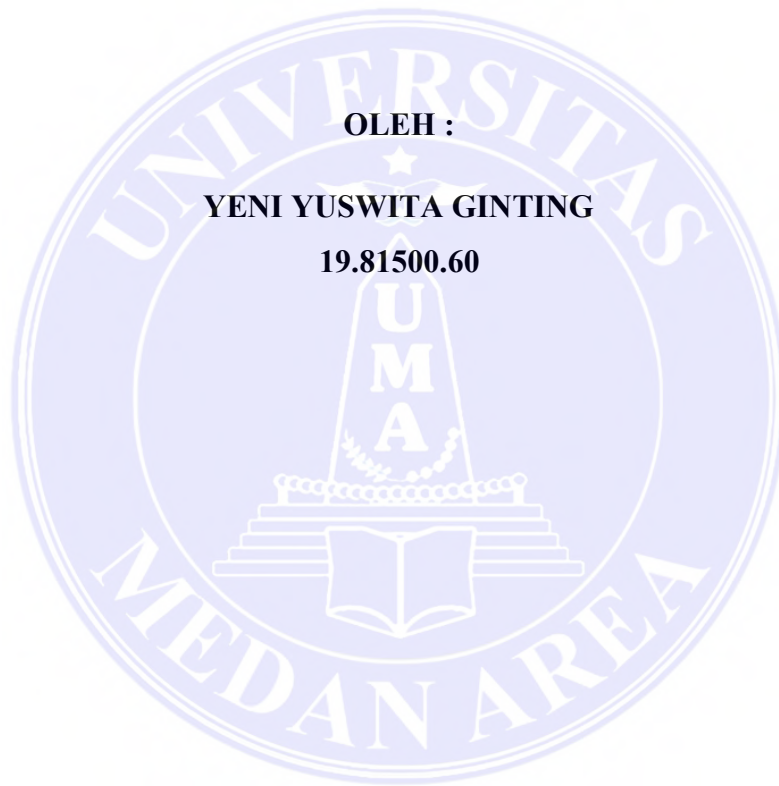
**Analisis Kepuasan Nasabah pada Kualitas Pelayanan dengan Metode
Fuzzy Service Quality dan *Quality Function Deployment (QFD)* di PT Bank
Mandiri KCP Medan Citra Garden**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Di Fakultas Teknik

Universita Medan Area



OLEH :

YENI YUSWITA GINTING

19.81500.60

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

FAKULTAS TEKNIK

UNIVERSITAS MEDAN AREA

MEDAN

2022

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 14/6/22

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)14/6/22

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Kepuasan Nasabah pada Kualitas Pelayanan dengan Metode Fuzzy Service Quality dan Quality Function Deployment (QFD) di PT Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden

Nama : Yeni Yuswita Ginting

NPM : 198150060

Fakultas : Teknik

Program Studi : Teknik Industri

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing,

Pembimbing I

Pembimbing II

Ir. Hj. Ninny Siregar, M.Si
NIDN : 0127046201

Yuana Delvika, S.T, M.T
NIDN : 0125068401

Mengetahui

Dekan Fakultas Teknik

Ketua Program Studi

Dr. Nurhidayah Syah, S.Kom, M.Kom
NIDN : 0105058804

Nukhe Andri Silviana, S.T, M.T
NIDN : 0127038802

Tanggal Lulus : 14 Januari 2022

HALAMAN PERNYATAAN

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian- bagian tertentu dalam penulisan ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 14 Januari 2022



Yeni Yuswita Ginting
198150060

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yeni Yuswita Ginting
NPM : 198150060
Program Studi : Teknik Industri
Fakultas : Teknik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Analisis Kepuasan Nasabah Pada Kualitas Pelayanan Dengan Metode Fuzzy Service Quality Dan Quality Function Deployment (QFD) Di Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden.**

Beserta perangkat yang ada (jika di perlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Medan

Pada Tanggal

15 Maret 2022

Yang menyatakan



Yeni Yuswita Ginting

ABSTRAK

Yeni Yuswita Ginting NPM 198150060. Analisis Kepuasan Nasabah pada Kualitas Pelayanan dengan Metode *Fuzzy Service Quality* dan *Quality Function Deployment (QFD)* di PT Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden . Dibawah bimbingan Ir. Hj. Ninny Siregar, M.Si dan Ibu Yuana Delvika, ST, MT

Kualitas pelayanan merupakan faktor terpenting bagi Bank yang bersangkutan, agar bank tersebut terus berdiri dan berkembang. Setiap harinya perkembangan jumlah nasabah semakin meningkat sehingga kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah yang harus diprioritaskan. Cara meningkatkan kualitas layanan adalah dengan berusaha untuk mengetahui keinginan nasabah, dalam melakukan perbaikan kualitas pelayanan bank yang dapat digunakan adalah metode Fuzzy Servqual (*Service Quality*) dan QFD (*Quality Function Deployment*). Tujuan dari penelitian ini adalah merancang usulan perbaikan pelayanan di Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden dengan menggunakan Fuzzy Servqual dan QFD. Pada penelitian ini dilakukan survey dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden dari Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden berdasarkan pengolahan data yang dilakukan menggunakan metode *Fuzzy Servqual* dan untuk merancang usulan perbaikan dengan metode *Quality Function deployment (QFD)*. Tingkat kepuasan nasabah di Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden lebih rendah jika dibandingkan dengan tingkat kepentingan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden yang perlu ditingkatkan lagi adalah pada dimensi *Tangible* (Bukti Fisik) ditunjukkan pada kenyamanan dan keamanan lokasi dan tempat parkir yang disediakan dengan nilai -13,17 dan yang harus dipertahankan pada dimensi *Tangible* (Bukti Fisik) ditunjukkan pada penampilan petugas bank selalu rapi dan menggunakan masker dan sarung tangan dengan nilai 4,496 di Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden. Disarankan kepada Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden agar lebih meningkatkan kinerja pelayanan pada semua pelayanan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah, Fuzzy Servqual, QFD, GAP.

ABSTRACT

Yeni Yuswita Ginting, 198150060. "The Analysis of Customer Satisfaction on Service Quality Using the Fuzzy Service Quality and Quality Function Deployment (QFD) Methods at PT Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden". Supervised by Ir. Hj. Ninny Siregar, M.Si. and Yuana Delvika, S.T., M.T.

Service quality is the most important factor for the bank so that the bank can keep surviving and developing. Every day the number of customers development is increasing so that the service quality and customer satisfaction must be prioritized. The way to improve service quality is trying to find out customers' desires, where the Fuzzy Servqual (Service Quality) and QFD (Quality Function Deployment) methods were used in improving the quality of bank services. The purpose of this research was to design a service improvement proposal at Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden by using Fuzzy Servqual and QFD. In this study, a survey was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents from Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden based on data processing performed using the Fuzzy Servqual method, for designing improvement proposals using the Quality Function Deployment (QFD) method. The level of customer satisfaction at Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden was lower than the importance level of affected factors in customer satisfaction at Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden which needed to be more improved was the Tangible dimension (Physical Evidence) shown in the comfort and security of the location and parking lot provided with a score of -13.17. Furthermore, that had to be maintained on the Tangible dimension (Physical Evidence) was shown in the bank officers' appearances who were always neat and wore masks and gloves with a score of 4.496 at Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden. Thus, it was recommended to Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden to further improve service performance on all services.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Fuzzy Servqual, QFD, GAP.



28/1/2022

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan kasih karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**Analisis Kepuasan Nasabah pada Kualitas Pelayanan dengan Metode *Fuzzy Service Quality* dan *Quality Function Deployment (QFD)* di PT Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden**”. Skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi persyaratan ujian sarjana pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Medan Area.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis dapat menyelesaikannya karena adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung dalam meluangkan waktu dan pikiran. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Rahmad Syah, S.Kom, M.Kom selaku Dekan Fakultas Teknik
2. Ibu Nukhe Andri Silvani, ST, MT selaku ketua program Studi Teknik Industri Universitas Medan Area
3. Ibu Ir. Hj. Ninny Siregar, MSi, selaku dosen pembimbing I
4. Ibu Yuana Delvika ST, MT, selaku dosen pembimbing II
5. Bapak Indra Sitepu selaku Branch Manager Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden
6. Seluruh Pegawai Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden yang telah mengijinkan proses pengambilan data untuk Tugas Akhir ini.

7. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta saya Bapak Drs. Paham Ginting dan Ibu Dra. Radyahta Bangun serta abang saya Alm Ginta Puja Subagya Ginting S.SI dan adik saya Dio Aginta Ginting yang selalu memberikan dukungan, doa, nasehat dan materi yang sangat membantu dalam menyelesaikan skripsi.
8. Rekan-rekan mahasiswa khususnya Universitas Medan Area Fakultas Teknik, Teknik Industri yang selalu memberikan semangat kepada penulis terutama Christie, linda, Neni, Sri, Rany, Renita, Dara sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Serta seluruh teman yang membantu yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu.
9. Last but not least, I want to thank myself. I want to thank me for trusting me. I want to thank myself for doing all this hard work. I want to thank me for never stopping no matter how hard it is going through
10. Seluruh staf Teknik Universitas Medan Area, yang telah banyak memberikan bantuan kepada penulis atas bantuan, bimbingan dan fasilitas yang telah diberikan kepada penulis. Penulis mengharapkan didalam menyusun laporan ini kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan laporan ini,

Akhirnya penulis berharap semoga Tuhan Yang Maha Esa dapat membalas semua kebaikan dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis, Semoga Tugas Akhir ini dapat berguna bagi penulis dan pembaca yang memerlukannya.

Medan, 14 Januari 2022

Yeni Yuswita Ginting

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penelitian	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Pengendalian Kualitas	8
2.2 Kualitas	8
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan	9
2.2.2 Kepuasan Pelanggan	11
2.2.3 Faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	12
2.2.4 Dimensi Kualitas Pelayanan	14
2.3 Presepsi	16
2.4 Harapan (Ekspetasi)	17
2.5 Skala Likert.....	18
2.6 Metode Slovin	19
2.7 Uji Validitas	20

2.8	Uji Reliabilitas Data	20
2.9	Metode Service Quality (SERVQUAL)	21
2.9.1	Fuzzyfikasi dan Defuzzyfikasi	22
2.10	<i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	23
2.10.1	Matrik House Of Quality	26
2.10.2	Pengisian Matrik House Of Quality	29
2.11	Bank	32
BAB III METODE PENELITIAN		34
3.1	Tempat dan Waktu Penelitian	34
3.2	Jenis Penelitian dan Sumber Data Penelitian.....	34
3.2.1	Data Primer	34
3.2.2	Data Skunder	34
3.3	Defenisi Operasional	35
3.4	Identifikasi Variabel Penelitian	36
3.4.1	Variabel Independen	36
3.4.2	Variabel Dependen	37
3.5	Teknik Pengumpulan Data	37
3.6	Metode Penelitian.....	39
3.6.1	Populasi dan Sampel	40
3.6.2	Pengolahan Data	41
BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA		44
4.1	Pengumpulan Data	44
4.1.1	Kuesioner	44
4.2	Pengolahan Data.....	47
4.2.1	Jumlah Responden	47
4.2.2	Uji Validitas	47
4.2.3	Uji Reliabilitas Data	55
4.2.4	Fuzzy Servqual	56

4.2.4.1	Penentuan Fuzzy Set	56
4.2.4.2	Analisa Sistem	56
4.2.4.3	<i>Fuzzyfikasi dan Defuzzyfikasi</i>	59
4.2.4.4	<i>Gap Service Quality</i>	65
4.2.5	Analisis Quality Function Deployment dengan House of Quality	67
4.2.5.1	<i>Customer Requirment</i>	68
4.2.5.2	Analisis Tingkat Harapan atau Kepentingan (TKe)	70
4.2.5.3	Analisis Tingkat Kepuasan atau Kinerja (TKi)	75
4.2.5.4	Nilai Target	78
4.2.5.5	Analisis Tingkat Perbaikan	81
4.2.5.6	Titik Penjualan (<i>Sales Point</i>)	83
4.2.5.7	Bobot Atribut	86
4.2.5.8	Normalisasi Bobot	88
4.2.5.9	Analisis Customer Requirement Score	89
4.2.5.10	Analisis Technical requirments	91
4.2.5.11	Analisis Hubungan Customer Requirment dan Technical Requirement	92
4.2.5.12	Analisis Technical Measurement	95
4.2.5.13	Analisis Relative Technical Diffulty	97
4.2.5.14	Analisis Technical Requirment Score.....	98
4.2.5.15	Analisis Sinergi dan Konflik dalam <i>Technical Requirements</i>	100

4.3	Analisis dan Pembahasan	102
4.3.1	Analisis Perhitungan Nilai Gap Service Quality Per Atribut	102
4.3.2	Analisis Quality Function Deployment	103
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		109
5.1	Kesimpulan	109
5.2	Saran	110

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Tabel 1.1 Data Hasil Nilai Kuesioner Kepuasan Pelanggan	2
Tabel 2.1. Skala <i>Goal</i>	32
Tabel 2.2. <i>Improvement Ratio</i>	33
Tabel 2.3. <i>Sales Point</i>	33
Tabel 3.1. Defenisi Operasional Penelitian	37
Tabel 4.1. Pengukuran Tingkat Kepentingan Dan Tingkat Kepuasan Pelanggan Di Pt. Bank Mandiri Kcp Medan Citra Garden.....	47
Tabel 4.2. Uji Validitas Data Tingkat Kepuasan	51
Tabel 4.3. Uji Validitas Data Tingkat Kepentingan (Harapan)	54
Tabel 4.4. Uji Reabilitas	57
Tabel 4.5. Membership Function Untuk Variabel Presepsi	59
Tabel 4.6. Membership Function Untuk Variabel Kepentingan	60
Tabel 4.7. Hasil Rekap Rata-Rata Nilai Tingkat Kepuasan dan Deffuzyfikasi	62
Tabel 4.8. Hasil Rekap Rata-Rata Nilai Tingkat Kepentingan dan Deffuzyfikasi	66
Tabel 4.9. Perhitungan Gap Per Atribut	67
Tabel 4.10. Perhitungan Nilai Gap Service Quality Per Dimensi	69
Tabel 4.11. Customer Requirments	70
Tabel 4.12. Analisis Tingkat Harapan atau Kepentingan (Tke)	73

Tabel 4.13. Rata-Rata Hasil dari Skor Tingkat Kepentingan Setiap Dimensi	76
Tabel 4.14. Analisis Tingkat Kepuasan atau kinerja (Tki)	77
Tabel 4.15. Rata-Rata Hasil dari Skor Tingkat Kinerja Setiap Dimensi	80
Tabel 4.16 Nilai Target	81
Tabel 4.17 Analisis Tingkat Perbaikan	84
Tabel 4.18 Titik Penjualan (Sales Point)	86
Tabel 4.19 Bobot Atribut	89
Tabel 4.20 Normalisasi Bobot	90
Tabel 4.21 Analisis Customer Requirement Score	92
Tabel 4.22 Technical Requirements	92
Tabel 4.23 Analisis Technical measurement	98
Tabel 4.24 Analisis Relative Technical Difficulty	99
Tabel 4.25 Analisis Technical Requirement Score	98

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. <i>House of Quality</i> (HOQ)	28
Gambar 3.1. Kerangka Berfikir	41
Gambar 3.2. Blok Diagram Metodologi Penelitian	45
Gambar 4.1 Diagram <i>Membership Function</i> Variabel Linguistik Persepsi	59
Gambar 4.2 Diagram <i>Membership Function</i> Variabel Linguistik Harapan	60
Gambar 4.3 Nilai matrik interaksi atribut pelayanan dengan parameter teknik	94
Gambar 4.4 Analisis Sinergi dan Konflik dalam <i>Technical Requirements</i>	102
Gambar 4.5. <i>House of Quality</i> (HOQ)	103

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Saat ini persaingan di bidang Perbankan semakin ketat. Persaingan ini menuntut para pelaku bisnis untuk dapat memaksimalkan kualitas dan kinerja perusahaan agar dapat bersaing di pasar. Manajemen bank harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan nasabahnya . Dengan memahami kebutuhan, keinginan dan permintaan nasabah, maka akan memberikan informasi penting bagi bank untuk merancang strategi pemasaran guna menciptakan kepuasan bagi nasabah. Dalam persaingan yang ketat seperti saat ini, prioritas utama oleh perusahaan di industri yang bergerak khususnya dibidang jasa adalah kepuasan pelanggan agar dapat bertahan, bersaing, dan menguasai pangsa pasar.

PT. Bank mandiri (persero) Tbk merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berdiri tanggal 2 Oktober 1998 terhitung pasca merger dari Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia. Sama halnya dengan Bank Lain, Bank Mandiri juga bergerak dibidang perbankan yang fungsinya untuk penempatan dana dan juga fasilitator transaksi keuangan. Peran Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden dalam melayani berbagai macam kebutuhan masyarakat dalam kebutuhan finansial dari mulai investasi. Dalam upaya meningkatkan daya saing, pihak bank harus mengembangkan dan meningkatkan pelayanannya menjadi pelayanan unggul atau prima (*service excellence*).

Nasabah akan lebih selektif dalam memilih bank kepercayaannya untuk bertransaksi, sehingga nasabah dapat memilih bank dengan kualitas layanan yang terbaik. Dalam pandangannya, nasabah cenderung memperhatikan nilai dari apa yang dirasakan oleh karena itu setiap penyedia layanan jasa juga perlu memperhatikan kualitas layanan yang diberikan sehingga mampu memenuhi keinginan nasabah. Hal ini bila diperhatikan akan menuntut kita pada suatu faktor penting diluar kekuatan modal yang dibutuhkan untuk menghidupi bank tersebut, yakni kepercayaan nasabah terhadap bank, pelayanan terhadap nasabah yang nota benenya adalah pelanggan bank merupakan satu dari sekian banyak faktor yang harus diperhatikan demi kemajuan bank.

Tabel 1.1 Data Hasil Nilai Kuesioner Kepuasan Pelanggan

Pertanyaan	Jumlah Jawaban					Total
	Sangat Baik	Baik	Cukup Baik	Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	
1. Bagaimana kepuasan anda terhadap Ketepatan petugas teller saat melayani nasabah	10	24	16	0	0	50
2. Bagaimana Tingkat Kepuasan Terhadap Kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan ruangan yang sesuai dengan standard.	18	18	14	0	0	50
3. Bagaimana Tingkat Kepuasan anda terhadap Petugas sabar pada saat melayani nasabah.	15	21	14	0	0	50
4. Bagaimana Tingkat Kepuasan anda terhadap Petugas dalam memberikan informasi kepada nasabah	9	17	23	1	0	50

Tabel 1.1 Data Hasil Nilai Kuesioner Kepuasan Pelanggan (Lanjutan)

Pertanyaan	Jumlah Jawaban					Total
	Sangat Puas	Puas	Cukup Puas	Tidak puas	Sangat Tidak Puas	
5. Bagaimana Pelayanan kepada semua nasabah apakah sama tanpa memandang suku, agama, status sosial danlain-lain	15	23	12	0	0	50
Jumlah	67	103	79	1	0	250
Presentase	26,8%	41,2%	31,6%	0,4%	0%	100%

Dari Tabel 1.1 diatas, dapat dilihat presentase jawaban dari nasabah jawaban tertinggi dari kualitas pelyanan adalah baik sejumlah 41,2% sedangkan jawaban terendah adalah sangat tidak baik sejumlah 0,4%. Dengan penelitian ini, dapat dilakukan perbaikan untuk kualitas pelayanan bank agar nasabah merasa puas yaitu meningkatkan kembali pelayanan yang memiliki presentase rendah seperti anda terhadap Petugas dalam memberikan informasi kepada nasabah (*responsiviness*), dan petugas Kepuasan anda terhadap Petugas sabar pada saat melayani nasabah (*empathy*).

Dalam memberikan pelayanan salah satu metode yang dapat digunakan untuk menilai kepuasan pelayanan jasa adalah metode Servqual (*Service Quality*). Dalam menentukan suatu kualitas pelayanan (*service quality*) dapat dilihat dari lima dimensi yang sangat mempengaruhi yaitu keandalan (*Reability*), keresponsifan (*Responsiveness*), keyakinan (*Anssurance*), empati (*Emphaty*), dan berwujud (*Tangible*) (Parasuraman,

et al., 1990). Cara untuk mengukurnya adalah dengan mengukur seberapa besar tingkat pelayanan yang direalisasikan dalam nilai GAP sehingga diharapkan dapat memberikan suatu rancangan strategi dalam meningkatkan kepuasan pelayanan. Sedangkan Quality Function Deployment (QFD) merupakan merupakan suatu jalan bagi perusahaan untuk mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan terhadap produk atau jasa yang dihasilkannya.

Sebagai upaya untuk memenuhi harapan dan kebutuhan Nasabah, maka dilakukan penelitian dengan menggunakan metode fuzzy dan *Quality Function Deployment* (QFD). Metode Fuzzy merupakan metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dimana deskripsi aktivitas, penelitian dan penilaian bersifat subyektif. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan servqual (*Service Quality*). yang dikombinasikan dengan teori fuzzy agar pengukuran persepsi dan harapan dari pelanggan dapat diukur dengan tepat. Berdasarkan uraian tersebut terdapat metode yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu metode Fuzzy servqual (*Service Quality*). Sedangkan Metode *Quality Function Deployment* (QFD) ialah untuk peningkatan kualitas yang berorientasi pada keinginan pelanggan . Penerapan Metode (QFD) akan memperlihatkan kepada Perusahaan Bank Mandiri untuk memprioritaskan kebutuhan nasabah, menemukan tanggapan yang inovatif dan kreatif terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki proses hingga mencapai efektivitas Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan?
3. Bagaimana usulan perbaikan pelayanan Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden dengan menggunakan QFD?

1.3.Batasan Masalah

Batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini agar terfokus pada pemecahan masalah yang telah dirumuskan, yaitu :

1. Objek yang akan diteliti terbatas pada pengguna jasa pelayanan Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden.
2. Responden merupakan Nasabah dan pengunjung di Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden
3. Metode penelitian yang dipakai adalah metode *Fuzzy Service Quality* untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan dan metode Metode *Quality Function Deployment (QFD)* ialah untuk peningkatan kualitas yang berorientasi pada keinginan di PT. Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden.

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dituliskan sebelumnya, adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Mengukur tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan yang diberikan Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan
3. Untuk merancang usulan perbaikan pelayanan Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden dengan menggunakan QFD.

1.5. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Perusahaan

Memberikan tambahan informasi perihal tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan perusahaan, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan kedepannya bagi perusahaan dalam melakukan pelayanan yang lebih baik lagi.

2. Bagi Penulis

Memberikan kesempatan kepada penulis untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang perbankan khususnya dalam hal pelayanan untuk kepuasan nasabah dan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi yang dapat menjadi bahan perbandingan dalam penelitian lebih lanjut dimasa mendatang.

1.6 Sistematika Penulisan

1. Bab I Pendahuluan, meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, kerangka konseptual serta sistematika penulisan.
2. Bab II Tinjauan pustaka meliputi landasan teori yang berisikan hal-hal mengenai pengendalian mutu, statistik dan analisisnya.
3. Bab III Metodologi Penelitian meliputi waktu dan lokasi penelitian, bahan dan alat penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, metode data, analisis kemampuan proses, kerangka berpikir.
4. BAB IV Pengumpulan Dan Pengolahan Data Dalam bab ini berisikan data awal yang selanjutnya diolah menjadi informasi yang akan dibahas pada bagian analisis
5. BAB VI Kesimpulan Dan Saran Bab ini berisikan kesimpulan berisikan jawaban dari perumusan masalah dan tujuan penelitian serta diberikan juga saran, yang berisikan tentang perbaikan penelitian dimasa yang akan datang.
6. Daftar Pustaka berisikan tentang sumber sumber yang digunakan dalam penelitian ini, baik jurnal, buku, ataupun kutipan dari internet ataupun sumber-sumber lainnya.
7. Lampiran berisikan kelengkapan alat dan hal lain yang perlu untuk dilampirkan sehingga memperjelas uraian penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengendalian Kualitas

Pada saat ini semakin banyak Bank yang didirikan baik Bank Milik Negara atau Bank Swasta. Setiap Bank harus memberikan pelayanan yang terbaik untuk nasabahnya. Perusahaan yang tidak memperhatikan kualitas pelayanan akan sulit bersaing dipasar. Oleh sebab itu, semua perusahaan perlu memperhatikan kualitas pelayanan, agar produk yang dihasilkan berkualitas baik maka perusahaan harus melakukan pengendalian kualitas.

Menurut (Montgomery, 1990) pengendalian kualitas adalah aktivitas pengendalian proses untuk mengukur ciri-ciri kualitas produk, membandingkannya dengan spesifikasi atau persyaratan yang ada dan mengambil tindakan penyehatan yang sesuai apabila ada perbedaan antara penampilan yang sebenarnya dengan standar yang telah ditetapkan. Sedangkan menurut Standar Industri Jepang (JIS), pengendalian kualitas adalah suatu sistem tentang metode produksi yang secara ekonomis memproduksi barang atau jasa yang bermutu yang memenuhi kebutuhan konsumen.

2.2 Kualitas

Kualitas adalah kondisi dinamis yang berkaitan dengan produk, pelayanan, dan orang. Proses dan lingkungan untuk produk pelayanan yang diharapkan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memahami pelanggannya dan memahami kebutuhan atau harapan mereka.

2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Wykof dalam Lovelock (1988) memberikan pengertian kualitas layanan sebagai tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan, sedangkan menurut Parasuraman, et al. (1988) kualitas layanan merupakan perbandingan antara layanan yang dirasakan (persepsi) pelanggan dengan kualitas layanan yang diharapkan pelanggan. Jika kualitas layanan yang dirasakan sama atau melebihi kualitas layanan yang diharapkan, maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan. Gronroos (1990) menyatakan bahwa kualitas layanan meliputi :

1. Kualitas fungsi, yang menekankan bagaimana layanan dilaksanakan, terdiri dari: dimensi kontak dengan konsumen, sikap dan perilaku, hubungan internal, penampilan, kemudahan akses, dan service mindedness.
2. Kualitas teknis dengan kualitas output yang dirasakan pelanggan, meliputi harga, ketepatan waktu, kecepatan layanan, dan estetika output .

Kualitas jasa dan layanan difokuskan pada upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Lewis & Booms (dalam Tjiptono, 2012:157) kualitas pelayanan didefinisikan secara sederhana, yaitu mengukur apakah tingkat layanan yang diberikan memenuhi harapan pelanggan. Artinya kualitas pelayanan ditentukan

oleh kemampuan perusahaan atau lembaga tertentu untuk memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan/pengunjung. Dengan kata lain, faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayan adalah pelayanan yang diharapkan pelanggan/pengunjung dan persepsi masyarakat terhadap pelayanan tersebut. Nilai kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan perusahaan dan stafnya dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten.

Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan atau dalam hal ini pengunjung untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan lembaga atau instansi pemberi pelayanan jasa. Ikatan hubungan yang baik ini akan memungkinkan lembaga pelayanan jasa untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan/ pengunjung serta kebutuhan mereka. Dengan demikian penyedia layanan jasa dapat meningkatkan kepuasan pengunjung dengan memaksimalkan pengalaman pengunjung yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pengunjung yang kurang menyenangkan. Apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas layanan dipersepsikan rendah.

2.2.2. Kepuasan Pelanggan

Pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Oleh karena itu, hanya dengan memahami proses dan pelanggan maka organisasi dapat menyadari dan menghargai makna kualitas. Semua usaha manajemen diarahkan pada satu tujuan utama, yaitu terciptanya kepuasan pelanggan. Apapun yang dilakukan manajemen tidak akan ada gunanya bila akhirnya tidak menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan. Adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya (Tjiptono,2001). Adapun manfaat dari kepuasan pelanggan ialah:

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis.
2. Memberi dasar yang baik bagi pembelian ulang.
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan.
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut kemulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan.
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Kepuasan pelanggan sendiri tidak mudah didefinisikan Tjiptono (2001) menyebutkan bahwa ada berbagai macam pengertian kepuasan pelanggan yang diberikan oleh para pakar,yaitu:

1. *Day*, menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara

harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

2. *Engel*, menyatakan kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan.
3. *Kotler*, menandakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Dari defenisi-defenisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau suatu organisasi maka hanya merekalah yang dapat menentukan kualitas seperti apa dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.

2.2.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang

dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merk tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas produk, tetapi dari nilai sosial atau self esteem yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5. Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu. Harapan pelanggan

dapat dibentuk oleh pengalaman masa lampau, komentar dari kerabatnya serta janji dan informasi pemasar dan saingannya. Konsumen yang puas kan setia lebih lama, dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan.

2.2.4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Ada beberapa pendapat mengenai dimensi kualitas pelayanan, antara lain Parasuraman, Zeithaml, dan Berry dalam Saleh (2010:103) yang melakukan penelitian khusus terhadap beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas jasa. Kesepuluh faktor tersebut adalah:

1. *Reliability*, mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama.
2. *Responsiveness*, yaitu kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan.
3. *Competence*, artinya setiap orang dalam suatu perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
4. *Accessibility*, meliputi kemudahan untuk menghubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi dan lain lain.

5. *Courtesy*, meliputi sifat sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para kontak personal.
6. *Communication*, artinya memberikan informasi kepada pelanggan pada bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengar saran dan keluhan pelanggan.
7. *Credibility*, yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakteristik pribadi kontak personal, dan interaksi dengan pelanggan
8. *Security*, yaitu aman dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik (*physical safety*), keamanan finansial (*financial security*), dan kerahasiaan (*confidentiality*).
9. *Understanding/Knowing the Customer*, yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
10. *Tangibles*, yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan atau penampilan dari personil.

Perkembangan selanjutnya, Zheithalm et al dalam Ariani (2009:180) menyederhanakan sepuluh dimensi diatas menjadi lima dimensi pokok yang dikenal dengan SERQUAL (*service quality*) yang terdiri dari:

1. Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan

pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik.

2. Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
3. Bukti fisik (*tangibles*) yaitu bukti fisik yang menjadi bukti awal yang bisa ditunjukkan suatu organisasi penyedia layanan yang ditunjukkan oleh tampilan gedung, fasilitas fisik, pendukung, perlengkapan di di ruangan dan penampilan pekerja.
4. Daya tangkap (*responsiveness*) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas.
5. Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya dan rasa aman para nasabah kepada perusahaan dalam hal ini bank.

2.3. Persepsi

Persepsi terjadi berdasarkan pengalaman masa lalu, setelah konsumen merasakan sesuatu terhadap apa yang diterimanya dan mengambil suatu kesimpulan dalam pikirannya untuk menilai apa yang dialaminya tersebut. Hasilnya pengamatan dari individu dari pengalaman masa lalu terhadap suatu produk, yang akan membentuk suatu pandangan

tertentu terhadap suatu produk, yang akan menciptakan proses persepsi dalam perilaku pembelian oleh konsumen.

Kualitas yang baik diukur berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan, bukan dari sudut penyedia jasa. Keputusan pemilihan jasa oleh pengguna jasa sangat dipengaruhi oleh persepsinya terhadap suatu produk atau jasa yang ditawarkan, oleh sebab itu penyedia jasa haruslah benar benar mempertahankan apa yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk atau jasa yang diberikannya.

2.4. Harapan (Ekspektasi)

Harapan merupakan suatu dorongan yang kuat atau keinginan pengguna jasa, seperti perasaan mereka tentang apa yang seharusnya ditawarkan oleh penyedia jasa lebih dari apa yang sebenarnya akan ditawarkan oleh penyedia jasa tersebut (Parasuraman,1990). Persepsi dan harapan pelanggan suatu produk atau jasa dapat diukur, sehingga pihak penyedia produk atau jasa dapat mengetahui apa yang dirasakan oleh pelanggan. Metode penelitian yang akan dilakukan adalah dengan menggunakan metode survei. Pengukuran dilakukan dengan cara berikut:

1. Pengukuran dilakukan secara langsung melalui interview dengan menggunakan kuisoner
2. Kuisoner berisikan pertanyaan pertanyaan dengan menggunakan skala ordinal mengenai harapan dan kinerja yang terkait dengan atribut yang ada.

3. Responden diminta menilai sebesar apa harapan mereka terhadap suatu atribut tertentu dan seberapa besar yang dirasakan terhadap atribut tersebut.
4. Responden diminta meranking elemen atau atribut penawaran dari pertanyaan-pertanyaan yang ada berdasarkan derajat kepentingan setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan pada masing-masing elemen.

2.5. Skala Likert

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert merupakan skala yang dapat memperlihatkan tanggapan konsumen terhadap karakteristik suatu produk. Skala likert digunakan untuk mengukur Response subjek yang berupa sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok kejadian tentang kejadian atau gejala sosial kedalam 5 poin skala dengan interval yang sama (Erlkeputusanina,2011).

Informasi yang diperoleh dengan skala likert berupa skala pengukuran ordinal, oleh karena itu hasil yang didapat hanya berupa rank tanpa dapat diketahui beberapa besarnya selisih antara satu tanggapan lainnya. Responden akan ditanyakan tingkat kepuasan terhadap atribut-atribut kualitas pelayanan yang sama dengan memberikan bobot sebagai berikut:

- a. 1 untuk jawaban tidak puas
- b. 2 untuk jawaban kurang puas
- c. 3 untuk jawaban cukup puas
- d. 4 untuk jawaban puas

- e. 5 untuk jawaban sangat puas

Kemudian responden diminta menjawab tingkat kepentingan pada tiap atribut kualitas pelayanan dengan memberikan bobot sebagai berikut:

- a. 1 untuk jawaban tidak penting
 b. 2 untuk jawaban kurang penting
 c. 3 untuk jawaban cukup penting
 d. 4 untuk jawaban penting
 e. 5 untuk jawaban sangat penting

2.6. Metode Slovin

Uji kecukupan data, dimana uji kecukupan data dilakukan untuk menguji apakah data kuesioner yang diberikan telah cukup menggambarkan populasi pelanggan keseluruhan. Besarnya sampel penelitian ditentukan berdasarkan pada jumlah populasi dengan batas toleransi kesalahan yang ditetapkan adalah 10%. dengan menggunakan rumus slovin:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir yakni 10%

2.7. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya, Rumus yang digunakan untuk menguji validitas data adalah rumus *pearson product moment*.

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \dots\dots\dots(2)$$

Keterangan :

r: Koefisien Korelasi

X : Skor Variabel (jawaban responden)

Y : Skor total dari variabel untuk responden ke-n

N : jumlah sampel

2.8. Uji Reliabilitas Data

Uji reliabilitas data dilakukan untuk menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian mempunyai keandalan sebagai alat ukur. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program spss dengan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika *cronbach's alpha* 0,6 maka butir pertanyaan dikatakan reliabel.
- b. Jika *cronbach's alpha* 0,6 maka butir pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Rumus statistik yang digunakan untuk pengujian reabilitas (Sugiono,2006) :

$$r_{11} = \left[\frac{K}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right] \dots\dots\dots(3)$$

Keterangan :

- r_{11} = reliabilitas kuesioner
 k = banyaknya butir pertanyaan
 $\sum \sigma_b^2$ = jumlah variansi butir
 σ_t^2 = variansi

2.9. Metode Service Quality (SERVQUAL)

Metode servqual (*Service and Quality*) merupakan metode yang digunakan untuk mengetahui kriteria-kriteria kualitas pelayanannya berdasarkan gap yang terjadi dari dua bagian, yaitu penilaian dan pembobotan. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dimana seorang partisipan menyatakan persepsi dan harapannya. Selisih antara persepsi dengan harapan disebut dengan “gab” atau kesenjangan kualitas layanan, yang dapat dirumuskan sebagai berikut (purnama 2006).

$$Gab = Persepsi - Harapan \dots\dots\dots(4)$$

1. Jika gap positif (Persepsi > Harapan) maka layanan dikatakan *suprise* dan memuaskan.
2. Jika gab nol (Persepsi = Harapan) maka layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

3. Jika gab negatif (Persepsi < Harapan) maka layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan.

2.9.1. Fuzzyfikasi dan Defuzzyfikasi

Fuzzyfikasi adalah proses yang dilakukan untuk mengubah variabel nyata menjadi variabel fuzzy, ini ditujukan agar masukan kontroler fuzzy bisa dipetakan menuju jenis yang sesuai dengan fuzzy. Pemetaan dilakukan dengan bantuan model dari fungsi keanggotaan agar dapat diketahui besar masukan tersebut (Derajat keanggotaan). Defuzzykasi adalah proses fuzzyfikasi yang menghasilkan nilai Triangular Fuzzy Number (TFN). TFN merupakan fuzzy yang dinyatakan dalam bentuk interval yang dapat digunakan untuk menyatakan penilaian subyektif manusia karena aritmatika yang digunakan bersifat intuitif dan sama dengan yang dipergunakan dalam bilangan riil (Wulandari, 2011).

Perhitungan fuzzyfikasi data persepsi responden dilakukan dengan menggunakan langkah awalnya adalah mencari nilai untuk tiap kriteria dengan cara sebagai berikut:

Nilai batas atas (b_i):

$$b = \frac{(b_{i2}n_1 + b_{i3}n_2 + b_{i4}n_3 + b_{i5}n_4 + b_{i5}n_5)}{n_1 + n_2 + n_3 + n_4 + n_5} \dots\dots(5)$$

Nilai batas tengah (a_i):

$$a = \frac{(b_{i1}n_1 + b_{i2}n_2 + b_{i3}n_3 + b_{i4}n_4 + b_{i5}n_5)}{n_1 + n_2 + n_3 + n_4 + n_5} \dots\dots\dots(6)$$

Nilai batas bawah (ci)

$$c = \frac{(b_{i1}n_1 + b_{i2}n_2 + b_{i3}n_3 + b_{i4}n_4 + b_{i5}n_5)}{n_1 + n_2 + n_3 + n_4 + n_5} \dots\dots\dots(7)$$

Keterangan:

i= atribut (1,2,3,.....m)

Rata-rata nilai ai, bi dan ci tersebut merupakan nilai defuzzifikasi yang diformulasikan sebagai berikut :

$$d = \frac{a_i + b_i + c_i}{3} \dots\dots\dots(8)$$

Keterangan :

i = atribut (1,2,3,.....m)

ai = Nilai batas tengah

bi = Nilai batas atas

ci = Nilai batas bawah

2.10. Quality Function Deployment (QFD)

Quality Function Deployment (QFD) merupakan pendekatan sistematik yang menentukan tuntutan atau permintaan konsumen kemudian menterjemahkan tuntutan tersebut secara akurat kedalam teknis, manufacturing, dan perencanaan produksi yang tepat. QFD adalah metode terstruktur yang digunakan dalam proses perencanaan dan pengembangan produk untuk menetapkan spesifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen, serta mengevaluasi suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. QFD meliputi seluruh komponen yang diterapkan dalam rencana pengembangan pelayanan

Bank dengan target teridentifikasi. Revelle (2007:14) berpendapat bahwa *QFD was created to help organization improve their ability to understand their customers needs as well as to effectively respond to those needs*. Berdasarkan definisi di atas, peneliti menyimpulkan bahwa QFD merupakan praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD menterjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi apa yang dihasilkan oleh organisasi. QFD memungkinkan organisasi untuk memprioritaskan kebutuhan pelanggan, menemukan tanggapan inovatif terhadap kebutuhan tersebut dan memperbaiki proses hingga tercapainya efektifitas.

Manfaat yang dapat diperoleh dari penerapan Quality Function Deployment (Sullivan dalam Ariani, 2008) meliputi:

1. Fokus pada pelanggan

QFD memerlukan pengumpulan masukan dan umpan balik dari pelanggan. Informasi tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam sekumpulan persyaratan pelanggan yang spesifik. Kinerja organisasi dan pesaing dalam memenuhi persyaratan tersebut dipelajari dengan teliti. Dengan demikian organisasi dapat mengetahui sejauh mana organisasi itu sendiri dan pesaingnya memenuhi kebutuhan para pelanggan.

2. Efisiensi Waktu

QFD dapat mengurangi waktu pengembangan produk karena memfokuskan pada persyaratan pelanggan yang spesifik dan telah diidentifikasi dengan jelas. Oleh karena itu tidak terjadi pemborosan waktu untuk mengembangkan ciri – ciri produk yang tidak atau hanya memberikan sedikit nilai (*value*) kepada pelanggan.

3. Orientasi Kerja Sama Tim (*teamwork-oriented*)

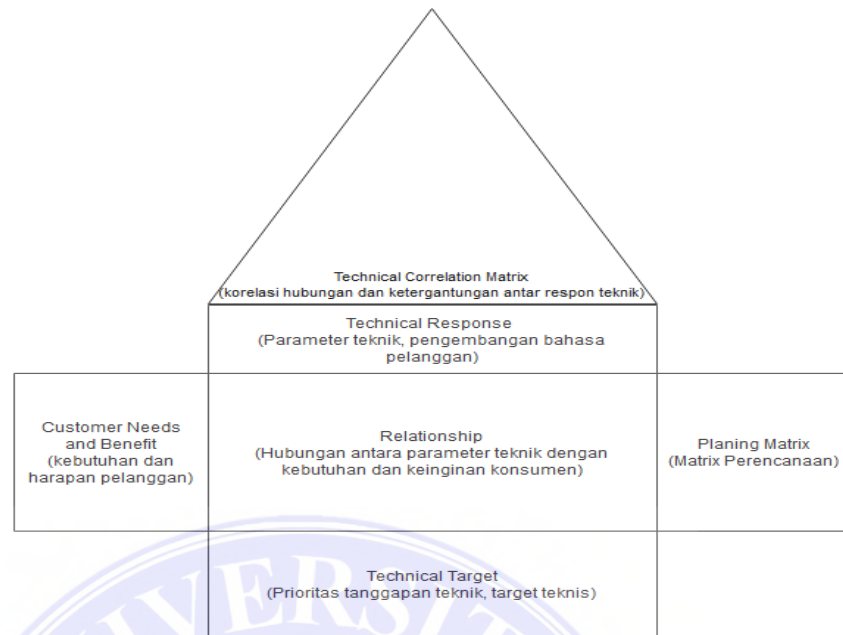
QFD merupakan pendekatan kerja sama tim. Semua keputusan dalam proses didasarkan pada konsensus dan dicapai melalui diskusi mendalam dan *brainstorming*. Oleh karena setiap tindakan yang perlu dilakukan diidentifikasi sebagai bagian dari proses maka setiap individu memahami posisinya yang paling tepat dalam proses tersebut, sehingga pada gilirannya hal ini mendorong kerja sama tim yang lebih kokoh.

4. Orientasi pada dokumentasi

Salah satu produk yang dihasilkan dari proses QFD adalah dokumen komprehensif mengenai semua data yang berhubungan dengan proses yang ada dan perbandingannya dengan persyaratan pelanggan. Dokumen ini berubah secara konstan setiap kali ada informasi baru yang dipelajari dan informasi lama yang dibuang. Informasi yang *up-to-date* mengenai persyaratan pelanggan dan proses internal, sangat berguna bila terjadi *turnover*.

2.10.1 Matrik House of Quality

Matrik *House Of Quality* (HOQ) adalah bentuk yang paling dikenal dari representasi QFD. Matrik ini pada dasarnya terdiri dari dua bagian utama. Bagian horisontal pada matrik ini berisi tentang informasi yang berhubungan dengan konsumen dan ini disebut dengan *customer table*. Bagian vertikal pada matrik berisi tentang informasi teknis sebagai respon dari input konsumen, dan disebut dengan *tecnichal table*. *Castomer information* tentang konsumen untuk memberikan informasi dalam pembentukan metode QFD, sedangkan teknik information adalah responden yang dibutuhkan dari konsumen yang bermanfaat bagi distributor. (Tony Wijaya, 2011) mendefinisikan matriks *House of Quality* atau rumah kualitas sebagai alat yang digunakan untuk menggunakan struktur QFD. Hasil akhir dalam penerapan metode QFD adalah matriks *House of Quality*. Matriks *House of Quality* merupakan matriks yang berbentuk rumah.

Gambar 2.1. *House of Quality* (HOQ)

Tahapan pembuatan matriks *House of Quality*.

1. Menentukan Karakteristik Produk

Karakteristik produk yang dimaksud disini adalah karakteristik atau jenis kebutuhan yang sesuai dengan keinginan nasabah, yang meliputi Mengoptimalkan fasilitas, Mengevaluasikan SOP yang ada dan lainnya.

2. Mengadakan Penilaian Karakteristik Produk

Penilaian ini digunakan untuk dapat menerjemahkan apa yang diinginkan nasabah menjadi suatu rangkaian pemrosesan terhadap pelayanan jasa tersebut.

3. Menentukan Variable Performansi

Pemasok yang dimaksud disini adalah pemasok bagi unit usaha untuk kegiatan produksi yang harus ditentukan.

4. Mengadakan Penilaian Performansi

Penilaian performansi yang dimaksud adalah tentang kekuatan maupun kelemahan pelayanan Bank Mandiri.

Dilihat dari unsur yang terlibat begitu sederhana dalam membuat HOQ (*House of Quality*) ini dapat disimpulkan pembuatan matik sedikit rumit namun masih dapat dipahami oleh pembaca yang akan menjalankan proses pengembangan supaya lebih terstruktur dalam melakukan perencanaan pengembangan. Namun tetap dihubungkan urutan pengerjaannya, adapun urutan HOQ adalah sebagai berikut :

1. Identifikasi Konsumen/Pemakai

Permulaan QFD adalah dengan menggariskan apa yang akan diselesaikan berdasar pada kebutuhan konsumen.

2. Menentukan *Customer Need*-nya

Customer need sering juga disebut dengan *voice of the customer*. Penentuan ini mengandung hal-hal yang dibutuhkan oleh konsumen dan masih bersifat umum, sehingga sulit untuk langsung diimplementasikan harus ditentukan terlebih dahulu.

3. Menentukan *Importance Rating*

Merupakan tingkat kepentingan dari VOC dan diperoleh dari hasil perhitungan kuisisioner yang disebarkan.

4. Analisis tentang *Customer Competitive Evaluation*

Analisis ini dilakukan dengan pengumpulan data yang diperoleh.

5. Menentukan *Technical Requirement*

Technical requirement merupakan pengembangan dari *customer*

need. Pada bagian ini akan ditetapkan berdasarkan kemampuan yang ditetapkan konsumen.

6. Menentukan *Relationship*

Agar memperoleh nilai secara kuantitatif maka antara *customer need* dan *technical requirement* merupakan langkah selanjutnya untuk menemukan nilai bobot.

7. Menentukan Target

Target ditentukan dengan *how much is enough* yang merupakan perhitungan spesifikasi dari HOWs. Nilai target direpresentasikan untuk memenuhi keinginan konsumen, sehingga sepantasnya jika nilai terget yang hendak dicapai ditetapkan dengan nilai yang tinggi dan rasional.

8. Membuat Matrik Korelasi

Matrik korelasi terletak diatas matrik *House Of Quality* yang merupakan atap dan sebagai penentu dari struktur hubungan setiap item HOW.

9. Membuat Analisis *Competitive Technical Assesment*.

Analisis ini dengan membandingkan yang terdahulu dengan yang akan dibuat.

10. Menentukan Bobot

Bobot ditentukan dari hubungan korelasi antara *customer requirement* dan *technical requirement* yang ditentukan dari jenis hubungan yang berlangsung.

2.10.2 Pengisian Matrik House of Quality

Sebelum melakukan pengisian matrik *House of Quality* maka diperlukan pembuatan matrik perencanaan yang terdiri dari:

1. Tingkat Kepentingan Konsumen (*Importance to Costumer*)

Tingkat kepuasan konsumen sangat penting digunakan untuk mengetahui kebutuhan konsumen dalam hal ini adalah nasabah. Untuk itu terlebih dahulu dilakukan perhitungan frekuensi terhadap masing-masing elemen berdasarkan tingkat kepentingan masing-masing. Perhitungan tingkat kepentingan menggunakan modus, yaitu dengan melihat nilai/bobot yang paling banyak muncul.

2. Tingkat Kepuasan Konsumen (*Current Satisfaction Performance*)

Current Satisfaction Performance merupakan penilaian tingkat kepuasan nasabah. Nilai ini diperoleh pada saat penyebaran kuesioner penelitian. Perhitungan *Current Satisfaction Performance* secara matematis adalah:

$$\text{Tingkat Kepuasan} = \frac{\sum \text{Performance Weight}}{\sum \text{Number of Responden}} \dots\dots\dots(9)$$

$$\text{Performance Weight} = \text{Number of Respondent} \times \text{Performance} \dots\dots(10)$$

Keterangan :

Performance adalah nilai tingkat kepuasan yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner.

3. Nilai *Goal*

Penentuan *goal* dilakukan melalui diskusi dari pegawai bank maupun manajemen bank, dalam penentuan *goal* skala penilaian mengacu pada nilai *Importance to Customer*. Skala penilaian *goal*

ditunjukkan pada tabel 2.1:

Tabel 2.1 Skala Goal

Skala	Penjelasan
1	Tidak Memuaskan
2	Memuaskan
3	Sangat Memuaskan

4. *Improvement Ratio*

Improvement Ratio digunakan untuk menunjukkan besarnya perubahan atau perbaikan yang harus dilakukan. Dalam bentuk matematis penentuan nilai *Improvement Ratio* adalah:

$$\text{Improvement Ratio} = \frac{\text{Goal}}{\text{Current Satisfaction Performance}} \dots \dots \dots (11)$$

Arti nilai *Improvement Ratio* dapat dilihat pada tabel 2.2

Tabel 2.2. *Improvement Ratio*

Nilai	Arti
<1	Tidak ada perubahan
1-1,5	Perbaikan sedang
>1,5	Perbaikan menyeluruh

5. *Sales Point*

Sales point adalah besarnya nilai jual suatu produk atau nilai konsumsi suatu pelanggan atau nasabah yang diperlukan dalam peningkatan Kualitas pelayanan Nilai ini diperoleh dari hasil diskusi dengan Pegawai maupun manajemen . Arti nilai *sales*

point dapat dilihat pada tabel 2.3.

Tabel 2.3. Sales Point

Nilai	Arti
1	Tidak ada <i>sales point</i>
12	<i>Sales point</i> sedang
1,5	<i>Sales point</i> kuat

6. *Raw Weight and Normalized Raw Weight*

Digunakan untuk menunjukkan besarnya perbaikan suatu kriteria *customer need*. Dalam bentuk matematis penentuan nilai *Raw Weight and Normalized Raw Weight* adalah:

$$\text{Raw Weight} = \text{Importance to customer} \times IR \times SP \dots (12)$$

$$\text{Normalized raw weight} = \frac{\text{Raw Weight}}{\text{Total Raw Weight}} \times 100\% \dots (13)$$

2.11 Bank

Bank adalah lembaga keuangan atau perusahaan yang bergerak dalam bisnis keuangan. Bank menurut pengertian bank dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998 (amandemen Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1992), bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk simpanan. bentuk dana simpanan. Bentuk kredit dan / atau bentuk lain untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat. Para ahli mengemukakan definisi bank, mereka berkata:

Bank adalah badan usaha yang menyediakan berbagai layanan, seperti pemberian pinjaman, peredaran uang, pengendalian mata uang, tempat penyimpanan uang, dan sebagai pembiayaan perusahaan, dll. Selain itu, bank sebagai badan yang usaha utamanya memberikan kredit. Dari pengertian tersebut dapat dikemukakan bahwa usaha bank selalu berkaitan dengan masalah keuangan, yaitu: menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Dengan demikian bank sebagai suatu badan berfungsi sebagai perantara keuangan (*financial intermediary*) dari dua pihak, yaitu pihak yang kelebihan dana (*surplus unit*) dan pihak yang kekurangan dana. (*defisit unit*). Hal ini juga yang menyebabkan lembaga bank disebut sebagai lembaga kepercayaan, artinya pihak yang kelebihan dana mempercayakan sepenuhnya kepada bank untuk mengelola dananya termasuk menyalurkannya kepada pihak yang kekurangan atau memerlukan dana berupa kredit. Wujud kepercayaan tersebut dalam bentuk tidak ikut campurnya pihak yang surplus unit dalam menentukan pihak defisit unit mana yang layak dipercaya.

Bank sebagai lembaga perantara keuangan, di samping harus tetap menjaga kepercayaan masyarakat dengan menjamin tingkat likuiditas juga harus beroperasi secara efektif dan efisien untuk mencapai tingkat *rentabilitas* (keuntungan) yang memadai. Kunci dari keberhasilan manajemen bank adalah bagaimana bank tersebut bisa merebut hati masyarakat sehingga peranannya sebagai *financial intermediary* (perantara keuangan) berjalan dengan baik. Salah satu hal

yang bisa merebut hati masyarakat adalah adanya kinerja bank yang baik. Bagi nasabah, mengetahui kinerja suatu bank dapat membantu mengambil keputusan apakah bank tersebut dapat dipercaya atau tidak.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden adalah salah satu Bank (BUMN) yang terletak di Kota Medan. Waktu penelitian dilaksanakan mulai pada bulan Juni 2021 – Agustus 2021.

3.2. Jenis Penelitian dan Sumber Data Penelitian

Berdasarkan cara memperolehnya maka sumber data yang diperoleh dari penelitian ini terdiri dari :

3.2.1 Data primer

Yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian. Data tersebut adalah data penyebaran kuesioner dan wawancara mengenai Kepuasan dan Kepentingan nasabah di Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden.

3.2.2 Data sekunder

Data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak manajemen. Data tersebut adalah data mengenai sejarah Bank Mandiri , data Nasabah Bank Mandiri Kcp Medan Citra Garden.

3.3 Defenisi Operasional

Definisi operasional (*Kountur 2007*) adalah suatu definisi yang memberikan penjelasan atas suatu variabel dalam bentuk yang dapat diukur. Definisi operasional ini memberikan informasi yang diperlukan untuk mengukur variabel yang akan diteliti. Dengan kata lain, definisi operasional adalah definisi yang dibuat oleh peneliti itu sendiri. Defenisi operasional penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 3.1

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Penelitian

No	Variabel	Defenisi	Alat Ukur
1	<i>Emphaty</i> (Perhatian)	Pihak Bank memahami masalah para Nasabah bertindak demi kepentingan Nasabah serta memberikan perhatian personal kepada para nasabah dan memiliki jam operasi yang nyaman. Pihak bank melayani dengan ketepatan dan kecepatan dalam melayani nasabah	1. Observasi 2. Kuesioner 3. Wawancara Nasabah
2	<i>Reliability</i> (Kehandalan/ Keterampilan Karyawan)	Kemampuan untuk memenuhi janji pelayanan yang dijanjikan dengan akurat tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.	1. Observasi 2. Kuesioner 3. Wawancara Nasabah
3	<i>Responsivness</i> (Daya Tanggap)	Menggambarkan keinginan karyawan untuk membantu nasabah dan menyediakan layanan yang cepat, tanggap dan tepat.	1. Observasi 2. Wawancara 3. Pihak Manajemen

Tabel 3.1 Defenisi Operasional Penelitian (Lanjutan)

No	Variabel	Defenisi	Alat Ukur
4	<i>Assurance</i> (Jaminan Kepastian)	Para pihak Manajemen Bank Mandiri mampu menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah.	1. Observasi 2. Kuesioner 3. Wawancara Pihak Manajemen
5	<i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	Berkenaan dengan daya tarik fasilitas , perlengkapan dan material, yang digunakan Bank , serta penampilan karyawan .	1. Observasi 2. Kuesioner 3. Wawancara Nasabah
6	Kepuasan Nasabah	Pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan nasabah	1. Observasi 2. Kuesioner 3. Wawancara Nasabah

3.4 Identifikasi Variabel Penelitian

3.4.1 Variabel Independen

Variabel independen ataupun variabel bebas dalam penelitian ini adalah:

1. Bukti Langsung, (Tangible), meliputi kebutuhan nnasabah dan pengunjung yang berfokus pada. Jasa yang berkaitan pada tampilan fisik antara lain, seperti : Gedung, Ruang tunggu, mematuhi protokol kesehatan, ketersediaan sanitazer, keberadaan toilet dan tempat parkir, serta penampilan karyawan bank yang rapi dan serta penampilan security.
2. Keterampilan/Kehandalan Karyawan (Reliability), yaitu kemampuan untuk memberikan apa yang telah disajikan segera, akurat, dan memuaskan nasabah melalui pemberian tindakan layanan pegawai bank .

3. Daya Tanggap (Responsiveness), yaitu seberapa besar tanggapan yang diberikan Teller, Customer Service, Security, untuk membantu nasabah dan pengunjung agar memberikan pelayanan..
4. Jaminan (Assurance), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki Teller, Customer Service, Security. Hal ini mencakup jaminan kepada nasabah dan pengunjung agar memberikan kenyamanan, keamanan serta menunjang agar reputasi yang dimiliki Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden dapat menjadi baik.
5. Empati (Emphaty), merupakan bentuk pelayanan dan perhatian yang secara personal diberikan Teller, Customer Service, Security untuk memudahkan komunikasi yang baik serta memahami keluhan nasabah dan pengunjung. Pengukuran menggunakan Skala Likert karena mencerminkan keseragaman

3.4.2 Variabel Dependen

Variabel dependen atau variabel terikat (variabel yang dipengaruhi) dalam penelitian ini yakni :

1. Kepuasan Nasabah

Pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan nasabah.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Perancangan teknik pengumpulan data menunjukkan bagaimana langkah yang diambil untuk mengumpulkan data yang akan digunakan dalam penelitian.

a. Pengamatan / Observasi

Pengamatan adalah metode pengumpulan data dengan cara mengadakan pengamatan langsung dilapangan. Peneliti melakukan pengamatan langsung di PT. Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden atau objek yang akan diteliti guna menentukan serta membuat daftar pertanyaan yang akan kita berikan kepada para konsumen untuk diisi.

b. Kuesioner

Kuesioner dalam penelitian ini sebagai acuan untuk melakukan pengumpulan data yang akan disebarkan kepada responden (Nasabah Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden) yang berisikan daftar pertanyaan atau pernyataan untuk diisi sesuai dengan penilaian mereka terhadap hal-hal yang kita ungkapkan.

c. Wawancara

Metode wawancara adalah cara pengumpulan data dengan mengadakan tanya jawab langsung dengan pihak karyawan Bank berkaitan dengan kualitas layanan fasilitas di Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden serta data yang kita perlukan.

d. Studi Pustaka

Hal ini yang bertujuan untuk melakukan atau memperoleh data sebagai data pendukung maupun tambahan dengan memperoleh data dengan cara tidak langsung atau disebut dengan data sekunder yaitu yang bersumber berupa literatur, buku, jurnal, dan informasi dari internet yang berkaitan dengan penelitian ini yaitu mengetahui tingkat kepuasan konsumen untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

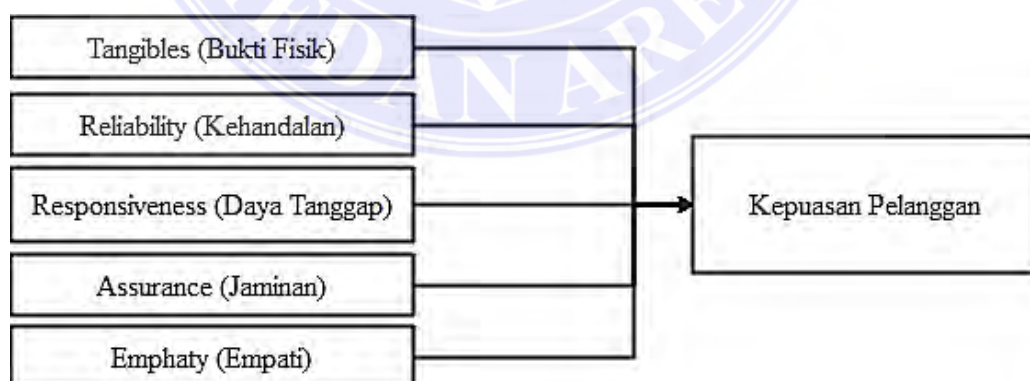
e. Dokumentasi

Yaitu data-data yang berupa gambar-gambar yang digunakan untuk lebih menjelaskan data-data yang telah diperoleh serta dengan dokumentasi maka akan lebih diketahui secara jelas bagaimana situasi dan kondisi dari lokasi penelitian.

Instrument yang digunakan dalam memperoleh data-data untuk *Fuzzy Servqual* dan *QFD* adalah kuesioner. Kuesioner adalah sebuah set pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian dan tiap-tiap pertanyaan mempunyai jawaban-jawaban yang mempunyai makna atau arti dalam menguji hipotesis. Syarat yang harus diperhatikan dalam menyusun suatu pertanyaan antara lain pertanyaan harus jelas dan tegas, disusun dengan urutan yang logis serta harus dimengerti oleh orang lain.

3.6 Kerangka Konseptual

Kerangka pemikiran digambarkan pada gambar 3.1 sebagai berikut :



Gambar 3.1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan gambar 3.1 diatas, menunjukan 5 dimensi yang mempengaruhi Kepuasan Nasabah, terdapat 5 dimensi beserta keinginan dari nasabah agar memenuhi kepuasan yaitu, bukti fisik (*Tangible*) yang diberikan dari pihak bank mandiri seperti suasana kantor yang rapi dan bersih, letak kantor yang strategis dan mudah dijangkau oleh nasabah. Kehandalan (*reliability*) yaitu pengetahuan, kemampuan dan kecakapan petugas bank baik dalam melayani nasabah, petugas bank menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh nasabah. Daya tanggap (*responsivness*) yaitu ketersediaan pegawai bank pada saat nasabah membutuhkan. Jaminan(*assurance*) bank mandiri menjain keamanan dan kerahasiaan data nasabah. Perhatian (*emphaty*) keinginan nasabah pada pelayanan yang cepat dan tanggap dan berperilaku sopan. Dari 5 dimensi diatas merupakan suatu keinginan nasabah agar merasa puas terhadap pelayanan dari Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden.

3.6.1 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah total dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu. Objek atau nilai disebut unit analisis atau elemen populasi (Iqbal Hasan, 202:83). Dalam pelaksanaan penelitian. Ruang lingkup populasi merupakan area yang amat luas batasannya sehingga penggunaan populasi sebagai instrument penelitian sangat sulit dilakukan. Oleh karena itu, untuk memenuhi kelayakan dalam pelaksanaan penelitian, ditentukan populasi sasaran (target populasi Populasi) yaitu populasi yang digunakan untuk mengenerelisasikan hasil penelitian adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini

adalah nasabah PT.Bank Mandiri Kcp Medan cabang citra garden tahun 2021 sampai bulan April sebanyak 1520 orang.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diambil melalui cara cara tertentu yang juga memiliki karakteristik tertentu. Jelas dan lengkap yang dianggap dapat mewakili populasi. Untuk menentukan ukuran sampel dalam penelitian ini dari populasi tersebut digunakan rumus slovin, dari jumlah populasi maka didapatkan sampel 100 orang.

3.6.2 Pengolahan Data

Mula-mula jawaban dari ketiga jenis kuesioner dibandingkan konsistensinya dengan melihat jawaban dalam setiap butir pertanyaan. Data dianggap telah memenuhi syarat (tidak terdapat cacat/ tidak sah karena hanya ada satu jawaban untuk masing-masing pertanyaan. Setelah tahap ini dilakukan tahapan sebagai berikut :

a. Uji Validitas

Untuk mengetahui sejauhmana ketepatan suatu alat ukur dalam melakukan pengukuran atas apa yang diukur.

b. Uji Reliabilitas

Untuk mengetahui ketepatan/ tingkat presisi suatu ukuran atau alat pengukur karena syarat untuk kualifikasi suatu instrumen pengukur adalah konsisten atau tidak berubah-ubah. Karena instrumen yang digunakan menggunakan jawaban berskala maka uji reliabilitas menggunakan *cronbach Alpha*.

c. Implementasi Metode Fuzzy Servqual

1. Menghitung *Fuzzyfikasi*

Mendapatkan nilai komposisi dari *fuzzy set* seluruh responden dengan menggunakan arithmetic mean untuk memperoleh skor bobot rata-rata

2. Menghitung *Defuzzyfikasi*

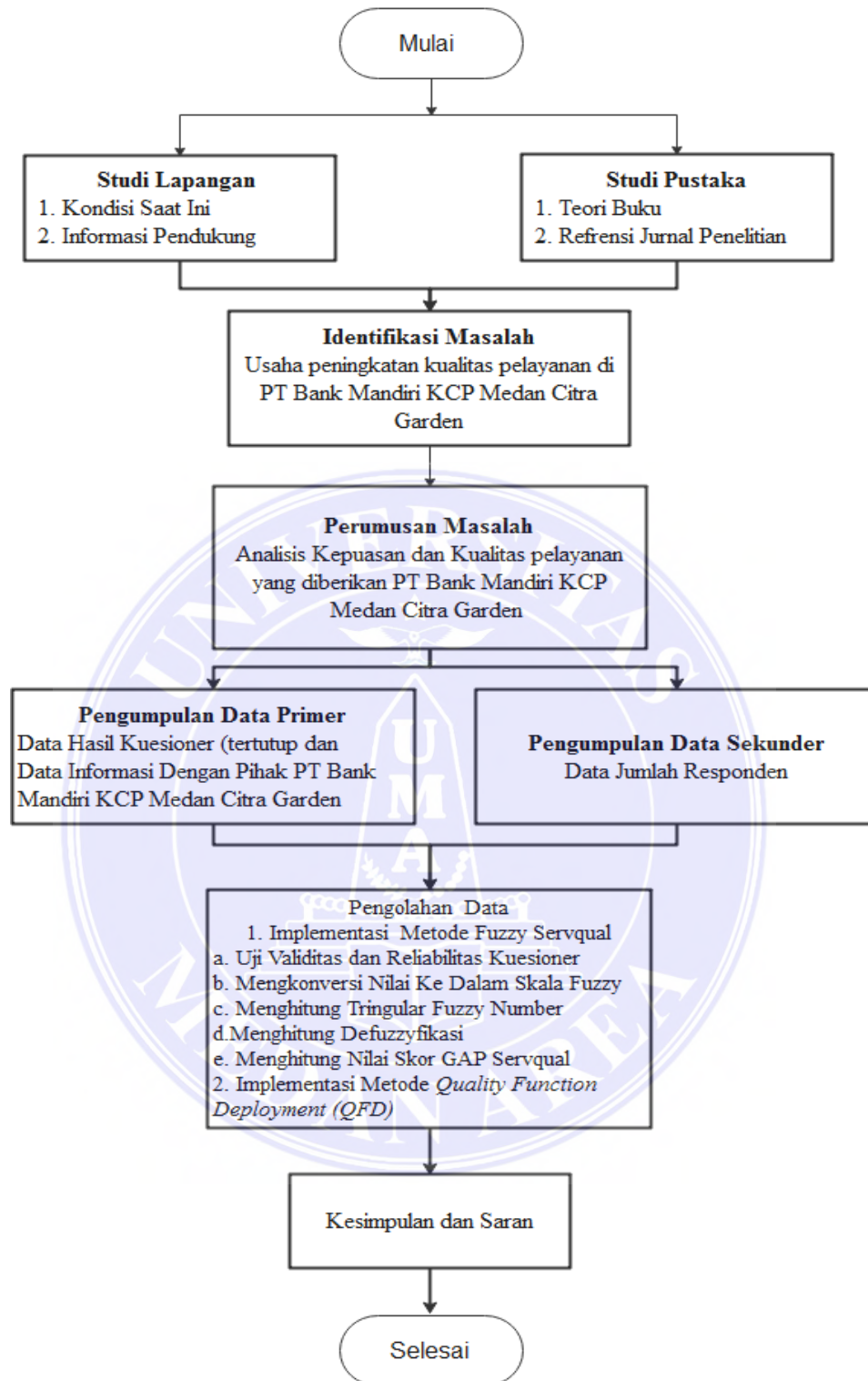
Rata – rata nilai a_i, b_i, c_i tersebut merupakan nilai *defuzzyfikasi* yang akan diformulasikan

3. Menghitung Nilai Skor GAP *Servqual*

Proses diatas diulang sampai seluruh atribut yang ada di persepsi dan harapan mendapatkan nilai *deffuzzifikasi* atau nilai tunggal tunggal. Nilai *gap performance* dihitung dari selisih antara nilai *deffuzzifikasi* yang ada antara skor variabel persepsi dan variabel harapan dari masing-masing atribut.

4. Implementasi Metode *Quality Function Deployment* (QFD)

Pembuatan Matrik House of Quality



Gambar 3.2 Blok Diagram Metodologi Penelitian

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Adapun kesimpulan dalam penelitian kali ini adalah :

1. Tingkat kepuasan nasabah di Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden lebih rendah jika dibandingkan dengan tingkat harapannya yaitu dengan nilai rata-rata (*mean*) 4,324 dan tingkat kepuasan yaitu dengan nilai rata-rata (*mean*) 4,142. Hal ini membuktikan bahwa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan di Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden masih di bawah harapan dan dapat ditingkatkan lagi.
2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden yang perlu ditingkatkan lagi adalah pada dimensi *Tangible* (Bukti Fisik) ditunjukkan pada kenyamanan dan keamanan lokasi dan tempat parkir yang disediakan dengan nilai -13,17 dan yang harus dipertahankan pada dimensi *Tangible* (Bukti Fisik) ditunjukkan pada penampilan petugas bank selalu rapi dan menggunakan masker dan sarung tangan dengan nilai 4,496 .
3. Hasil analisis *house of quality* QFD merekomendasikan beberapa usulan kualitas pelayanan unuk dilakukan perbaikan, yaitu memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap (15,12), pengarahan tentang pemberian pelayanan yang maksimal (14,63), melakukan evaluasi setiap bulan (12,89),memberikan pelatihan secara berkala(11,17), menjaga hubungan baik dengan nasabah (6,92), memaksimalkan tenaga pegawai (5,77), memvisualisasikan SOP yang ada (5,29), pembinaan moral dan sopan satun

4. (5,00), melakukan penilaian kinerja secara rutin (4,86), melakukan prosedur penataan dan pembersihan yang benar (4,66), mengoptimalkan fasilitas (3,75), melakukan prekrutan SDM yang berpotensi (3,70), melakukan seminar *public speaking* (3,22), melakukan inovasi secara berkala (1,66), dan penyediaan lahan temat parkir dan petugas keamanan (1,36).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka saran yang dapat diberikan kepada manajemen Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden sebagai pertimbangan untuk lebih meningkatkan kualitas jasa pelayanannya yaitu:

1. Dari penilaian rata-rata mean dimensi kualitas jasa pelayanan pada tingkat *performance* atau kinerja Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden diketahui bahwa dimensi *responsiveness* dan *reliability* mendapatkan nilai tingkat *performance* atau kinerja yang paling rendah yaitu - 5,88 dan -4,42 dibanding dimensi lainnya, sehingga dimensi ini memerlukan perhatian lebih untuk mendapatkan upaya-upaya perbaikan dengan tujuan untuk meningkatkan Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden .
2. Dari hasil penilaian persyaratan konsumen didapat hasil bahwa kinerja Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden secara keseluruhan dinilai cukup baik oleh nasabah, namun masih terdapat kekurangan. Sebaiknya pihak Bank Mandiri KCP Medan Citra Garden melakukan upaya perbaikan dalam memberikan pelayanan salah satunya dengan memperluas tempat parkir, memberi penjaga parkir dan memperbaiki ruang tunggu nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Deviana, Suyoto, Mahjudin, dan Fery Adhy Permana. 2021. Analisis Mutu Pelayanan Pendidikan Dengan Model *Service Quality*. Jurnal Riset Entrepreneurship. Vol. 4 No. 1.
- Firliana, Rina, dkk. 2016. Sistem Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Service Quality (SERVQUAL). Seminar Nasional Teknologi Informatika dan Multimedia. ISSN: 2302-3805.
- Kartika, Nanny Fajar dan Suprayogi. 2017. Implementasi *Fuzzy - Service Quality* Terhadap Tingkat Kepuasan Layanan Mahasiswa. Vol. 7, No. 1.
- Kotler, Philip. 2002. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Prenhallindo.
- Ligoresi, Roswita Romana, dkk. 2017. Penerapan Metode Fuzzy Service Quality (Servqual) Untuk Menganalisa Kepuasan Pelayanan Pendidikan Pada Jurusan Ilmu Komputer Fakultas Sains Dan Teknik Universitas Nusa Cendana. Vol. 5 No. 2.
- Puspitasari, Nia B., Hery S., Laila K. 2010. Analisis Kualitas Pelayanan dengan Menggunakan *Integrasi Importance Performance Analysis (IPA) dan Model Kano*. Jurnal Teknik Industri Universitas Diponegoro, Vol. 5 No. 3.
- Puspitasari, Shella Anindya, Lukmandono. 2019. Analisis Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Kano dan *Quality Function Deployment* (Studi Kasus PT.Bank X . Jurnal SENOPATI. Vol.1 No.1
- Sugiyono. 2006. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian dan Pengembangan. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2016. Statistika Untuk Penelitian. Bandung : Alfabeta
- Supranto. 2001. “Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar”, Penerbit Rineka Cipta, Jakarta 230 – 243.
- Wibisono, Deny. 2018. Analisis Kualitas Layanan Pendidikan Dengan Menggunakan Integrasi Metode Servqual dan QFD. Vol 10, No.1.
- Widyarto, Wahyu Oktri dkk. 2018. Analisis Kualitas Pelayanan Publik dengan Metode *Fuzzy-Service Quality (F-Servqual)* dan *Index Potential Gain Customer Value (IPGCV)*. Jurnal Sistem dan Manajemen Industri Vol. 2 No 2.
- Wullur, Magdalena, dkk. 2017. Analisis Manajemen Kualitas Layanan Pendidikan Di Kota Tomohon. Jurnal EMBA. Vol .5 No.2

PENGUKURAN TINGKAT KEPENTINGAN DAN TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN DI PT. BANK MANDIRI KCP MEDAN CITRA GARDEN.

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET :

Berilah tanda centang (√) pada kolom yang anda pilih sesuai dengan yang anda rasakan dari pelayanan pada PT. Bank mandiri kcp Medan Citra Garden.

Dengan pilihan jawaban berikut :

Untuk tingkat kepentingan yaitu :

5 = Sangat Penting

4 = Penting

3 = Cukup Penting

2 = Kurang Penting

1 = Tidak Penting

Untuk tingkat Kepuasan :

5 = Sangat Puas

4 = Puas

3 = Cukup Puas

2 = Kurang Puas

1 = Tidak Puas

Tingkat Kepentingan					Pernyataan	Tingkat Kepuasan				
SP	P	CP	KP	TP		SP	P	CP	KP	TP
5	4	3	2	1		5	4	3	2	1
VARIABEL PERHATIAN (EMPHATY)										
					1. Petugas bank penuh perhatian dan sabar dalam melayani nasabah.					
					2. Setiap keluhan pelanggan selalu ditanggapi dan diselesaikan dengan baik.					
					3. Petugas bank bersifat ramah dan sopan dalam melayani nasabah.					
					4. Kecepatan dan ketepatan dalam melayani nasabah.					
					5. Pelayanan yang profesional, ramah dan tanggap dalam membantu permasalahan nasabah.					

VARIABEL KETERAMPILAN/KEHANDALAN KARYAWAN (RELIABILITY)									
					6. Penguasaan petugas bank terhadap produk secara baik.				
					7. Pengetahuan, kemampuan dan kecakapan petugas bank baik dalam melayani nasabah				
					8. Petugas bank menggunakan bahasa yang mudah dimengerti oleh nasabah.				
					9. Petugas bank berusaha mengenal nasabah dan memahami kebutuhan mereka.				
					10. Petugas bank melayani transaksi dengan cepat, tepat dan efisien.				
					11. Keterampilan dan kejujuran petugas bank dalam memberikan pelayanan kepada nasabah.				
VARIABEL BUKTI FISIK (TANGIBLES)									
					12. Letak kantor yang strategis dan mudah dijangkau nasabah.				
					13. Suasana kantor yang rapi dan bersih.				
					14. Kenyamanan ruang tunggu nasabah.				
					15. Penganturan antrian yang efisien.				
					16. Tersedianya fasilitas yang menarik, nyaman, bersih serta aman untuk digunakan (seperti: Mesin ATM, Wifi, Toilet) dan memiliki jaringan yang luas.				

					17. Kenyamanan dan keamanan lokasi dan tempat parkir yang disediakan.					
					18. Penampilan petugas bank selalu rapi dan bersih.					
VARIABEL DAYA TANGGAP (RESPONSIVNESS)										
					19. Ketersedian pegawai pada saat nasabah membutuhkan.					
					20. Pegawai bank memberikan informasi yang jelas dan mudah dimengerti nasabah					
					21. Adanya reward atau hadiah yang menarik kepada nasabah setia.					
					22. Kemudahan dalam bertransaksi, pengisian dan penggunaan formulir yang mudah.					
					23. Biaya administrasi yang terjangkau.					
					24. Tersedianya fasilitas dan fitur yang dan fitur yang menarik (sms banking, internet banking, token, e-channel).					
VARIABEL JAMINAN (ASSURANCE)										
					25. Bank mandiri menjamin kepuasan nasabah dalam bertransaksi.					
					26. Petugas bank dapat menanamkan kepercayaan dan rasa aman kepada nasabah.					
					27. Bank mandiri dapat menyimpan data dengan benar dan akurat.					
					28. Keamanan dana					

					yang disimpan bank mandiri.					
					29. Keamanan dokumen-dokumen nasabah yang disimpan di bank.					
					30. Keamanan dan kerahasiaan data nasabah.					



