

ABSTRAK

PT Bank Nusantara Parahyangan, Tbk. (Bank BNP), merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan. Sedikit berbeda dengan cabang lainnya, Bank BNP Cabang Maranatha lebih banyak melayani kebutuhan nasabah yang sekaligus juga merupakan mahasiswa Universitas Kristen Maranatha (UKM). Meski lokasinya bersebelahan dengan gedung UKM, namun Bank BNP Cabang Maranatha harus bersaing ketat dengan delapan bank lainnya yang juga berada di sepanjang jalan Suria Sumantri Bandung.

Penelitian dilakukan untuk meneliti atribut pelayanan apa saja yang diinginkan nasabah serta bagaimana manajemen BNP merespon keinginan tersebut melalui karakteristik teknis yang dimilikinya, sehingga kebutuhan nasabah dapat terpenuhi. Pendekatan yang digunakan dalam menuangkan keinginan konsumen ke dalam suatu spesifikasi jasa yaitu *Quality Function Deployment* (QFD). Sedangkan alat yang digunakan yakni matriks *House of Quality* (HOQ).

Matriks HOQ memiliki 6 ruang utama, dimana data untuk masing-masing ruangan diperoleh antara lain melalui wawancara, penyebaran kuesioner, serta pengolahan data kuantitatif. Penyebaran kuesioner dilakukan terhadap 100 responden (99 kuesioner yang dapat diolah). Selanjutnya data yang terkumpul tersebut diuji validitas dan reliabilitasnya dengan menggunakan *software* SPSS versi 11.5.

Ruangan enam (*6th Room*) matriks HOQ menyajikan informasi mengenai lima karakteristik teknis utama yang perlu mendapat prioritas perbaikan, yaitu profesionalitas karyawan, standardisasi keamanan gedung, perhatian kepada nasabah, *lay-out* ruangan, serta standardisasi kebersihan gedung. Dengan memprioritaskan perbaikan pada kelima karakteristik teknis tersebut, diharapkan keinginan nasabah dapat lebih terpenuhi.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran	6

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Manajemen Operasi	13
2.1.1 Definisi Manajemen Operasi	13
2.1.2 Sepuluh Keputusan Manajemen Operasi	14
2.1.3 Perkembangan Manajemen Operasi	15
2.2 Jasa	16
2.2.1 Definisi Jasa	16

2.2.2 Karakteristik Jasa	16
2.2.3 Klasifikasi Jasa	17
2.2.4 Prinsip-prinsip Manajemen Jasa	18
2.2.5 Keterpaduan antar Konsep Pemasaran, Sumber Daya Manusia, dan Operasi	19
2.3 Kualitas	
2.3.1 Definisi Kualitas	20
2.3.2 <i>Service Quality</i> (SERVQUAL)	22
2.3.2.1 <i>Service Quality Model</i>	23
2.3.3 Dimensi Kualitas Jasa	27
2.4 <i>Quality Function Deployment</i> (QFD)	28
2.4.1 Definisi QFD	28
2.4.2 Kegunaan QFD	30
2.4.3 Matriks QFD	32
2.4.4 Membangun <i>House of Quality</i> (HOQ)	33

BAB III OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian	36
3.1.1 Visi dan Misi BNP	36
3.1.2 Sejarah Singkat BNP	36
3.1.3 Bisnis dan Jasa-jasa	38
3.2 Metodologi Penelitian	39
3.2.1 Jenis Penelitian	39

3.2.2 Metode Penelitian	39
3.2.3 Populasi dan Sampel	40
3.2.4 Metode Pengumpulan Data	42
3.2.5 Operasionalisasi Variabel	43
3.2.6 Metode Analisis Data	45
3.2.6.1 Analisis Validitas Data	45
3.2.6.2 Analisis Reliabilitas Data	45

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian	46
4.1.1 Profil Responden	46
4.1.2 Pengujian Kuesioner	49
4.1.2.1 Uji Validitas	49
4.1.2.2 Uji Reliabilitas	54
4.2 Membangun <i>House of Quality</i>	55
4.2.1 <i>Customer Needs (1st Room)</i>	55
4.2.2 <i>Planning Matrix (2nd Room)</i>	56
4.2.2.1 <i>Importance to Customer</i>	56
4.2.2.2 <i>Customer Satisfaction Performance</i>	59
4.2.2.3 <i>Competitive Satisfaction Performance</i>	61
4.2.2.4 <i>Goal</i>	64
4.2.2.5 <i>Improvement Ratio</i>	65
4.2.2.6 <i>Sales Point</i>	68

4.2.2.7 <i>Raw Weight</i>	70
4.2.2.8 <i>Normalized Raw Weight</i>	72
4.2.3 <i>Technical Renponse (3rd Room)</i>	73
4.2.4 <i>Relationship (4th Room)</i>	75
4.2.5 <i>Technical Correlation (5th Room)</i>	77
4.2.6 <i>Technical Matrix (6th Room)</i>	78
4.2.6.1 <i>Contribution</i>	78
4.2.6.2 <i>Company Performance</i>	79
4.2.6.3 <i>Competitive Performance</i>	80
4.2.6.4 <i>Target</i>	82
4.2.6.5 <i>New Improvement Ratio</i>	83
4.2.6.6 <i>Normalized Contribution</i>	85
4.2.6.7 <i>Priority</i>	86
4.3 <i>Tanggapan Perusahaan</i>	87
4.4 <i>Matriks House of Quality</i>	88

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 <i>Kesimpulan</i>	90
5.2 <i>Saran</i>	92

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Prinsip-prinsip Manajemen Jasa	18
Tabel 3.1	Penggolongan Nasabah Berdasarkan Jenis Rekening	41
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel Atribut Pelayanan	43
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	47
Tabel 4.3	Profil Responden Berdasarkan Fakultas	47
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarkan Status Nasabah atau Sekedar Pengguna Layanan Bank BNP (Non-Nasabah)	48
Tabel 4.5	Hasil Pengujian Validitas Kuesioner Tingkat Kepentingan	49
Tabel 4.6	Hasil Pengujian Validitas Kuesioner Tingkat Pemenuhan Kebutuhan Nasabah pada Bank BNP Cabang Maranatha	51
Tabel 4.7	Hasil Pengujian Validitas Kuesioner Tingkat Pemenuhan Kebutuhan Nasabah pada Bank BCA Cabang Suria Sumantri	52
Tabel 4.8	Hasil Pengujian Reliabilitas Kuesioner	54
Tabel 4.9	<i>Customer Needs (1st Room)</i>	55
Tabel 4.10	Ukuran Skala Tingkat Kepentingan	56
Tabel 4.11	<i>Importance to Customer</i>	57
Tabel 4.12	Ukuran Skala Tingkat Pemenuhan Kebutuhan Nasabah	59
Tabel 4.13	<i>Customer Satisfaction Performance: Bank BNP Cabang Maranatha</i>	60

Tabel 4.14 <i>Customer Satisfaction Performance: Bank BCA</i>	
Cabang Suria Sumantri	62
Tabel 4.15 Perbandingan Tingkat Pemenuhan Kebutuhan Nasabah di BNP dan BCA Beserta <i>Goal</i> yang Ingin Dicapai	64
Tabel 4.16 Interpretasi Nilai <i>Improvement Ratio</i>	65
Tabel 4.17 <i>Improvement Ratio: Atribut Pelayanan</i>	66
Tabel 4.18 Kriteria <i>Sales Point</i>	68
Tabel 4.19 <i>Sales Point: Atribut Pelayanan</i>	69
Tabel 4.20 <i>Raw Weight: Atribut Pelayanan</i>	71
Tabel 4.21 <i>Normalized Raw Weight: Atribut Pelayanan</i>	72
Tabel 4.22 <i>Technical Response (3rd Room)</i>	73
Tabel 4.23 Simbol Arah Perbaikan	74
Tabel 4.24 Arah Perbaikan Karakteristik Teknis	75
Tabel 4.25 Tingkat Hubungan ‘ <i>Whats</i> ’ dan ‘ <i>How</i> ’	75
Tabel 4.26 <i>Relationship Matrix (4th Room)</i>	76
Tabel 4.27 Simbol dan Sifat Hubungan	77
Tabel 4.28 <i>Technical Correlation Matrix (5th Room)</i>	77
Tabel 4.29 <i>Contribution: Karakteristik Teknis</i>	78
Tabel 4.30 <i>Company Performance: Karakteristik Teknis</i>	79
Tabel 4.31 <i>Competitive Performance: Karakteristik Teknis</i>	81
Tabel 4.32 Perbandingan antara <i>Company Performance</i> dengan <i>Competitive Performance</i> Beserta Target yang Ingin Dicapai	82
Tabel 4.33 <i>New Improvement Ratio: Karakteristik Teknis</i>	83

Tabel 4.34 <i>Normalized Contribution</i> : Karakteristik Teknis	85
Tabel 4.35 <i>Priority</i>	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Gambar dan Isi Ruangan dalam <i>House of Quality</i>	9
Gambar 1.2	Bagan Kerangka Pemikiran	12
Gambar 2.1	<i>Integrating Three Functional Concepts</i>	20
Gambar 2.2	<i>Service Quality Model</i>	24
Gambar 2.3	Hubungan antar Matriks	32
Gambar 2.4	Gambar dan Isi Ruangan dalam <i>House of Quality</i>	33
Gambar 4.1	Bagan <i>House of Quality</i> Secara Lengkap	89

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner
- Lampiran 2 Jawaban Responden atas Kuesioner Tingkat Kepentingan
- Lampiran 3 Jawaban Responden atas Kuesioner Tingkat Pemenuhan
Kebutuhan Nasabah pada Bank BNP Cabang Maranatha
- Lampiran 4 Jawaban Responden atas Kuesioner Tingkat Pemenuhan
Kebutuhan Nasabah pada Bank BCA Cabang Suria Sumantri
- Lampiran 5 Hasil Pengujian Validitas Kuesioner
- Lampiran 6 Hasil Pengujian Reliabilitas Kuesioner
- Lampiran 7 Berita Acara Bimbingan
- Lampiran 8 Jadwal Pelaksanaan Penelitian