

SKRIPSI

**KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* PADA BANK
PT. CIMB NIAGA MAKASSAR DALAM MENJAMIN KEPUASAN NASABAH**



FANNY SUSANTI RAFIQ

Nomor Pokok Mahasiswa : 2011.133.00.0027

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA

SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI

LEMBAGA ADMINISTRASI NEGARA

MAKASSAR

2018

**SKRIPSI
PENGESAHAN**

**KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* PADA BANK
PT. CIMB NIAGA MAKASSAR DALAM MENJAMIN KEPUASAN NASABAH**

Disusun dan Diajukan Oleh
FANNY SUSANTI RAFIQ

Nomor Pokok Mahasiswa : 2011.133.00.0027

Telah Dipertahankan Di Depan Panitia Ujian Skripsi

Pada Tanggal 04 Januari 2018

Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat

Menyetujui,



Dr. Rohana Thahier, M.Pd

Pembimbing

Mengetahui,

Ketua STIA LAN Makassar



Prof. Amir Imbaruddin, MDA., Ph.D.

NIP. 19640706 199303 1 001

SKRIPSI

HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI

JUDUL : KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE PADA BANK PT. CIMB NIAGA MAKASSAR DALAM MENJAMIN KEPUASAN NASABAH

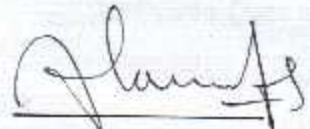
Pada hari ini, Kamis, 04 Januari 2018 telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa atas nama **Fanny Susanti Rafiq** dengan Nomor Pokok 2011.133.00.0027

Telah menyempurnakan skripsi sesuai saran dan rekomendasi Tim Penguji, jika setiap anggota penguji menanda tangani persetujuan di bawah ini :

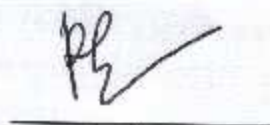
Ketua Tim : Dr. Halim, SH, MH



Sekretaris : Dr. Alam Tauhid Syukur, S.Sos, M.Si



Anggota : Dr. Rohana Thahier, M.Pd



SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa sesungguhnya :

1. Karya Tulis saya berupa SKRIPSI, saya ajukan untuk mendapatkan gelar akademik SARJANA (S1) di STIA LAN Makassar, merupakan karya asli saya dan belum pernah diajukan oleh siapapun juga maupun pada perguruan tinggi lainnya.
2. Adapun pada karya tulis saya, terdapat tulisan yang saya kutip dan jelas disebutkan nama pengarang serta tercantum dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan ataupun ketidak benaran maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar dan sanksi lainnya sesuai ketentuan yang berlaku.

Makassar, 4 - 1 - 2018.

Yang menyatakan,



FANNY SUBANTI RAFIQ.
NPM. 2011.133.00.0027.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini dibuat oleh penulis guna memenuhi salah satu persyaratan mengikuti ujian Kesarjanaan Strata Satu (S1) pada Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Lembaga Administrasi Negara Makassar.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis mengalami berbagai hambatan. Namun, berkat bantuan dan bimbingan dari Ibu Dr. Rohana Thahier, M.Pd serta doa dan dukungan dari keluarga dan teman-teman, juga kerja keras dan semangat yang pantang menyerah dari penulis akhirnya berbuah hasil dengan menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Penulis menyadari Skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis membuka diri untuk menerima masukan berupa saran dan kritikan untuk perbaikan Skripsi ini.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapat banyak bimbingan, spirit serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya, teruntuk kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Amir Imbaruddin, MDA, Ph.D, selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Lembaga Administrasi Negara Makassar.
2. Kedua orang tua Penulis Ibunda Ratna Rafiq dan Ayahanda Muh. Rafiq Fattah, suami A.Ade Wirya M serta sahabat Nurfaedah yang senantiasa selalu

memberikan dukungan, doa, serta motivasi kepada Penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

3. Ibu Dr. Rohana Thahier, M.Pd, selaku pembimbing dalam penulisan skripsi.
4. Dosen dan seluruh pegawai Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Lembaga Administrasi Negara Makassar yang telah memberikan dukungan.
5. Bapak Kuntaro Shianto, selaku Cluster Head dari Bank CIMB Niaga Makassar
6. Sahabat-sahabatku tersayang & pihak-pihak yang turut berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.

Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi civitas akademik program studi MSDM STIA-LAN Makassar pada khususnya dan seluruh pembaca pada umumnya. Semoga segala bantuan yang penulis terima mendapat limpahan rahmat dari Allah SWT. Amin.

Makassar, 2 November 2017

Penulis

Fanny Susanti Rafiq

INTISARI

FANNY SUSANTI RAFIQ, NPM : 2011.133.00.0027

KUALITAS PELAYANAN CUSTOMER SERVICE PADA PT. BANK CIMB NIAGA MAKASSAR DALAM MENJAMIN KEPUASAN NASABAH

Skripsi 84 Halaman

Pembimbing : Dr. Rohana Thahier, M.Pd

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas pelayanan *Customer Service* pada Bank CIMB Niaga Makassar Dalam Menjamin Kepuasan Nasabah. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kuantitatif dimana pegawai Bank CIMB Niaga Makassar yang berjumlah 180 orang sebagai populasinya. Sampel penelitian ini berjumlah 100 orang dengan menggunakan penentuan sampel pada rumus *Slovin* dengan tingkat kesalahan 10%. Dengan penentuan sampel menggunakan tehnik random sampling.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penilaian responden mengenai kualitas pelayanan *customer service* pada Bank CIMB Niaga Makassar dalam menjamin kepuasan nasabah yaitu dilihat dari *Tangible* (bukti langsung) cukup berpengaruh dalam kualitas pelayanan *customer service* hal ini dilihat dari kondisi bangunan dan kelengkapan pekerjaan serta kenyamanan nasabah dalam menunggu antrian di *customer service* sangat tidak membosankan, karamahan karyawan juga salah satu factor kenyamanan nasabah. Dilihat dari *Emphaty* masuk ke dalam kategori berpengaruh yang dimana setiap *customer service* Bank CIMB Niaga Makassar memberikan keramah-tamahan dan kesopan-santunan, yang merupakan modal utama bagi *customer service* untuk menarik perhatian nasabahnya. Mengucapkan salam, tersenyum dan berbicara dengan intonasi yang baik. Hal tersebut merupakan strategi yang dilakukan oleh *customer service* untuk menimbulkan perhatian, memberi kartu ucapan hari raya, serta menjelaskan terlebih dahulu keuntungan produk yang di tawarkan oleh nasabah. Dilihat dari *Responsiveness* (daya tanggap) ini berpengaruh terhadap kualitas pelayanan yang dimana setiap *customer service* sudah dibekali dengan training dan pelatihan sehingga sesuai dengan *Standar Operational Prosedure* (SOP) sehingga nasabah merasa apa yang diinfokan *customer service* mendapatkan kejelasan informasi yang diterima. Kecepatan dalam menyelesaikan masalah, serta mengerti apa keinginan nasabah. Kualitas pelayanan *customer service* dengan aspek *Realibility* (kehandalan) sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan, yang dimana nasabah dapat menikmati layanan transaksi 24 jam lewat *phone banking*, bisa akses dari rumah saja tidak perlu harus ke kantor lewat *handphone* ataupun telepon rumah, ketepatan waktu layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.

Aspek Assurance berpengaruh terhadap kualitas pelayanan *customer service* pada Bank CIMB Niaga ini disebabkan karena *customer service* pada bank CIMB Niaga Makassar memiliki sifat jujur dan dapat dipercaya dan dapat menjamin kerahasiaan dari transaksi yang dilakukan serta dapat menyelesaikan masalah dengan tepat waktu. Serta mampu memahami kebutuhan nasabah dan memberikan perhatian. Meskipun secara keseluruhan kualitas pelayanan *customer service* pada Bank CIMB Niaga Makassar baik. Namun pada hasil kuesioner diketahui masih ada beberapa nasabah yang memilih kurang baik atau kurang berpengaruh sehingga hal tersebut mengindikasikan bahwa masih perlu dilakukan perbaikan dan peningkatan kualitas pelayanan pada *customer service* Bank CIMB Niaga Makassar dalam menjamin kepuasan nasabah. Dalam hal ini perlu adanya inovasi-inovasi baru yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan dari Bank CIMB Niaga itu sendiri.

DAFTAR ISI

Lembar Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Kata Pengantar	iii
Intisari	v
Daftar Isi	vi
Daftar Tabel	viii
Daftar Gambar	xi

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4

BAB II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori	5
B. Definisi Operational variabel	19
C. Kerangka Pikir	21
D. Pertanyaan Penelitian	22

BAB III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian	23
B. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	24

C. Teknik Pengumpulan Data	26
D. Instrument Pengumpulan Data	28
E. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data	30

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deakripsi Lokasi Penelitian	32
B. Struktur Organisasi	41
C. Deskripsi Hasil Penelitian	42

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	72
B. Saran	74

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PE NULIS

DAFTAR TABEL

No	Tabel	Hal
Tabel 1.1	Kondisi Pelaratan Standarisasi Peralatan yang dimiliki Bank CIMB Niaga Makassar	43
Tabel 1.2	Kondisi Gedung, Kenyamanan & kebersihan Fasilitas Fisik Bank CIMB Niaga Makassar	44
Tabel 1.3	Kondisi Sumber Daya Manusia, Kerapihan & Keramahan Staff di Bank CIMB Niaga Makassar	45
Tabel 1.4	Bank CIMB Niaga Memiliki Media Transaksi Seperti Brosur Dan Formulir yang Lengkap	46
Table 2.1	Karyawan Bank CIMB Niaga Makassar Memberi Perhatian Yang Lebih Kepada Nasabah	47
Tabel 2.2	Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Makassar Membuat Kartu Ucapan Hari Raya dan Tahun Baru bagi Nasabah yang Merayakannya	49
Tabel 2.3	Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Makassar Melakukan Komunikasi yang Baik Dalm Hal Surat-menyurat ataupun Komunikasi Melalui Telepon	50
Table 2.4	Bagi Nasabah Baru Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Makassar Terlebih Dahulu Menjelaskan Mengenai Keuntungan Produk.....	51
Tabel 3.1	Kejelasan Informasi yang Diterima Nasabah	53
Table 3.2	Ketersediaan staff/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi oleh Nasabah	54

Tabel 3.3	Kecepatan-tanggapan Staff dalam Melayani Nasabah ...	55
Tabel 3.4	Karyawan Bank CIMB Niaga Senantiasa Menyediakan Administrasi ataupun Dana yang Dibutuhkan Nasabah ...	56
Tabel 4.1	Nasabah PT. Bank CIMB Niaga dapat Menikmati Layanan Phone Banking Selama 24 Jam	57
Tabel 4.2	Ketepatan Waktu Layanan Sesuai Dengan Waktu Yang Dijanjikan	58
Tabel 4.3	Kesiapan Karyawan Didalam Melayani Nasabah	60
Table 4.4	Karyawan PT. Bank CIMBN Niaga Terlebih Dahulu Meminta Maaf Kepada Nasabah Apabila Terpaksa Harus Menunggu karena Karyawan Tersebut Sedang Melaksanakan Transaksi	61
Tabel 5.1	Karyawan PT. Bank Cimb Niaga memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang ditawarkan oleh PT. Bank CIMB Niaga Makassar	62
Tabel 5.2	Karyawan Bank CIMB Niaga Makassar selalu Membina Hubungan Baik dengan Nasabah	63
Tabel 5.3	Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Menangani Seluruh Produk Bank Cimb Niaga Lainnya kepada Nasabah	64
Tabel 5.4	Bagi Nasabah Baru, Karyawan PT. Bank CIMB Niaga Terlebih Dahulu Selalu Menjelaskan Keuntungan Jenis Produk yang Ditawarkan	65

Table 6.1	Layanan yang Diberikan pada PT.Bank CIMB Niaga, Sesuai dengan Nasabah yang Harapkan	67
Table 6.2	Bank CIMB Niaga Makassar telah Memberikan Layanan Terbaik kepada Nasabah	68
Table 6.3	Respon Nasabah Telah Memberikan Keputusan yang Bijaksana untuk Menggunakan Layanan Produk PT. Bank CIMB Niaga Makassar	69
Table 6.4	Nasabah Merasa Puas Menjadi Pelanggan Bank CIMB Niaga Dibanding dengan Bank Lain	70

DAFTAR GAMBAR

No	Gambar	Hal
Gambar 1	Kerangka Pikir	22
Gambar 2	Struktur Organisasi	42

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi yang semakin maju ditandai oleh revolusi teknologi informasi komunikasi dan teknologi informasi mengakibatkan terjadinya perubahan yang luar biasa. Dengan adanya kemudahan yang diperoleh dari komunikasi dan informasi, muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat pelanggan makin banyak pilihan dan semakin sulit untuk dipuaskan karena terjadi pergeseran yang semula untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah hasil penilaian pelanggan terhadap apa yang diharapkannya. Harapan tersebut dibandingkan dengan persepsi pelanggan terhadap kenyataan dan harapan yang mereka terima/peroleh dari perusahaan. Jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu, apabila kenyataan sama dengan apa yang diharapkan maka layanan tersebut memuaskan.

Kebutuhan dan keinginan pelanggan semakin meningkat dan beraneka ragam sehingga produsen semakin sulit untuk memuaskan kebutuhannya. Maka dari itu pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar dapat mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan yang telah dirasakan pelanggan.

Salah satu untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan adalah dengan melalui pelayanan yang diberikan oleh konsumen, tingkat kualitas pelayanan tindakan hanya dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan tetapi juga harus dipandang dari sudut penilaian pelanggan. Menyadari pentingnya kualitas jasa maka hal ini perlu di terapkan pada perusahaan yang bergerak dibidang lembaga keuangan perbankan tepatnya pada PT. Cimb Niaga Makassar, karena sebagaimana diketahui pada saat ini lembaga keuangan perbankan merupakan salah satu tulang punggung Negara dalam menstabilkan kondisi keuangan. Perbankan dalam oprasionalnya dengan cara menghimpun dana dari masyarakat.

Melihat peran pokok yang sangat penting sebagai lembaga perantara keuangan seperti mana yang telah dijelaskan, maka hal dasar yang harus dibutuhkan oleh pihak perbankan saat ini untuk menjalankan peran penting tersebut adalah dengan menjalankan kualitas pelayanan yang terdiri dari :

- a. *Tangible* (bukti langsung) yang meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.
- b. *Emphaty* yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian yang tulus terhadap kebutuhan nasabah.
- c. *Responsivenees* (daya tanggap)yaitu keinginan para staff untuk membantu para nasabah dan memberikan pelayanan dengan tanggap
- d. *Reability* (kehandalan) yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.

- e. *Assurance* (jaminan) yaitu mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan.

Kelima dimensi kualitas jasa tersebut sangat penting diperhatikan oleh setiap perusahaan, apalagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa.

Oleh karena itu dengan pentingnya kualitas jasa, maka penulis tertarik untuk mengangkat tema ini dengan memilih judul yaitu **“Kualitas Pelayanan Customer Service Pada Bank PT. Cimb Niaga Makassar Dalam Menjamin Kepuasan Nasabah”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka masalah pokok yang diajukan adalah bagaimanakah kualitas pelayanan *customer service* pada bank PT. Cimb Niaga Makassar dalam menjamin kepuasan nasabah di tinjau dari dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible* (bukti langsung), *Empathy*, *Responsiveness* (daya tanggap), *Reability* (kehandalan), *Assurance* (jaminan) ?

C. Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis kualitas pelayanan *customer service* pada bank PT. Cimb Niaga Makassar dalam menjamin kepuasan nasabah dengan baik yang di tinjau dari dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible* (bukti langsung), *Empathy*, *Responsiveness* (daya tanggap), *Reability* (kehandalan), *Assurance* (jaminan)?

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

a. Manfaat bagi dunia akademik

Bahwa hasil penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi yang dapat membantu rekan-rekan mahasiswa (i) dan pihak-pihak lain yang berkepentingan dalam penelitian sejenis dan dapat menambah pengetahuan mengenai masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan.

b. Manfaat bagi dunia praktis

Bahwa hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran berupa solusi dan tindakan yang harus dilakukan untuk memberikan informasi pentingnya kualitas pelayanan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. TINJAUAN TEORI

1. Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu fungsi perusahaan yang tidak kalah pentingnya jika dibandingkan dengan fungsi-fungsi perusahaan yang lainnya, bahkan keberhasilan perusahaan sering di identikkan dengan keberhasilan pemasaran yang digunakan sebagai tolak ukur perusahaan tersebut, namun kegiatan perusahaan tidaklah lengkap tanpa fungsi-fungsi perusahaan yang lain seperti produk, keuangan dan personalia. Banyak definisi perusahaan yang dikemukakan para ahli, namun bila dibandingkan satu dengan yang lainnya maka pada dasarnya dan tujuannya adalah sama. Dalam memberikan pengertian pemasaran, penulis mengutip pendapat para ahli pemasaran sebagai berikut :

Kotler (2008:6) mengemukakan bahwa : “pemasaran adalah suatu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.”

Hermawan kertajaya dalam alma (2009:2) menekankan bahwa sebagai visi, pemasaran harus menjadi suatu konsep bisnis strategis yang bisa memberikan kepuasan yang berkelanjutan, bukan kepuasan sesaat untuk tiga stakeholder utama disetiap perusahaan yaitu pelanggan, karyawan dan pemilik perusahaan.

Sebagai misinya pemasaran akan menjadi jiwa bukan sekedar salah satu anggota suatu tubuh sebuah perusahaan, karena setiap seksi atau orang dalam perusahaan harus paham dan menjadi unsur pemasaran. Kemudian dalam arti nilai bisnis jasa, setiap orang dalam perusahaan harus merasa terlibat dalam proses pemuasan

pelanggan, baik langsung atau tidak, bukan hanya sebagai pelaksana yang digaji tetapi harus secara total melaksanakan penambahan nilai dan memberi kepuasan kepada pelanggan.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas tentang pengertian pemasaran maka penulis dapat menyimpulkan bahwa pemasaran merupakan jantung pokok dari perusahaan yang dimana dapat menambahkan nilai kualitas pelayanan baik itu para pelanggan, karyawan, maupun pemilik perusahaan. Hal ini dapat dipahami bahwa setiap perusahaan dalam mencapai tujuannya tergantung kepada nilai-nilai yang terkandung dalam pemasaran.

2. Pengertian Jasa

Perkembangan pemasaran dimulai dari tukar menukar barang secara sederhana tanpa menggunakan alat tukar berupa uang atau logam mulia. Dengan perkembangan ilmu pengetahuan, maka semakin dibutuhkan suatu alat tukar yang berlaku umum dan untuk itulah diciptakan uang. Disamping itu manusia juga memerlukan jasa dalam mengurus hal-hal tertentu sehingga jasa menjadi bagian utama dalam pemasaran.

Pengertian jasa menurut Kotler yang dikutip oleh hurriyanti (2005:57) bahwa “Jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip tidak berwujud dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan.”

Definisi lain, dikemukakan oleh Zeithaml dan Bitner yang kemudian dikutip oleh Hurriyanti (2005:8) bahwa “Jasa pada dasarnya adalah seluruh aktivitas ekonomi dengan output selain produk dalam pengertian fisik, dikonsumsi dan diproduksi pada saat bersamaan, memberikan nilai tambah dan secara prinsip tidak berwujud (*intangible*) bagi pembeli pertamanya.

Dari definisi diatas tampak bahwa jasa merupakan sesuatu yang tidak berwujud, tetapi dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Jasa juga bukan merupakan barang, jasa adalah suatu proses aktivitas, dan aktivitas-aktivitas tersebut tidak berwujud, jasa juga tidak mengakibatkan peralihan hak atau kepemilikan.

3. Pengertian dan Fungsi bank

Definisi bank menurut Kasmir (2004:8) adalah Lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak.

Dalam perspektif sistem keuangan, Kasmir (2004:12) fungsi bank secara spesifik memiliki tujuh fungsi pokok sebagai berikut :

- a. Fungsi Tabungan
Dalam fungsi ini bank menyediakan instrument untuk tabungan, deposito atau instrument simpanan lainnya yang menjanjikan suatu pendapatan dan dengan resiko yang rendah.
- b. Fungsi Penyimpanan Kekayaan
Bank melalui instrument-instrumen simpanan menjadi alternative sebagai tempat yang oleh masyarakat difungsikan sebagai penyimpanan kekayaan selama belum digunakan oleh penyimpanannya untuk digunakan.
- c. Fungsi Likuiditas
Lembaga perbankan merupakan instrument penting paling dalam menentukan tingkat likuiditas. Disini diartikan bahwa dengan kedudukannya sebagai penyimpanan asset dalam bentuk uang dan surat-surat berharga maka bank memiliki kemampuan untuk mengkonversikan simpanan dan surat-surat berharga yang di kelolanya menjadi asset tunai.
- d. Fungsi kredit
Konsekuensi dari intermediasi adalah menghubungkan kepentingan masyarakat yang kelebihan dana dan kekurangan dana. Dari sisi masyarakat yang kekurangan dana adalah menyalurkan dana yang dikelolanya dalam

bentuk portofolio atau investasi kredit, yang selanjutnya digunakan untuk membiayai aktivitas ekonomi yang bersifat riil.

e. Fungsi Resiko

Bank memberikan alternatif perlindungan terhadap risiko baik secara langsung melalui instrument yang dimilikinya misalnya perlindungan asuransi terhadap penyimpanan atau peminjaman, atau dalam bentuk perlindungan terhadap fluktuasi nilai tukar mata uang asing (*foreign exchange*).

f. Fungsi Kebijakan Keuangan dan Moneter

Lembaga perbankan merupakan salah satu instrument paling penting bagi pemerintah yang mengandalkan kebijakan keuangan dan moneter untuk menstabilkan atau meningkatkan pertumbuhan ekonomi.

Sebagai lembaga yang berfungsi sebagai *intermediary* kegiatan usaha bank pada pokoknya mencakup dua hal, pertama untuk menghimpun dana masyarakat dan kedua, untuk menyalurkan kembali kepada masyarakat yang membutuhkan dalam bentuk peminjaman atau kredit.

a. Kualitas layanan

Apabila dahulu, kualitas masih menjadi senjata agar perusahaan dapat memenangkan persaingan, namun kini hampir semua perusahaan dapat menghasilkan kualitas yang sama, tentu saja itu berarti kualitas bukan lagi menjadi satu-satunya senjata andalan bersaing. Kualitas kini ibarat tiket masuk ke dalam gelanggang pertandingan bila kita ingin *survive*.

Kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Harapan pelanggan bisa tiga macam tipe. Pertama, *will expectation*, yaitu tingkat kinerja yang di prediksi atau di perkirakan konsumen yang akan

diterimanya, berdasarkan informasi yang diketahuinya. Tipe ini merupakan tingkat harapan yang paling sering dimaksudkan oleh konsumen, sewaktu menilai kualitas jasa tertentu. Kedua, *should expectation*, yaitu tingkat kinerja yang dianggap sudah sepantasnya diterima konsumen. Biasanya tuntutan dari apa yang seharusnya diterima jauh lebih besar dari apa yang akan diterima, ketiga *ideal expectation*, yaitu tingkat kinerja optimum atau terbaik yang diharapkan dapat diterima konsumen.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2005:121) mengemukakan bahwa "Kualitas Jasa (*service quality*) sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan."

Berdasarkan definisi diatas kualitas jasa dapat bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan, kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka dengan perusahaan. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Pada gilirannya, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

b. Pelayanan Pelanggan

Kita harus semua harus memahami bahwa layanan (*service*) berasal dari orang-orang bukan dari organisasi atau perusahaan. Suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani.

Menurut Barata (2004:23) bahwa “pelayanan adalah daya tarik yang besar bagi para pelanggan, sehingga korporat bisnis seringkali menggunakannya sebagai alat promosi untuk menarik minat nasabah.”

Menurut Aritonang (2005:26) bahwa “pelayanan adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara akurat, andal dapat dipercaya, bertanggung jawab atas apa yang dijanjikan, tidak pernah memberikan janji yang berlebihan dan selalu memberikan janjinya.”

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan pelanggan adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang baik atau memuaskan sehingga pelanggan tertarik akan produk atau jasa tersebut.

Dalam kaitanya dengan pelayanan eksternal, semua pihak yang bergerak dalam pemberian layanan yang bersifat komersil ,maupun non komersial harus menyadari, bahwa keberadaan konsumen yang setia merupakan pendukung untuk kesuksesan bagi perusahaan maupun organisasi lainnya. Dengan demikian mereka harus menempatkan konsumen sebagai aset yang sangat berharga, karena dalam kenyataannya tidak akan ada satupun organisasi, terutama perusahaan yang mampu bertahan hidup bila ditinggalkan oleh pelanggannya.

Program pelayanan dari pelanggan dengan bertitik tolak dari konsep kepedulian kepada konsumen terus dikembangkan sedemikian rupa, sehingga sekarang ini program layanan/pelayanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen telah dikembangkan dalam satu pola layanan terbaik yang disebut dengan layanan prima atau pelayanan prima.

Satu-satunya jalan untuk mempertahankan agar organisasi/perusahaan selalu diingat oleh pelanggan adalah dengan mengembangkan pola layanan yang terbaik.

c. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan dan ketidakpuasan akan suatu produk/jasa sebagai akhir dari suatu proses penjualan memberikan dampak tersendiri kepada perilaku pelanggan akan suatu produk tersebut. Bagaimana perilaku pelanggan dalam melakukan pembelian dalam mengespresikan produk yang dipakainya dan jasa yang diperolehnya dan perilaku lain yang menggambarkan reaksi pelanggan atas produk dan jasa yang telah dirasakan.

Pembentukan sikap dan pola perilaku seorang pelanggan terhadap pembelian dan penggunaan produk/jasa merupakan hasil dari pengalaman mereka sebelumnya.

Mowen dan Minor (2002:89) mengemukakan bahwa : “ Kepuasan konsumen (*Consumer Satisfaction*) adalah sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang atau jasa setelah mereka memperoleh dan menggunakannya.

Sikap seorang pelanggan kerap terbentuk sebagai alat dari kontak langsung dengan objek sikap. Pelanggan yang menikmati produk/jasa mungkin akan mengembangkan sikap yang mendukung perusahaan dan jasa tersebut (*favourable*), misalnya dengan berkata positif tentang produk, merekomendasikan perusahaan pada orang lain setia kepada produk perusahaan. Sebaliknya produk yang gagal akan memenuhi fungsi sebagaimana diharapkan dapat dengan mudah menimbulkan sikap negative (*unfavorable*), misalnya dengan berkata *negative* tentang produk, pindah kepada perusahaan lain. Tidak memiliki bisnis yang banyak dengan perusahaan, mengajukan tuntutan kepada perusahaan melalui pihak luar.

Pengertian kepuasan pelanggan menurut Oliver dikutip oleh Umar (2003 : 14) adalah “kepuasan pelanggan adalah sebagai evaluasi purnabeli, dimana persepsi terhadap kinerja alternative produk/jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Apabila persepsi terhadap kinerja tidak dapat memenuhi harapan, maka yang terjadi adalah ketidakpuasan”.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah sebagai respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk yang bersangkutan.

Adapun 6 konsep umum yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan adalah :

- a. Kepuasan pelanggan keseluruhan. Caranya yaitu dengan menanyakan pelanggan mengenai tingkat kepuasan atas jasa yang bersangkutan serta menilai dan membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan keseluruhan atas jasa yang mereka terima dari para pesaing
- b. Dimensi kepuasan pelanggan. Prosesnya melalui empat langkah
 1. Mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan.
 2. Meminta pelanggan menilai jasa perusahaan berdasarkan item-item spesifik seperti kecepatan layanan, atau keramahan staf pelayanan terhadap pelanggan
 3. Meminta pelanggan menilai jasa pesaing berdasarkan item-item spesifik yang sama
 4. Meminta pelanggan menentukan dimensi-dimensi yang menurut mereka ada dikelompok penting dalam menilai kepuasan pelanggan keseluruhan.
- c. Konfirmasi harapan. Pada cara ini, kepuasan tidak diukur langsung, namun disimpulkan berdasarkan kesesuaian/ketidakesuaian. Antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual jasa yang dijual perusahaan.

- d. Minat pembelian ulang. Kepuasan pelanggan diukur berdasarkan apakah mereka akan mengadakan pembelian ulang jasa yang sama yang dia konsumsi.
- e. Kesiapan untuk merekomendasi. Cara ini merupakan ukuran yang penting, apalagi bagi jasa yang pembelian ulangnya relative lama, seperti jasa pendidikan tinggi.
- f. Ketidakpuasan pelanggan. Dapat dikaji misalnya dalam hal *complaint*, biaya garansi, *word of mouth yang negative*, serta defections.

d. Hubungan Kualitas Layanan dengan Kepuasan Nasabah

Hubungan kualitas layanan dengan kepuasan nasabah tidak terlepas dari kreativitas layanan perbankan. Untuk mewujudkan suatu layanan berkualitas yang bermuara pada kepuasan nasabah, maka pihak bank harus mampu mengidentifikasi siapa nasabahnya akan mampu memahami tingkat persepsi dan harapan atas kualitas pelayanan. Hal yang penting, karena kepuasan nasabah merupakan perbandingan antara persepsi dengan harapan nasabah terhadap layanan yang dirasakan. Kualitas layanan yang diberikan oleh bank dalam memenuhi harapan nasabah dalam bentuk tampilan fisik yang dimiliki bank, keandalan, kepedulian, dan perhatian, daya tanggap, dan jaminan nasabah, akan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh bank, maka nasabah akan semakin merasa puas terhadap layanan tersebut.

Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan atas produk atau jasa berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan, pelanggan setelah terjadi proses pembelian. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama.

Pelanggan yang puas juga cenderung akan memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Sebaliknya dengan asumsi pelanggan yang tidak puas, apabila kepuasan pelanggan dapat tercapai, maka akan diperoleh beberapa manfaat yaitu :

1. Hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis
2. Mendorong terciptanya loyalitas dan kesetiaan pelanggan terhadap jasa yang dihasilkan.
3. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan
4. Reputasi perusahaan menjadi baik dikalangan para pelanggan
5. Pangsa pasar dan laba perusahaan akan meningkat

e. Dimensi Kualitas Layanan

Salah satu pendekatan kualitas pelayanan yang populer dijadikan acuan dalam riset pemasaran adalah model SERVQUAL (*service quality*) yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1996) dalam serangkaian penelitian mereka terhadap 6 sektor jasa, yaitu peralatan rumah tangga, reparasi, kartu kredit, asuransi, sambungan telepon jarak jauh, perbankan ritel dan pialang sekuritas.

SERVQUAL dibangun atas adanya perbandingan dua factor utama, yaitu persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima (*perceived service*) dengan layanan yang sesungguhnya yang diharapkan/diinginkan (*expected service*).

Jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan bermutu, sedangkan jika kenyataannya kurang dari apa yang diharapkan, maka layanan yang dikatakan tidak bermutu, dan apabila kenyataan sama dengan harapan, maka layanan tersebut memuaskan. Dengan demikian, *service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima/peroleh.

Harapan para pelanggan pada dasarnya sama dengan layanan seperti apakah seharusnya diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan. Harapan para pelanggan ini didasarkan pada informasi dari mulut ke mulut, kebutuhan pribadi, pengalaman dimasa lampau dan komunikasi *eksternal* (iklan dan berbagai bentuk promosi perusahaan lainnya).

Harapan maupun penilaian konsumen terhadap kinerja perusahaan menyangkut beberapa factor penentu kualitas jasa. Menurut Parasuraman yang dikutip oleh Tjiptono (2006:69) ada 10 faktor utama yang menentukan kualitas jasa yaitu :

1. *Reability*. Menyangkut dua hal pokok yaitu konsistensi kerja (*performance*) kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.
2. *Responsiveness*. Yaitu keamanan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.
3. *Competence*. Artinya setiap orang dalam perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu.
4. *Access*. Meliputi kemudahan untuk dihubungi dan ditemui. Hal ini berarti lokasi fasilitas jasa yang mudah terjangkau, waktu tunggu yang tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi dll.
5. *Courtesy*. Meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan yang dimiliki para *contact personnel* (seperti resepsionis, operator, dll)
6. *Communication*. Artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.
7. *Credibility*. Sifat jujur dan dapat dipercaya. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan karakteristik pribadi *contact personnel* dan interaksi dengan pelanggan.
8. *Security*. Yaitu aman dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik, keamanan financial, dan kerahasiaan.
9. *Understanding/Knowing the Customer*. Yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan.
10. *Tangible*. Yaitu bukti fisik dari jasa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa (misalnya kartu kredit plastik)

Melalui serangkaian penelitian terhadap berbagai macam industry jasa, Parasuraman (1998) dan melibatkan 800 pelanggan (yang terbagi menjadi 4 perusahaan) berusia 25 tahun keatas dalam buku Ratnasari dan Mastuti (2011 : 107) disimpulkan terdapat 5 dimensi SERVQUAL, yaitu sebagai berikut :

1. *Tangibles* atau bukti fisik, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dll),

teknologi (peralatan dan perlengkapan yang digunakan), serta penampilan pegawainya.

2. *Empaty*. Yaitu memberikan perhatian, tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan, dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan.
3. *Responsiveness* atau ketanggapan, yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan yang menyampaikan informasi yang jelas. Memberikan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas jasa.
4. *Reliability* atau kehandalan, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan, berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan dengan akurasi tinggi.
5. *Assurance* atau jaminan kepastian, yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri atsa komponen komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

Dimensi kualitas pelayanan yang telah disebutkan harus diramu dengan baik.

Bila tidak akan dapat, menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan, karena perbedaan persepsi mereka tentang wujud pelayanan. 5 kesenjangan (gap) yang menyebabkan perbedaan persepsi tentang kualitas jasa adalah sebagai berikut :

1. Gap persepsi manajemen, yaitu adanya perbedaan tentang penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. Kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi penelitian pemasaran, kurangnya interaksi antara pihak manajemen dan pelanggan, komunikasi dari bawah keatas yang kurang memadai, serta banyaknya tingkatan manajemen.
2. Gap spesifikasi kualitas, yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap

- kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas dan tidak adanya penyusunan tujuan.
3. Gap penyampaian pelayanan, yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*).
 4. Gap komunikasi pemasaran, yaitu kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi internal, ekspektasi pelanggan mengenai kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan mengenai komunikasi pemasaran.
 5. Gap dalam pelayanan yang dirasakan, yaitu perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan diharapkan oleh pelanggan. Jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif. Namun yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, maka kesenjangan ini jelas menimbulkan masalah bagi perusahaan.

B. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Dalam penelitian ini digunakan beberapa istilah sehingga didefinisikan secara operasional agar menjadi petunjuk dalam penelitian ini. Definisi operasional variabel penelitian ini menggunakan teori Parasuraman dalam bukunya Ratnasari dan Mastuti (2011 : 107) yaitu :

1. *Tangibles* atau bukti fisik, yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, ini meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dll), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang digunakan), serta penampilan pegawainya.
2. *Empaty*. Yaitu memberikan perhatian, tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginan

pelanggan, dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoprasian yang nyaman bagi pelanggan.

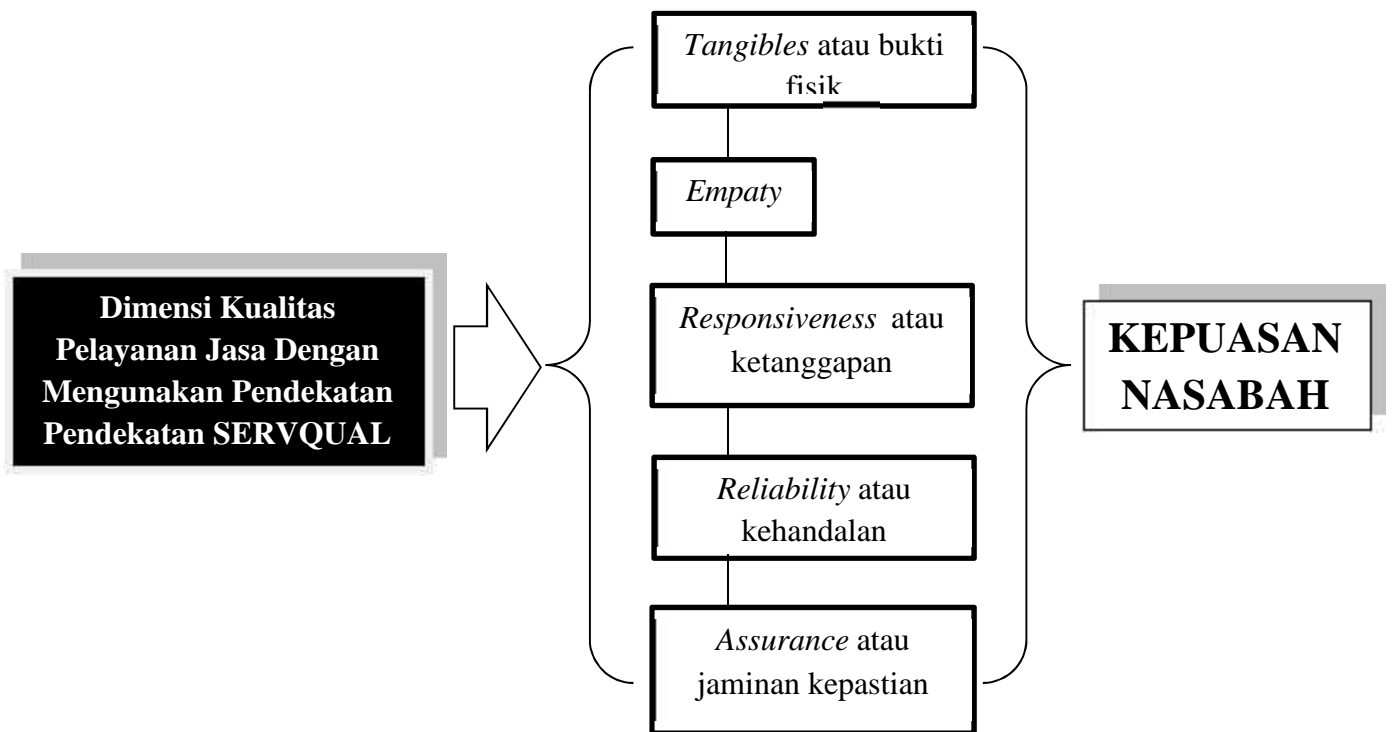
3. *Responsiveness* atau ketanggapan, yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan yang menyampaikan informasi yang jelas. Memberikan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas, menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas jasa.
4. *Reliability* atau kehandalan, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Harus sesuai dengan harapan pelanggan, berarti kinerja yang tepat waktu, pelayanan tanpa kesalahan, sikap simpatik, dan dengan akurasi tinggi.
5. *Assurance* atau jaminan kepastian, yaitu pengetahuan, kesopan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan. Terdiri atsa komponen komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.

C. KERANGKA PIKIR

Berdasarkan Operasional Variabel tersebut untuk lebih jelasnya dapat disajikan model penelitian yang dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1

Kerangka Pikir



D. PERTANYAAN PENELITIAN

Berdasarkan Kerangka Pikir di atas, maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimanakah kualitas pelayanan *Customer Service* pada Bank CIMB Niaga yang di lihat dari dimensi *Tangible* ?
2. Bagaimanakah kualitas pelayanan *Customer Service* pada Bank CIMB Niaga yang di lihat dari dimensi *Emphaty* ?
3. Bagaimanakah kualitas pelayanan *Customer Service* pada Bank CIMB Niaga yang di lihat dari dimensi *Responsiveness* ?
4. Bagaimanakah kualitas pelayanan *Customer Service* pada Bank CIMB Niaga yang di lihat dari dimensi *Reliability* ?
5. Bagaimanakah kualitas pelayanan *Customer Service* pada Bank CIMB Niaga yang di lihat dari dimensi *Assurance* ?

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah survei dengan pendekatan kuantitatif. Metode *survey* dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut sehingga dapat diperoleh data-data yang menunjang keterangan yang diperlukan untuk mendukung pembahasan penelitian.

Alasan mengapa Penulis menggunakan metode *survey* dengan pendekatan kuantitatif didasarkan atas pertimbangan Penulis bahwa metode ini cukup relevan dengan permasalahan yang akan diteliti berkaitan dengan Kualitas pelayanan *customer service* pada PT. Bank Cimb Niaga Makassar.

Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kondisi yang sebenarnya terjadi melalui data-data yang objektif dan terpercaya sehingga dapat menunjukkan kualitas pelayanan yang di tinjau dari *tangible*, *emphaty*, *responseveness*, *reability*, dan *assurance* berpengaruh terhadap tingkat kepuasan nasabah pada bank PT. Cimb Niaga Makassar.

B. Populasi, Sampel Dan Teknik Sampling

1. Populasi

Penelitian ini dilakukan dengan pengambilan data dari para responden. Data yang diambil adalah dari sampel yang mewakili seluruh populasi. Maka sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representative* (mewakili). Populasi dalam penelitian ini adalah pegawai pada PT.Bank Cimb Niaga Makassar yang berjumlah 180 orang.

2. Sampel

Penentuan sampel dalam penelitian ini berpedoman pada rumus *Slovin* dikutip oleh Husain Umar (2005:108) dengan tingkat kesalahan 10%, adapun perincian jumlah sampel yaitu sebagai berikut :

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

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

: Nilai Kritis (persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan)

Adapun yang menjadi populasi pada penelitian ini adalah nasabah pada PT. Bank Cimb Niaga Makassar yaitu sebesar 97.218 nasabah

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

$$n = \frac{97.218}{1 + 97.218(0.10)^2}$$

$$n = 973,18$$

n= 99.80 atau dibulatkan menjadi 100

3. Teknik Sampling

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik (*random sampling*). Yang dimaksud dengan (*random sampling*) adalah cara pengambilan sampel yang memberikan kesempatan yang sama untuk diambil kepada setiap elemen populasi. Alasan mengapa penulis menggunakan teknik ini, dikarenakan Penulis mengambil data secara acak tanpa membedakan latar belakang dan posisi pengisi kuesioner.

C. Teknik Pengumpulan Data

Untuk menunjang penelitian ini maka diperlukan metode penelitian yang berguna untuk mendapatkan data yang objektif, sehingga hasil dari laporan itu dapat dipertanggung jawabkan. Dalam metode penelitian ini metode yang digunakan untuk observasi adalah :

1. Wawancara

Penelitian dilaksanakan dengan melakukan tanya jawab langsung dengan responden maupun informan yang terlibat langsung dalam pengembangan sumber daya manusia. Wawancara ini bertujuan untuk melengkapi dan memperjelas data yang diperoleh dengan menggunakan kuosien, maka dilakukan wawancara dengan informan yang telah ditentukan dan di anggap mampu dan memberikan data mengenai hal-hal yang berkaitan dengan variabel penelitian. Dalam penelitian ini, digunakan empat orang informan dengan jabatan-jabatan yang berbeda, yaitu :

- a. Service Manager : 1 orang
- b. Service officer (SO) : 1 orang
- c. Nasabah : 2 orang

2. Kuesioner

Kuesioner berisi pertanyaan-pertanyaan yang mengacu kepada sub-sub variabel penelitian dan diajukan secara tertulis yang isinya disusun berdasarkan variabel penelitian serta indikator-indikatornya yang disebarkan kepada responden untuk diisi. Adapun untuk jumlah kuosionernya yaitu sebanyak 100 lembar yang akan dibagikan kepada nasabah PT. Bank Cimb Niaga Makassar. Dalam pengukurannya, setiap responden akan diminta pendapatnya mengenai suatu pertanyaan dengan skala penilaian dari 1 sampai 5. Tanggapan positif (maksimal) diberi nilai paling besar (5) tanggapan negatif (minimal) diberi nilai paling kecil (1).

Dalam penelitian ini, untuk memudahkan responden dalam menjawab kuesioner, maka kode dan skala penilaiannya sebagai berikut :

A = Sangat Setuju : 5

B = Setuju : 4

C = Ragu-Ragu : 3

D = Kurang Setuju : 2

E = Sangat Tidak Setuju :

3. Telaah dokumen.

Telaah dokumen adalah teknik penelitian yang dilakukan dengan memanfaatkan dokumen-dokumen yang tersedia pada lokus penelitian, khususnya menyangkut dokumen yang relevan dengan obyek penelitian pada PT. Bank Cimb Niaga Makassar.

4. Observasi

Observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian dengan maksud memperoleh gambaran empirik pada hasil temuan. Objek yang dimaksudkan disini adalah para *customer service* yang bertugas pada PT. Bank Cimb Niaga Makassar. Sehingga diharapkan dapat memudahkan Penulis untuk melengkapi kuesioner serta mendapatkan hasil yang akurat atas penelitian ini.

D. Instrumen Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Penelitian ini adalah penelitian *survey* sehingga penelitian utama yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian adalah kuesioner yang diberikan kepada nasabah yang menjadi responden. Kuesioner yang digunakan berbentuk formulir terdiri dari beberapa pernyataan yang disusun dalam bentuk yang lebih mudah dipahami dan dibagikan kepada populasi penelitian pada PT. Bank Cimb Niaga Makassar.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data melalui wawancara secara terstruktur. Dimana dalam melakukan wawancara, telah disiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis. Dengan wawancara terstruktur ini setiap informan diberi pertanyaan yang sama.

3. Telaah dokumen

Dalam melakukan teknik pengumpulan data melalui telaah dokumen ini, penulis menggunakan pedoman dengan cara mengambil data-data atau informasi-informasi yang erat kaitannya dengan permasalahan yang sedang diteliti.

4. Observasi

Dalam melakukan teknik pengumpulan data melalui observasi ini, Penulis menggunakan pedoman dengan cara mencatat segala sesuatu yang terjadi pada saat pengamatan langsung. Pedoman ini berisi daftar proses, kejadian dan perilaku yang akan diamati.

E. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

1. Teknik pengolahan data

Untuk menguji sejauh mana kebenaran hipotesis yang telah dikemukakan sebelumnya maka metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif yakni suatu analisis yang menguraikan kualitas pelayanan *customer service* pada PT. Bank Cimb Niaga Makassar.

Analisis data tersebut bila hasilnya dalam bentuk bilangan akan dinyatakan terlebih dahulu dalam bentuk predikat yang menunjukkan keadaan dan ukuran kualitas seperti baik, kurang baik dan tidak baik. Kemudian hasil tabulasi data hasilnya akan dituangkan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dalam bentuk % (persentase) dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

Keterangan :

P = Persentasi

F = Frekuensi jawaban responden

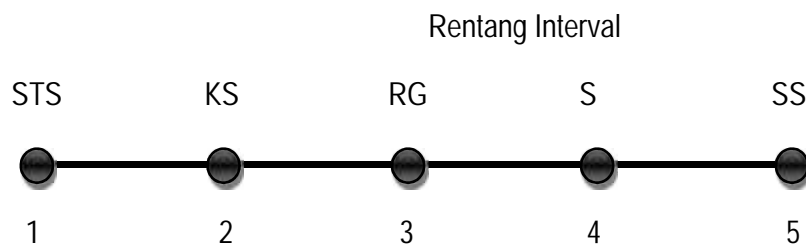
N = Jumlah responden

2. Teknik Analisis Data

Mengingat sumber utama dalam penelitian ini adalah dari kuesioner, maka jawaban setiap pernyataan disajikan dengan menggunakan Skala Likert dengan diberi skor 1-5 dengan bentuk gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif ataupun dengan urutan cara sebaliknya seperti yang terlihat pada table berikut :

Tabel 2
Skala pengukuran menggunakan Skala Likert

No	Tanggapan Responden	Skor
1	Setuju/selalu/sangat positif diberi skor	5
2	Setuju/sering/positif diberi skor	4
3	Ragu-ragu/kadang-kadang/netral diberi skor	3
4	Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif diberi skor	2
5	Sangat tidak setuju/tidak pernah/diberi skor	1



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Profil Bank CIMB Niaga

CIMB Niaga berdiri pada tanggal 26 september 1955 dengan nama Bank Niaga. Pada dekade awal berdirinya, focus utama adalah pada membangun nilai-nilai inti dan profesionalisme di bidang perbankan. Sebagai hasilnya, Bank Niaga dikenal luas sebagai penyedia produk dan layanan berkualitas yang terpercaya. Di tahun 1987 Bank Niaga membedakan dirinya dari para pesaingnya dipasar domestik dengan menjadi Bank yang pertama menawarkan nasabahnya layanan perbankan melalui mesin ATM di Indonesia. Pencapaian ini dikenal luas sebagai masuknya Indonesia ke dunia perbankan modern. Kepemimpinan bank dalam penerapan teknologi terkini semakin dikenal di tahun 1991 dengan menjadi yang pertama memberikan nasabahnya layanan perbankan online.

Bank Niaga menjadi perusahaan terbuka di bursa efek Jakarta dan bursa efek Surabaya (kini bursa efek indonesi/BEI) pada tahun 1989. Keputusan untuk menjadi perusahaan terbuka merupakan tonggak bersejarah bagi bank dengan meningkatkan akses pendanaan yang lebih

luas. Langkah ini menjadi katalis bagi pengembangan jaringan bank di seluruh pelosok negeri.

Pemerintah Republik Indonesia selama beberapa waktu pernah menjadi pemegang saham mayoritas CIMB Niaga saat terjadinya krisis keuangan di akhir tahun 1990-an. Pada bulan November 2002 Commerce Asset-Holding Berhad (CAHB), kini dikenal luas sebagai CIMB Group Holding Berhad (CIMN Group Holding), mengakuisisi saham mayoritas Bank Niaga dari badan penyehatan perbankan nasional (BPPN), di bulan agustus 2007 seluruh kepemilikan saham berpindah tangan ke CIMB Group sebagai bagian dari reorganisasi internal untuk mengkonsolidasi kegiatan anak perusahaan CIMB Group dengan platform universal banking.

Dalam transaksi terpisah, Khazanah yang merupakan pemilik saham mayoritas CIMB Group Holding mengakuisisi kepemilikan mayoritas Lippo Bank pada tanggal 30 september 2005. Seluruh kepemilikan saham akan berpindah tangan menjadi milik CIMB Group pada tanggal 28 oktober 2008 sebagai bagian dari reorganisasi internal yang sama.

Sebagai pemilik saham pengendali dari Bank Niaga (melalui CIMB Group) dan Lippo Bank sejak tahun 2007 khazanah memandang penggabungan (merger) sebagai suatu upaya yang dapat di tempuh agar

dapat mematuhi kebijakan Single Presence (SPP) yang telah ditetapkan oleh bank Indonesia. Penggabungan ini merupakan merger pertama di Indonesia terkait dengan kebijakan SPP. Pada bulan Mei 2008, nama Bank Niaga berubah menjadi CIMB Niaga. Kesepakatan rencana penggabungan CIMB Niaga dan Lippo Bank telah ditandatangani pada bulan Juni 2008, yang akan dilanjutkan dengan permohonan persetujuan rencana penggabungan dari Bank Indonesia dan penerbitan pemberitahuan surat persetujuan penggabungan oleh Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia di bulan Oktober 2008. Lippo Bank secara resmi bergabung ke dalam CIMB Niaga pada tanggal 1 November 2008 (Legal Day 1 atau LD1) yang diikuti dengan pengenalan logo baru kepada masyarakat luas.

Bergabungnya Lippo Bank ke dalam CIMB Niaga merupakan sebuah lompatan besar di sektor perbankan Asia Tenggara. CIMB Niaga kini menawarkan nasabahnya layanan perbankan yang komprehensif di Indonesia dengan menggabungkan kekuatan di bidang perbankan ritel, UKM dan korporat dan juga melayani transaksi pembayaran. Penggabungan ini menjadikan CIMB Niaga menjadi bank terbesar ke-5 dari sisi aset, pendanaan, kredit dan luasnya jaringan cabang.

Selama bertahun-tahun, CIMB Niaga juga dikenal reputasinya sebagai bank dengan tradisi layanan nasabah terbaik. Melalui jaringan kantor cabang dan ATM yang luas serta berbagai layanan perbankan elektronik

yang canggih, CIMB Niaga menawarkan layanan perbankan yang personal kepada para nasabahnya. Pada tahun 2006, CIMB Niaga berhasil meraih penghargaan sebagai “Bank yang Paling Konsisten dalam Memberikan Layanan yang Terbaik” dari Marketing Research Indonesia (MRI). Visi CIMB Niaga: Menjadi bank terpercaya di Indonesia, bagian dari jaringan universal banking terkemuka di Asia Tenggara, yang memahami kebutuhan nasabah, menyediakan solusi keuangan yang tepat dan komprehensif, serta menjalin hubungan yang berkelanjutan.

Dengan komitmen pada integritas, ketekunan untuk menempatkan perhatian utama pada nasabah dan semangat untuk terus unggul, CIMB Niaga akan terus memanfaatkan seluruh daya yang dimilikinya untuk menciptakan sinergi dari penggabungan ini. Keseluruhannya merupakan nilai-nilai inti CIMB Niaga dan merupakan kewajiban yang harus dipenuhi bagi masa depan yang sangat menjanjikan.

Setengah abad sudah CIMB Niaga hadir di negeri tercinta, Indonesia. Lima puluh tahun bukan saja menandai usia kami tapi juga merupakan pembuktian bahwa nilai-nilai Integritas dan Kualitas yang kami bangun sejak hari pertama kami beroperasi – serta berbagai terobosan solusi dan inovasi produk & jasa – adalah faktor keberhasilan CIMB Niaga menjadi bank terkemuka dalam Kualitas Pelayanan. Saat ini CIMB Niaga semakin

mantap dan siap menjawab berbagai tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada di masa depan.

a. Visi dan Misi CIMB Niaga

Visi : Menjadi perusahaan ASEAN yang terkemuka

Misi : Menyediakan Layanan perbankan universal di Indonesia secara terpadu sebagai perusahaan dengan kinerja unggul dikawasan ASEAN dan kawasan utama lainnya, serta mendukung percepatan integrasi ASEAN dan hubungannya dengan kawasan lainnya.

b. Nilai- Nilai Dasar (C-H-E-S-I)

Menyediakan layanan perbankan universal di Indonesia secara terpadu sebagai perusahaan dengan kinerja unggul dikawasan ASEAN dan kawasan utama lainnya, serta mendukung percepatan integrasi ASEAN dan berhubungan dengan kawasan lain.

C = Customer : Hadir untuk melayani nasabah serta menjual produk dan layanan yang diinginkan nasabah.

H = High Performance : bekerja keras dan tepat sasaran untuk nasabah, sesama karyawan dan pemangku kepentingan lainnya.

E = Enabling People : mendorong seluruh pihak di CIMB Niaga untuk berfikir luas dan memastikan seluruh karyawan memiliki kemampuan untuk memberikan nilai tambah

S = Strength In Diversity : menghargai perbedaan budaya, perbedaan perspektif dan mengakui setiap perbedaan sebagai potensi kekuatan.

I = Integrity : jujur, terhormat dan professional dalam segala hal yang dilakukan karena integritas adalah nilai paling mendasar di CIMB Niaga.

c. Hubungan Investor

PT. Bank CIMB Niaga tbk (CIMB Niaga) adalah perusahaan keuangan yang tercatat dan sahamnya diperdagangkan di papan utama per maret 2016 kapitalisasi pasar CIMB Niaga tercatat sebesar Rp. 14 triliun.

CIMB Niaga merupakan bank kelima terbesar di Indonesia dari segi aset, dana masyarakat, kredit. Saham CIMB Niaga diperdagangkan di bursa Efek Indonesia dibawah ticker BNGA and ISIN Code ID1000098007. Dan ticker CIMB Niaga di Bloomberg dan Reuters adalah BNGA IJ and BNGK JK.

d. Customer Service

Customer Service adalah setiap kegiatan yang ditujukan untuk memberikan kepuasan melalui pelayanan yang diberikan seseorang kepada

cliennya dalam menyelesaikan masalah dengan memuaskan. Pelayanan yang diberikan termasuk menerima keluhan atau masalah yang sedang dihadapi.

Tugas dan fungsi Customer Service adalah seorang Customer Service harus pandai dalam mencari jalan keluar untuk menyelesaikan berbagai masalah-masalah yang dihadapi oleh pelanggan atau nasabahnya. Tugas Customer Service yaitu memberikan pelayanan yang prima dan membina hubungan yang baik kepada nasabah, seorang Customer Service juga harus bertanggung jawab dari awal sampai akhir dari pelayanan tersebut.

Dalam menjalankan suatu fungsi dan tugasnya, seorang Customer Service harus benar-benar memahami tugas Customer Service dan fungsi Customer Service dengan baik sehingga mampu menjalankan tugasnya dengan prima.

Fungsi Customer Service yang harus dijalankan setiap waktu sebagai berikut :

1. Sebagai reception

Sebagai receptionis, Customer Service mempunyai fungsi sebagai penerima tamu yang datang ke perusahaan. Tamu disini bisa siapa saja, entah itu pelanggan, calon pelanggan, supplier, atau pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan. Dalam hal ini Customer Service harus bersikap ramah, sopan dan menyenangkan.

2. Sebagai deksman

Sebagai deksman fungsi Customer Service orang yang melayani berbagai macam aplikasi (permohonan) yang diajukan oleh pelanggan atau calon pelanggan. Permohonan mulai dari mengisi formulir sampai dengan kelengkapan data yang dibutuhkan atau dipersyaratkan.

3. Sebagai Customer Relation Officer

Sebagai Customer relation Officer, tugas Customer Service sebagai orang yang bisa membina hubungan yang baik dengan semua pelanggan, termasuk untuk membujuk atau merayu supaya pelanggan bertahan agar tidak lari dari perusahaan yang bersangkutan jika menghadapi masalah.

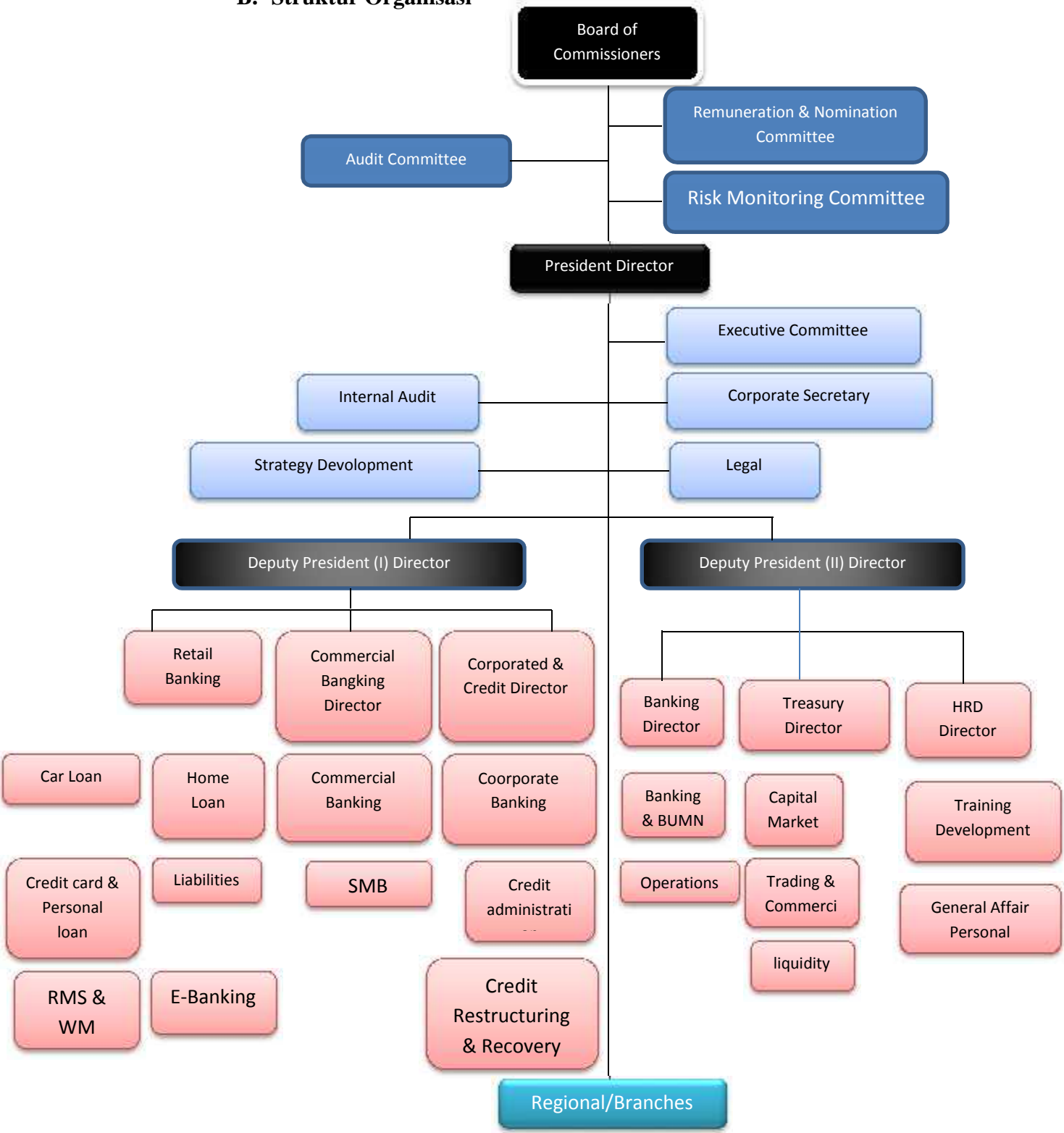
4. Sebagai salesman

Sebagai salesman Customer Service adalah seorang yang menjual produk kepada pelanggan dan calon pelanggan. Dalam hal ini, Customer Service harus bisa menjelaskan sesuatu yang berkaitan dengan produk. Tujuannya yaitu supaya pelanggan atau calon pelanggan tertarik sehingga akhirnya membeli. Dalam fungsi ini Customer Service juga sekaligus sebagai pelaksana cross selling terhadap pelanggan.

5. Sebagai komunikator

Sebagai komunikator, Customer Service adalah sebuah penghubung antara perusahaan dengan pelanggan atau pihak lain yang berkepentingan terhadap perusahaan. Dalam hal ini fungsi Customer Service yaitu untuk menghubungi pelanggan dan memberikan informasi terhadap segala sesuatu yang ada hubungannya antara perusahaan dan pelanggan.

B. Struktur Organisasi



Sumber : HR Department Bank CIMB Niaga 2017

C. Deskripsi Hasil Penelitian

Hasil penelitian merupakan jawaban empiris terhadap pertanyaan penelitian yang diajukan. Uraian dari hasil penelitian ini diperuntukkan sebagai penjelasan dari kerangka pikir sesuai dengan keterkaitan-keterkaitan tentang penelitian yang menganalisis mengenai Kualitas Pelayanan Customer Service Pada bank PT. Cimb Niaga Makassar.

Pada penelitian ini penulis menggunakan responden sebanyak 100 orang yang akan dihitung menggunakan interval. Rata-rata skor tertinggi adalah 5 dan skor terendah 1. Adapun perhitungan dari hasil penelitian ini akan dijelaskan secara deskriptif sebagai berikut

1. Tangibles

Penilaian pertama dari hampir setiap nasabah dari suatu bank tentunya bangunan dan fasilitas yang dimiliki perusahaan tersebut. Tentu saja selain bangunan yang kokoh, bersih dan aman maka penjelasan berikut disampaikan mengenai pembahasan hasil kuesioner untuk tangible.

Tabel 1.1

Kondisi Peralatan : Standarisasi Peralatan yang Dimiliki Bank CIMB Niaga

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	-
2	Tidak Setuju	2,00	1	1%
3	Ragu-ragu	3,00	5	5%
4	Setuju	4,00	70	70%
5	Sangat Setuju	5,00	24	24%
TOTAL				100

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas memperlihatkan bahwa hanya 1 orang (1%) persentase dari nasabah yang menganggap bahwa peralatan yang dimiliki Bank CIMB Niaga tidak modern, 5 orang (5%) berpendapat ragu-ragu. Namun sebagian besar dari responden yaitu sebanyak 70 orang (70%) setuju & 24 orang (24%) sangat setuju. Dari indikasi hasil kuesioner tersebut dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang disediakan oleh pihak bank CIMB Niaga telah cukup modern sehingga dapat memenuhi standar kepuasan responden dengan sangat baik.

Seperti hasil kuesioner, pada hasil wawancara pun penulis mendapat tanggapan yang sama dari responden bahwa standar modernitas peralatan yang disediakan oleh pihak Bank CIMB Niaga telah mencukupi ekspektasi mereka terhadap fasilitas yang diharapkan disediakan suatu bank terhadap nasabahnya.

Sejalan dengan itu, Benediktus selalu nasabah dari Bank CIMB Niaga Makassar mengemukakan dalam wawancaranya “Untuk bangunan dan fasilitas fisiknya memadai, dapat memenuhi kebutuhan karena dilengkapi AC dan juga toilet untuk nasabah, jadi kami merasa nyaman saat menunggu”

Tabel 1.2

Kondisi Gedung : Kenyamanan & Kebersihan Fasilitas Fisik Bank CIMB Niaga

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	1	1%
2	Tidak Setuju	2,00	0	-
3	Ragu-ragu	3,00	16	16%
4	Setuju	4,00	64	64%
5	Sangat Setuju	5,00	19	19%
TOTAL			100	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas memperlihatkan bahwa dari 100 orang responden 1 orang (1%) dari responden sangat tidak setuju, tidak ada responden (0%) yang kurang setuju, 16 orang (16%) memilih ragu-ragu. Sedangkan responden yang setuju sebanyak 64 orang (64%) dan sebanyak 19 orang (19%) yang menyatakan setuju. Hasil tersebut di atas menunjukkan bahwa pada umumnya responden setuju bahwa standar kenyamanan & fasilitas gedung di Bank CIMB Niaga dapat memenuhi standar ekspektasi kepuasan nasabah.”Petugas

kebersihan terlihat rutin membersihkan, tidak heran kenapa tempatnya cukup bersih dan wangi. Padahal saat ini banyak nasabah yang sedang antri”

Tabel 1.3

Kondisi Sumber Daya Manusia : Kerapihan Staff di Bank CIMB Niaga

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	1	1%
2	Tidak Setuju	2,00	1	1%
3	Ragu-ragu	3,00	12	12%
4	Setuju	4,00	64	64%
5	Sangat Setuju	5,00	22	22%
TOTAL			100	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, diketahui bahwa sebanyak 1 orang (1%) memilih sangat tidak setuju, 1 orang (1%) kurang setuju, namun sebanyak 12 orang (12%) ragu-ragu, 64 orang (64%) berpendapat setuju dan 22 orang (22%) sangat setuju bahwa staff di Bank CIMB Niaga menjaga kerapihannya dan bersikap ramah terhadap nasabah.

Hal ini tidak terlepas dari standarisasi yang diterapkan bank CIMB Niaga di seluruh cabangnya sehingga dapat menyeragamkan kualitas sumber daya manusia yang menjadi karyawannya, selain itu dilakukan pula pelatihan secara berkala yang diharapkan dapat membentuk karyawan yang berkinerja sesuai dengan *standard operational procedure* yang berlaku.

Menurut bapak A. Hasbullah selaku Service Manager di PT. Bank CIMB Niaga pada kutipan wawancara yang dilakukan bahwa “Perusahaan sangat menekankan kerapihan dan keramahan bagi setiap karyawan kepada nasabah menjadi kewajiban dan salah satu prioritas setiap mereka bertugas. Selain itu, hal ini juga diatur dalam peraturan dan diterapkan melalui briefing setiap harinya kepada seluruh karyawan yang ada”.

Tabel 1.4

PT. Bank Cimb Niaga Makassar Memiliki Media Transaksi Seperti Brosur dan Formulir yang Lengkap

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	-
2	Tidak Setuju	2,00	0	-
3	Ragu-ragu	3,00	0	-
4	Setuju	4,00	18	18%
5	Sangat Setuju	5,00	82	82%
TOTAL			100	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, dominan responden memilih setuju sebanyak 18 orang (18%) dan sebanyak 82 orang (82%) bahwa bank CIMB Niaga memiliki instrumen promosi media transaksi dan formulir yang lengkap yang dibutuhkan oleh nasabah untuk mempermudah transaksi dan memberikan informasi perbankan yang memadai bagi para nasabah.

Kemudahan informasi dan akses saat ini merupakan salah satu hal krusial yang dibutuhkan oleh pelanggan dalam aspek usaha apapun. Oleh karena itu, ketanggapan perusahaan dalam mengetahui dan mengambil langkah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sangat berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Dari hasil tabel kuesioner yang di atas diketahui tingkat kepuasan nasabah terhadap fasilitas yang diberikan oleh pihak Bank CIMB Niaga telah memenuhi ekpektasi yang diharapkan dengan hasil kuesioner yang dominan setuju.

2. Emphaty

Emphaty merupakan gesture yang diberikan kepada nasabah dengan lebih personal dan tidak dapat dilihat secara langsung tapi dapat dirasakan dan memberikan pengaruh yang positif terhadap hubungan nasabah dan karyawan. Hal tersebutlah yang akan dibahas pada hasil kuesioner berikut ini.

Tabel 2.1
Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Makassar Memberi Perhatian yang Lebih kepada Nasabah

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	2	2%
2	Tidak Setuju	2,00	2	2%
3	Ragu-ragu	3,00	17	17%
4	Setuju	4,00	23	23%
5	Sangat Setuju	5,00	56	56%
TOTAL			100	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, yang memilih sangat tidak setuju sebanyak 2 orang (2%), sedangkan yang berpendapat kurang setuju sebanyak 2 orang (2%), lalu yang memilih ragu-ragu sebanyak 17 orang (17%), namun responden yang setuju bahwa staff memberi perhatian lebih kepada nasabah adalah sebanyak 23 orang (23%) dan bahkan lebih banyak lagi yang sangat setuju atau sebanyak 56 orang (56%). Jumlah tersebut menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan pernyataan bahwa staff di Bank CIMB Niaga memberikan perhatian yang lebih kepada nasabah.

Hal ini juga ditunjukkan dari hasil wawancara dengan responden memberikan masukan yang positif terhadap kinerja staff bank CIMB Niaga yang memberikan perhatian yang baik terhadap segala kebutuhan nasabah baik yang berhubungan dengan transaksi online ataupun transaksi manual setiap nasabah.

Kutipan dari hasil wawancara dengan bapak Benedictus Hosea “setiap datang ke bank saya selalu merasa nyaman dan disambut dengan baik, para staff menyapa dengan ramah tapi tidak terkesan pura-pura jadi saya sebagai nasabah bisa merasa nyaman berada di area bank ini”.

Tabel 2.2

Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Makassar Membuat Kartu Ucapan Hari Raya dan Tahun Baru bagi Nasabah yang Merayakannya

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	-
2	Tidak Setuju	2,00	2	2%
3	Ragu-ragu	3,00	31	31%
4	Setuju	4,00	47	47%
5	Sangat Setuju	5,00	20	20%
TOTAL			100	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju, 2 orang (2%) dari responden memilih kurang setuju, sebagian lain lagi sebesar 31 orang (31%) ragu-ragu terhadap pernyataan bahwa pihak Bank CIMB Niaga membuatkan kartu ucapan pada setiap hari raya untuk nasabah yang merayakannya. Sedangkan 47 orang (47%) dari responden memilih setuju dan 20 orang (20%) lagi sangat setuju.

Sesuai dengan jumlah tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan bahwa pihak Bank CIMB Niaga memberikan kartu ucapan pada setiap hari raya bagi nasabah yang merayakan.

Perhatian perusahaan kepada nasabahnya, salah satunya ditunjukkan dengan cara memberikan perhatian terhadap hal-hal yang dianggap penting oleh nasabah. Dalam hal ini khususnya di area Indonesia yang merupakan negara dengan berbagai kultur budaya yang berbeda yang mana hal tersebut menjadi latar belakang dari nasabah di Bank CIMB Niaga. Perayaan keagamaan merupakan hal yang dianggap penting & menjadi tradisi untuk dirayakan. Sehingga dengan memberikan ucapan selamat kepada nasabah yang sedang merayakan hari besarnya, diharapkan dapat memperlihatkan kepedulian bank CIMB Niaga terhadap nasabah.

Tabel 2.3

Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Makassar Melakukan Komunikasi yang Baik Dalam Hal Surat-menyurat ataupun Komunikasi Melalui Telepon

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	-
2	Tidak Setuju	2,00	4	4%
3	Ragu-ragu	3,00	23	23%
4	Setuju	4,00	57	57%
5	Sangat Setuju	5,00	16	16%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, 4 orang (4%) diantaranya memilih kurang setuju, 23 orang (23%) berpendapat ragu-ragu, namun sebagian besar lagi memilih setuju untuk pernyataan bahwa staff bank CIMB Niaga melakukan komunikasi secara baik melalui surat-menyurat ataupun melalui telepon, sedangkan 16 orang (16%) dari responden memilih sangat setuju.

Jumlah tersebut di atas menunjukkan hasil yang positif dari para responden yang menyatakan bahwa pihak Bank CIMB Niaga melakukan komunikasi yang baik terkait dengan korespondensi melalui surat ataupun melalui komunikasi telepon.

Tabel 2.4

Bagi Nasabah Baru Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Makassar Terlebih Dahulu Menjelaskan Mengenai Keuntungan Produk

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	4	4%
2	Tidak Setuju	2,00	2	2%
3	Ragu-ragu	3,00	10	10%
4	Setuju	4,00	56	56%
5	Sangat Setuju	5,00	28	28%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, sebagian kecil responden memilih sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%), sebanyak 2 orang (2%) memilih kurang setuju, sebanyak 10 orang (10%) dari responden ragu-ragu akan pernyataan bahwa bank CIMB Niaga menjelaskan keuntungan dari produk yang ada. Sebanyak 46 orang (56%) setuju & 28 orang (28%) memilih sangat setuju.

Jumlah di atas menunjukkan bahwa para responden setuju bahwa pihak bank CIMB Niaga memberikan penjelasan kepada nasabah baru mengenai keuntungan dari produk yang ada.

Menurut kutipan wawancara dengan nasabah di bank CIMB Niaga mengatakan “Pada waktu pembukaan rekening saya mereka (Customer Service) memberikan informasi dan memberikan penjelasan yang cukup detail terkait produk serta program yang dimiliki oleh pihak bank sendiri”.

3. Responsiveness

Sikap responsif yang ditunjukkan dari pihak Bank CIMB Niaga merupakan salah satu bukti dari kesadaran akan tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan kepadanya. Dalam bagian ini akan dibahas sesuai dengan hasil responden.

Tabel 3.1
Kejelasan Informasi yang Diterima Nasabah

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	0%
2	Tidak Setuju	2,00	0	0%
3	Ragu-ragu	3,00	10	10%
4	Setuju	4,00	56	56%
5	Sangat Setuju	5,00	34	34%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju dan kurang setuju. Sebanyak 10 orang (10%) dari responden ragu-ragu, 56 orang (56%) dari responden setuju dengan pernyataan bahwa pihak Bank CIMB Niaga memberikan informasi yang jelas kepada nasabahnya. Sedangkan 34 orang (34%) dari responden sangat setuju. Dari jumlah tersebut diketahui bahwa sebagian besar responden setuju bahwa pihak bank CIMB Niaga memberikan informasi yang jelas kepada nasabah.

Melalui hasil wawancara dengan nasabah di bank CIMB Niaga, yaitu “Untuk info yang diberikan cukup jelas, tidak berbelit-belit dan menurut saya bermanfaat untuk kebutuhan saya”

Setiap informasi yang dibutuhkan oleh nasabah, wajib untuk diketahui oleh karyawan. Baik mengenai produk tabungan, deposito, asuransi ataupun hal umum mengenai informasi bank. Hal ini berkaitan dengan tujuan perusahaan dalam memberikan informasi yang jelas kepada nasabah, sehingga memberikan kepuasan nasabah terhadap pelayanan prima.

Tabel 3.2

Ketersediaan staff/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi oleh Nasabah

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	4	4%
2	Tidak Setuju	2,00	2	2%
3	Ragu-ragu	3,00	10	10%
4	Setuju	4,00	56	56%
5	Sangat Setuju	5,00	28	28%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, sebagian kecil responden memilih sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%), sebanyak 2 orang (2%) kurang setuju, sedangkan sebanyak 10 orang (10%) memilih ragu-ragu. Lalu sebagian besar dari responden memilih setuju sebanyak 46 orang (56%) terhadap pernyataan tersedianya staff untuk membantu kesulitan yang dihadapi oleh nasabah, serta 28 orang (28%) lainnya memilih sangat setuju.

Dari jumlah tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah setuju bahwa pihak bank CIMB Niaga telah menyediakan staff yang cukup untuk menghadapi segala kesulitan yang dihadapi oleh nasabahnya.

Hal tersebut pun sesuai dengan hasil wawancara dengan bapak A. Hasbullah selaku operasional manager bank CIMB Niaga yaitu “Untuk standar jumlah staff tentu saja disesuaikan dengan mining yang ada. Hal ini untuk memaksimalkan kinerja dan waktu pelayanan kepada setiap nasabah”.

Tabel 3.3

Kecepatan-tanggapan Staff dalam Melayani Nasabah

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	
2	Kurang Setuju	2,00	2	2%
3	Ragu-ragu	3,00	21	21%
4	Setuju	4,00	63	63%
5	Sangat Setuju	5,00	14	14%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, 2 orang (2%) diantaranya kurang setuju, 21 orang (21%) ragu-ragu bahwa staff bank CIMB Niaga cepat dan tanggap dalam melayani nasabah. 63 orang (63%) dari responden berpendapat bahwa mereka setuju dan sisanya 14 orang (14%) memilih sangat setuju. Dari jumlah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa standar pelayanan di bank CIMB Niaga dalam hal kecepatan tanggapan mereka

dalam melayani nasabah telah berhasil dengan baik. Sehingga memberikan tingkat kepuasan yang cukup tinggi dari para nasabah.

Selain itu diungkapkan dalam wawancara dengan ibu Susana yang merupakan nasabah di bank CIMB Niaga bahwa “Pelayanan yang diberikan cukup cepat, terus kalau ada pertanyaan atau hal yang kurang jelas, mereka selalu memberikan jawaban yang memuaskan”

Dalam hal kecepatan, bank CIMB Niaga mempunyai standar waktu untuk pelayanan baik untuk pelayanan pembukaan rekening, pembukaan deposito dan sebagainya. Sehingga baik karyawan maupun nasabah, mempunyai pedoman dalam pelayanan.

Tabel 3.4

Karyawan Bank CIMB Niaga Senantiasa Menyediakan Administrasi ataupun Dana yang Dibutuhkan Nasabah

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	2	2%
2	Tidak Setuju	2,00	3	3%
3	Ragu-ragu	3,00	17	17%
4	Setuju	4,00	48	48%
5	Sangat Setuju	5,00	30	30%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Kuesioner Penelitian

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, sebanyak 2 orang (2%) responden memilih sangat tidak setuju sedangkan 3 orang (3%) lainnya memilih kurang setuju. Selain itu sebanyak 17 orang (17%) dari responden

memilih ragu-ragu terhadap pernyataan bahwa pihak bank CIMB Niaga telah menyediakan administrasi ataupun dana yang dibutuhkan oleh nasabah. Kemudian responden yang menyatakan setuju sebanyak 48 orang (48%) dan yang sangat setuju sebanyak 30 orang (30%).

Dari data yang disebutkan di atas maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responde setuju bahwa pihak bank CIMB Niaga telah menyediakan admnistrasi serta dana yang dibutuhkan oleh nasabah.

4. Realibility

Kemampuan suatu perusahaan untuk dipercaya dan diandalkan oleh customer merupakan salah satu hal krusial dalam pencapaian tingkat kepuasan customer. Sehingga komitmen perusahaan untuk menjaga kepercayaan yang diberikan customer harus selalu dijaga.

Tabel 4.1

Nasabah PT. Bank CIMB Niaga dapat Menikmati Layanan Phone Banking Selama 24 Jam

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	-
2	Tidak Setuju	2,00	3	3%
3	Ragu-ragu	3,00	13	13%
4	Setuju	4,00	54	54%
5	Sangat Setuju	5,00	30	30%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, sebagian kecil memberikan komentar positif yaitu sekitar 3 orang (3%) kurang setuju dan 13 orang (13%) ragu-ragu. Sedangkan untuk sebagian besar responden memberikan tanggapan yang positif yaitu sekitar 54 orang (54%) setuju dan 30 orang (30%) setuju.

Dari data yang disebutkan di atas, diketahui bahwa pihak bank CIMB Niaga mendapatkan penilaian positif sehubungan dengan penyediaan fasilitas *phone banking* yang mereka sediakan. Terlihat dari besarnya tanggapan positif tersebut, dapat disimpulkan bahwa pihak bank CIMB Niaga memberikan perhatian terhadap kemudahan pelanggan dalam melakukan transaksi dalam bentuk apapun melalui sistem online.

Pada kutipan wawancara dengan Service Office bank CIMB Niaga ibu Herlina Limpo mengatakan “Untuk sistem online sendiri pihak bank CIMB Niaga selalu melakukan evaluasi agar server tidak down dan dapat melayani nasabah setiap saat dibutuhkan. Hal ini diperlukan untuk menjaga kepercayaan nasabah kepada kami dan melaksanakan komitmen kami kepada mereka”.

Tabel 4.2
Ketepatan Waktu Layanan Sesuai Dengan Waktu Yang Dijanjikan

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	-
2	Tidak Setuju	2,00	3	3%
3	Ragu-ragu	3,00	24	24%
4	Setuju	4,00	45	45%
5	Sangat Setuju	5,00	28%	28%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, sekitar 3 orang (3%) dari responden memilih kurang setuju, 24 orang (24%) ragu-ragu, sedangkan sebagian dari responden yaitu sebanyak 45 orang (45%) setuju dengan pernyataan bahwa mereka mendapat pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan dari bank CIMB Niaga. Kemudian sisanya sebanyak 28 orang (28%) memilih sangat setuju.

Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank CIMB Niaga sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Seperti contohnya untuk standar waktu pembukaan rekening, pelayanan yang distandardkan per nasabah adalah 20 menit. Sehingga customer service wajib menyelesaikan sesuai target waktu.

Adapun dengan hasil wawancara dengan ibu Susana yang merupakan nasabah di bank CIMB Niaga bahwa “Pelayanan yang diberikan cukup cepat, terus kalau ada pertanyaan atau hal yang kurang jelas, mereka selalu memberikan jawaban yang memuaskan”

Pelayanan yang cepat merupakan salah satu faktor yang cukup menentukan tingkat kepuasan nasabah. Tapi harus tetap diperhatikan jangan sampai pelayanan yang cepat malah tidak mendapatkan hasil pekerjaan yang maksimal dan sesuai dengan standar yang diinginkan.

Tabel 4.3
Kesiapan Karyawan Didalam Melayani Nasabah

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	-
2	Tidak Setuju	2,00	3	3%
3	Ragu-ragu	3,00	15	15%
4	Setuju	4,00	58	58%
5	Sangat Setuju	5,00	24	21%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, tidak ada responden yang memilih tidak setuju, 3 orang (3%) memilih kurang setuju, sedangkan sebanyak 15 orang (15%) responden memilih ragu-ragu. Sebanyak 61 orang (58%) setuju dengan pernyataan bahwa pihak bank CIMB Niaga mempunyai

karwayan yang siap dalam melayani nasabah sedangkan sebanyak 24 orang (24%) responden memilih sangat setuju.

Dari tabel di atas, menunjukkan hasil bahwa pelayanan yang disediakan oleh pihak Bank CIMB Niaga termasuk mempersiapkan sumber daya manusia yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Sebab diketahui bahwa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa yang disediakan adalah hal yang terpenting dalam mempertahankan kredibilitas dan kualitas jasa suatu perusahaan, yang mana dalam hal ini adalah bank CIMB Niaga.

Tabel 4.4
Karyawan PT. Bank CIMBN Niaga Terlebih Dahulu Meminta Maaf Kepada Nasabah Apabila Terpaksa Harus Menunggu karena Karyawan Tersebut Sedang Melaksanakan Transaksi

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	-
2	Tidak Setuju	2,00	0	0
3	Ragu-ragu	3,00	0	0
4	Setuju	4,00	47	47%
5	Sangat Setuju	5,00	53	53
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju, kurang setuju dan ragu-ragu untuk

pernyataan bahwa karyawan PT. Bank CIMB Niaga meminta maaf apabila terpaksa harus menunggu pada saat melaksanakan transaksi. Hal tersebut berarti bahwa dominan dari responden yaitu sebanyak 47 orang (47%) memilih setuju dan sebanyak 53 orang (53%) memilih sangat setuju.

Dari data di atas diketahui untuk bahwa hampir seluruh responden dari kuesioner setuju bahwa pihak Bank CIMB Niaga meminta maaf kepada para pelanggan pada saat mereka harus menunggu apabila mereka terlambat pada saat melakukan transaksi.

Hasil wawancara dengan service office bank CIMB Niaga mengatakan “Standar salam dan sapa serta meminta maaf adalah menjadi kewajiban yang diucapkan kepada nasabah. Hal ini diharapkan agar nasabah mengetahui bagaimana pentingnya mereka untuk kami. Karena itu kami ingin memastikan bahwa nasabah merasa nyaman ketika berada di lingkungan bank”.

5. Assurances

PT. Bank CIMB Niaga standarkan untuk setiap pelayanan produk yang dipresentasikan wajib diketahui oleh seluruh karyawan, khususnya untuk para front liner. Sehingga menjadi jaminan pemberian fasilitas prima kepada pelanggan. Selain itu untuk memaksimalkan waktu pelayan yang diberikan.

Tabel 5.1
Karyawan PT. Bank Cimb Niaga memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang ditawarkan oleh PT. Bank CIMB Niaga

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	-
2	Tidak Setuju	2,00	1	1%
3	Ragu-ragu	3,00	15	15%
4	Setuju	4,00	45	45%
5	Sangat Setuju	5,00	39	39%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju dan hanya 1 orang (1%) yang kurang setuju. Sebanyak 15 orang (15%) memilih ragu-ragu. Sedangkan dominan responden yaitu sebanyak 45 orang (45%) setuju dan 39 orang (39%) sangat setuju bahwa karyawan PT. Bank CIMB Niaga memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang ditawarkan.

Jumlah tersebut di atas menunjukkan bahwa salah satu jaminan yang diberikan oleh pihak bank CIMB Niaga untuk memberikan kualitas pelayanan yang prima adalah memastikan bahwa karyawan mereka, khususnya yang

berhadapan langsung dengan kostumer, dapat memahami dan memiliki pengetahuan yang baik mengenai produk-produk yang ditawarkan.

Kutipan wawancara dengan bapak A. Hasbullah selaku Service Manager di Bank CIMB Niaga yaitu “Sebelum seluruh karyawan ditempatkan di posisinya masing-masing, kami wajib memberikan training mengenai deskripsi pekerjaan serta produk yang kami miliki di bank”.

Tabel 5.2
Karyawan Bank CIMB Niaga Makassar selalu Membina Hubungan Baik dengan Nasabah

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	-
2	Tidak Setuju	2,00	0	-
3	Ragu-ragu	3,00	16	16%
4	Setuju	4,00	50	50%
5	Sangat Setuju	5,00	34	34%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden bahwa tidak ada responden yang sangat tidak setuju dan Untuk sebagian lainnya responden sebanyak 16 orang (16%) memilih ragu-ragu. Sebanyak 50 orang (50%) responden setuju dan 34 orang (34%) sangat setuju bahwa karyawan PT. CIMB Niaga selalu membina hubungan baik dengan nasabah.

Dari data di atas diketahui bahwa responden cenderung setuju bahwa karyawan di Bank CIMB Niaga telah memberikan pelayanan yang baik dengan selalu membina hubungan baik dengan para nasabah.

Begitupun dengan hasil wawancara dengan Ibu Susana yang merupakan nasabah di bank CIMB Niaga, beliau mengatakan “Saya selalu merasa disambut setiap datang kesini. Dari mulai satpam hingga customer servicenya mereka semua ramah dan memberikan senyum yang tulus”

Tabel 5.3
Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Menangani Seluruh Produk Bank Cimb Niaga Lainnya kepada Nasabah

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	-
2	Tidak Setuju	2,00	0	-
3	Ragu-ragu	3,00	16	16%
4	Setuju	4,00	52	52%
5	Sangat Setuju	5,00	32	32%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden tidak ada yang memilih sangat tidak setuju dan kurang setuju. Sebanyak 16 orang (16%) responden ragu-ragu, untuk sebagian responden yaitu sebanyak 52 orang (52%) setuju dan 32 orang (32%) sangat setuju bahwa Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Menangani Seluruh Produk Bank Cimb Niaga Lainnya kepada

Nasabah. Hal ini ditunjukkan dari data hasil kuesioner yang dibagikan kepada nasabah.

Angka menunjukkan bahwa hasil positif didapatkan oleh perusahaan dalam penanganan seluruh produk lainnya kepada nasabah.

Tabel 5.4
Bagi Nasabah Baru, Karyawan PT. Bank CIMB Niaga Terlebih Dahulu Selalu Menjelaskan Keuntungan Jenis Produk yang Ditawarkan

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	-
2	Tidak Setuju	2,00	2	2%
3	Ragu-ragu	3,00	5	5%
4	Setuju	4,00	45	45%
5	Sangat Setuju	5,00	48	48%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden hasil kuesioner ini tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju, 2 orang (2%) memilih kurang setuju. Sebanyak 5 orang (5%) responden ragu-ragu. Untuk responden sebanyak 45 orang (45%) setuju dan 48 orang (48%) sangat setuju bahwa pihak bank CIMB Niaga memberikan penjelasan terlebih dahulu kepada nasabah baru mengenai jenis produk yang ditawarkan.

Dari data di atas menunjukkan untuk setiap nasabah yang baru, pihak bank CIMB Niaga selalu melakukan standar operasional yang ditetapkan perusahaan dengan memberikan penjelasan mengenai produk yang akan ditawarkan.

Hasil wawancara dengan narasumber yang juga nasabah bank CIMB Niaga menyatakan bahwa “Sebelum membuka rekening, saya dijelaskan mengenai keuntungan yang saya dapatkan dan jenis-jenis produk yang dimiliki oleh bank CIMB Niaga, penjelasannya cukup jelas dan tidak bertele-tele”.

6. Kepuasan Nasabah

Institusi Perbankan adalah institusi yang tidak terlepas hubungannya dari nasabah. Karena tanpa nasabah maka institusi perbankan beresiko untuk kolaps. Sehingga kepuasan nasabah merupakan hal yang menjadi tujuan utama yang ingin dicapai. Selain memberikan pelayanan yang baik, fasilitas yang disediakan oleh bank wajib memenuhi ekspektasi yang diharapkan oleh nasabah.

Tabel 6.1
Layanan yang Diberikan pada PT.Bank CIMB Niaga,Sesuai dengan Nasabah yang Harapkan

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	1	1%
2	Tidak Setuju	2,00	2	2%
3	Ragu-ragu	3,00	13	13%
4	Setuju	4,00	54	54%
5	Sangat Setuju	5,00	30	30%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden sebanyak 1 orang (1%) sangat tidak setuju dan 2 orang (2%) kurang setuju dengan pernyataan bahwa layanan yang diberikan bank CIMB Niaga sesuai dengan harapan nasabah. Responden lain sebanyak 13 orang (13%) ragu-ragu terhadap pernyataan tersebut. Sedangkan sebanyak 54 orang (54%) setuju dan 30 orang (30%) lainnya memilih sangat setuju. Dari data di atas dapat diketahui bahwa menurut responden bahwa pelayanan yang mereka dapatkan dari bank CIMB Niaga sudah memenuhi harapan nasabah. Pelayanan yang diberikan kepada nasabah yang sesuai dengan harapan tidak hanya menjadi slogan tapi berusaha untuk diterapkan kedalam pelayanan sehari-hari

Pada kutipan wawancara dengan ibu Susana menyatakan bahwa “selama menjadi nasabah, untuk setiap saat saya datang selalu merasa mendapat pelayanan yang saya harapkan sebelum tiba di bank. Jadi pada saat saya selesai melakukan transaksi saya merasa senang:

Tabel 6.2
Bank CIMB Niaga Makassar telah Memberikan Layanan Terbaik kepada Nasabah

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	-
2	Tidak Setuju	2,00	2	2%
3	Ragu-ragu	3,00	15	15%
4	Setuju	4,00	53	53%
5	Sangat Setuju	5,00	30	30%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju, hanya sebanyak 2 orang (2%) yang memilih kurang setuju, yang ragu-ragu sebanyak 15 orang. Untuk responden sebanyak 53 orang (53%) setuju dan yang menyatakan sangat setuju sebanyak 30 orang (30%). Hasil kuesioner di atas menunjukkan bahwa dominan responden setuju bahwa pihak bank CIMB Niaga memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabah.

Pada hasil wawancara dengan bapak Benyictus Hosea mengatakan “dari segi pelayanan sendiri selama ini saya merasakan bahwa yang coba diberikan oleh pihak bank sendiri bisa dikategorikan sebagai terbaik, kenapa saya berkata seperti itu karena apa yang saya alami sendiri selama saya menjadi nasabah sangat memuaskan”

Tabel 6.3
Respon Nasabah Telah Memberikan Keputusan yang Bijaksana untuk Menggunakan Layanan Produk PT. Bank CIMB Niaga

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	-
2	Kurang Setuju	2,00	1	1%
3	Ragu-ragu	3,00	9	9%
4	Setuju	4,00	30	30%
5	Sangat Setuju	5,00	60	60%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, tidak ada responden yang sangat tidak setuju dan hanya 1 orang (1%) yang kurang setuju. Sedangkan untuk responden sebanyak 9 orang (9%) menyatakan ragu-ragu. Untuk tamu sebanyak 30 orang setuju dan 60 orang lagi menyatakan sangat setuju bahwa respon nasabah memberikan keputusan yang bijaksana untuk menggunakan layanan produk bank CIMB Niaga. Sesuai dengan data di atas maka diketahui bahwa pihak bank CIMB Niaga kembali mendapatkan respon yang positif dari para responden.

Tabel 6.4
Nasabah Merasa Puas Menjadi Pelanggan PT.Bank CIMB Niaga Dibanding dengan Bank Lain

No	Tanggapan Responden	Interval Skor	Frekuensi (Orang)	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1,00	0	-
2	Tidak Setuju	2,00	2	2%
3	Ragu-ragu	3,00	3	3%
4	Setuju	4,00	52	52%
5	Sangat Setuju	5,00	43	43%
TOTAL			100 orang	100%

Sumber : Data Primer 2017

Tabel di atas menunjukkan bahwa dari 100 responden, sebanyak 2 orang (2%) yang menyatakan kurang setuju, sebanyak 3 orang menyatakan ragu-ragu. Namun responden yang menyatakan setuju sebanyak 52 orang (52%)

dan 43 orang (43%) yang menyatakan sangat setuju dengan pernyataan nasabah lebih puas dengan pelayanan bank CIMB Niaga dibandingkan dengan pelayanan bank lain. Sesuai dengan hasil di atas, kembali diketahui bahwa responden merasa puas bahwa pelayanan yang diberikan bank CIMB Niaga lebih baik dari bank lain.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijabarkan pada bab-bab sebelumnya, maka penulis dapat mengambil kesimpulan dalam penelitian ini bahwa kualitas pelayanan customer service pada bank Cimb Niaga Makassar sudah cukup optimal atau baik. Dalam hal ini didukung dengan hasil kuesioner, wawancara serta observasi dan telaah dokumen yang didasarkan pada variable penelitian dan sub-sub penelitian serta indicator-indikatornya. Adapun hasil penelitian dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan *customer service* yang ditinjau dalam indikator *Tangible* (bukti langsung), dimana kondisi peralatan, dalam hal ini kemodernan peralatan, seperti adanya computer, kondisi bangunan yang sangat nyaman dan bersih kerapihan dan keramahan staff juga sangat membantu nasabah bila mana ada kesulitan, serta media media transaksi seperti brosur dan formulir yang selalu tersedia di area *banking hall* sehingga memudahkan nasabah dalam kebutuhannya.
2. Kualitas pelayanan *customer service* yang ditinjau dalam indicator *Emphaty*, setiap *customer service* pada bank CIMB Niaga wajib memberikan pelayanan yang memuaskan dalam hal ini perhatian khusus bagi setiap nasabah, mendata semua nasabah dan

memberikan kartu ucapan hari raya, bagi yang merayakan, maupun nasabah yang berulang tahun, serta setiap *customer service* menjelaskan terlebih dahulu keuntungan produk yang diinginkan setiap nasabah sehingga nasabah dapat memilih produk apa saja yang menjadi kebutuhannya.

3. Kualitas pelayanan *customer service* yang ditinjau dalam indikator *Responsiveness* (daya tanggap). Setiap *customer service* menjelaskan secara detail produk yang diinginkan nasabah, sehingga kejelasan informasi dapat diterima baik oleh nasabah, Hal ini tidak terlepas dari standarisasi yang diterapkan bank CIMB Niaga di seluruh cabangnya sehingga dapat menyeragamkan kualitas sumber daya manusia yang menjadi karyawannya, selain itu dilakukan pula pelatihan secara berkala yang diharapkan dapat membentuk karyawan yang berkinerja sesuai dengan *standard operational procedure* yang berlaku.
4. Kualitas pelayanan *customer service* yang ditinjau dari indikator *Realibility* (kehandalan). Dalam hal ini Bank CIMB Niaga selalu memberikan yang terbaik pada nasabahnya dimana setiap nasabah dapat menikmati layanan transaksi 24 jam melalui *Phone Banking*. Dan dapat menepati waktu sesuai dengan waktu yang telah dijanjikan, karena setiap karyawan telah bekerja sesuai dengan SOP (*Standart Operational Prosedure*).

5. Kualitas pelayanan *customer service* yang ditinjau dari indikator *Assurance* (Jaminan). *Customer service* pada bank CIMB Niaga memiliki sifat jujur dan dapat dipercaya dan dapat menjamin kerahasiaan dari transaksi yang dilakukan serta dapat menyelesaikan masalah dengan tepat waktu. Serta mampu memahami kebutuhan nasabah dan memberikan perhatian.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil analisis data dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis dapat memberikan saran yang mungkin dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan oleh perusahaan dalam menentukan kebijakan perusahaan.

1. Meskipun secara keseluruhan pelaksanaan pelayanan *customer service* baik, namun akan lebih baik apabila pelaksanaannya lebih di tingkatkan lagi. Tangible yang merupakan bangunan fisik serta kelengkapan fasilitas mendapat respon yang positif dari responden. Untuk fasilitas yang disediakan oleh pihak Bank CIMB Niaga telah memenuhi ekspektasi yang diharapkan oleh Terutama ditingkatkan pada nasabah sesuai dengan hasil kuesioner yang diberikan kepada responden. Aspek *Responsiveness* (daya tanggap) seperti kecepatan *customer service* Bank CIMB Niaga dalam menyelesaikan masalah, dengan cara melakukan training

secara rutin untuk lebih memaksimalkan kinerja dari *customer service*.

2. Walaupun tanggapan nasabah Bank CIMB Niaga puas dengan pelayanan *customer service*, dimana mereka selalu mendapatkan kepuasan atas jasa yang diberikan perusahaan, namun hendaknya perusahaan selalu melakukan perubahan-perubahan kearah yang lebih baik, yaitu dengan adanya perubahan inovasi dan terus meningkatkan pelayanan. Sehingga Bank CIMB Niaga dapat terus meningkatkan kepuasan pelanggannya.
3. Bank CIMB Niaga harus peka terhadap keinginan nasabah diantaranya kemudahan ketika melakukan transaksi menabung, kecepatan dalam menanggapi keluhan nasabah, serta kemudahan untuk mendapatkan pelayanan, baik itu berupa informasi maupun tanggapan terhadap keluhan yang disampaikan nasabah. Sehingga Bank CIMB Niaga dapat terus memperkuat eksistensinya sebagai salah satu bank terbaik, dan dapat bersaing dengan bank-bank sejenisnya untuk terus meiningkatkan pelayanan bagi nasabahnya.

DAFTAR PUSATAKA

- Aritonang, Lerbin R. 2005, **Kepuasan Konsumen, Pengukuran dan Penganalisisan dengan SPSS**, edisi pertama, penerbit : Gramedia Pustaka Utama Jakarta
- Buchari, Alma, 2009, **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**, Cetakan Kedelapan
Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Barata, Atep Adya, 2004, **Dasar-dasar Pelayanan Prima, cetakan kedua**, Penerbit : Elex Media Komputindo, Jakarta
- C.M Lingga Purnama, **Strategic Marketing Plan**, Penerbit : PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001, Jakarta.
- Deliyanti Oentoro, **Manajemen Pemasaran Modern**, Yogyakarta : Laksbang, PRESSindo, 2012
- Fandy Tjiptono, 2006, **Manajemen Jasa Edisi Pertama Yogyakarta** : Andi
- Hurriyati, Ratih 2005, **Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen**, Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Hasibuan, S.P, Malayu, 2003, **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Jakarta, PT. Bumi Aksara , 2009, **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Edisi Revisi, Jakarta, PT. Bumi Aksara
- John, C, Mowen dan Michael Minor, 2002, **Perilaku Konsumen, Jilid Dua**, Edisi Kelima, Penerbit : Erlangga, Jakarta
- Kasmir, 2004, **Pemasaran Bank**, Penerbit : Prenada Media, Jakarta
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong 2008, **Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi 12. Jilid 1** Jakarta : Erlangga
- M.N Nasution, **Manajemen Mutu Terpadu (TQM), Edisi Kedua**, Ciawi : Ghalia, Indonesia, 2002
- Parasuraman, A.V.A Zeithaml and L.L Berry, 1996, **The Behavioral Consequences of Service Quality, Journal of Marketing.**
- Parasuraman, A.V.A Zeithaml and L.L Berry, 1998, **SERVQUAL : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality**, Jurnal Retailing
- Ririn, Ratnasari Tri dan Mastuti H. Aksa, 2001, **Manajemen Pemasaran Jasa**, Penerbit : Ghalia Indonesia.

Sugiyono, 2012, **Metode Penelitian Administrasi**, Bandung, Alfabeta

Sondang, P, Siagian 1999, **Manajemen Sumber Daya Manusia**, Jakarta, PT. Bumi Aksara

Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius, 2005, **Service, Quality and Satisfaction**, Penerbit :
Andi, Yogyakarta

Umar, Husain, 2003, **Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**, Penerbit : PT. Gramedia
Pustaka Utama, Jakarta

SUMBER LAIN

[pengertian-customer-service-beserta-tugas-dan-fungsinya.html](http://www.pengertianku.net/2014/10/pengertian-customer-service-beserta-tugas-dan-fungsinya.html).[http://](http://www.pengertianku.net/2014/10/)
www.pengertianku.net/2014/10/

[personal/product/branchless-banking/go-mobile.html](http://www.cimbniaga.com/in/personal/product/branchless-banking/go-mobile.html) <http://www.cimbniaga.com/in/>

Website, CIMB Niaga .com

KUESIONER PENELITIAN

A. Pengantar

Bapak/Ibu Sdr-(i) yang terhormat

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, saya diberikan kesempatan untuk melakukan penelitian PT. Bank Cimb Niaga Makassar dalam rangka penyelesaian studi di STIA LAN Makassar.

Bersama ini saya mohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Sdr-(i) untuk mengisi kuesioner, berkenaan dengan penelitian saya yang berjudul “Kualitas Pelayanan *Customer Service* pada PT. Bank Cimb Niaga Makassar”. Walaupun disadari bahwa kesibukan selalu menyertai aktivitas, tugas dan pekerjaan Bapak/Ibu Sdr-(i).

Dalam pengisian kuesioner ini, jawaban yang Bapak/Ibu Sdr-(i) akan dijamin kerahasiaanya karena informasi tersebut hanya untuk kepentingan ilmiah semata. Untuk itu diharapkan kesediaan Bapak/Ibu Sdr-(i) memberikan jawaban yang benar sehingga mencerminkan realita yang ada. Dan tidak sama sekali bermaksud untuk memberi penilaian yang dapat merugikan karier Bapak/Ibu Sdr-(i). kuesioner ini merupakan instrument pengumpulan data dalam rangka penyelesaian studi, untuk memenuhi ujian kesarjanaan S1.

Atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu Sdr-(i) saya sampaikan terima kasih.

B. Identitas Peneliti

- 1) Nama : Fanny Susanti Rafiq
- 2) NPM : 2011.133.00.0027
- 3) Institusi Sekolah : Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi-Lembaga
Administrasi Negara (STIA LAN
MAKASSAR)
- 4) Jurusan : Manajemen Sumber Daya Manusia
- 5) Instansi Kerja : Kantor Perikanan dan Kelautan kab. Selayar

C. Petunjuk Pengisian

Berikut disampaikan kepada Bapak/Ibu Sdr-(i) berupa pertanyaan kiranya meluangkan waktu untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan sebenarnya dengan cara mengisi dan memberikan tanda silang () pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

D. Daftar Pertanyaan

KUESIONER UNTUK NASABAH PT. BANK CIMB NIAGA MAKASSAR

Kami menjamin rahasia pribadi anda

Bagian A

1. Umur

< 25 tahun 36-45 tahun

25-35 tahun > 45 tahun

2. Jenis Kelamin

Laki-laki Perempuan

3. Pekerjaan

- Wiraswasta Pelajar/Mahasiswa
 Pegawai/Karyawan Lain-Lain

4. Pendidikan Terakhir

- Sekolah Dasar Sarjana
 Sekolah Menengah Pertama Pascasarjana
 Sekolah Menengah Atas

5. Keterangan

STS : Sangat tidak setuju

KS : Kurang setuju

RG : Ragu-ragu

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Bagian B

1. Tangible (bukti langsung)

No	Uraian	STS	KS	RG	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Kondisi peralatan : kemodernan peralatan yang dimiliki oleh PT. Bank Cimb Niaga Makassar					
2	Kondisi karyawan dan gedung : kenyamanan dan kebersihan fasilitas fisik					
3	Kondisi sumber daya manusia : kerapihan dan keramahan staff dan karyawan					
4	PT. Bank Cimb Niaga Makassar memiliki media transaksi seperti brosur dan formulir transaksi yang lengkap					

2. Emphaty

No	Uraian	STS	KS	RG	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Makassar memberi perhatian lebih kepada nasabah					
2	Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Makassar membuat kartu ucapan hari raya dan tahun baru bagi nasabah yang merayakan hari raya					
3	Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Makassar melakukan komunikasi dengan nasabah, baik dalam surat menyurat maupun hubungan telepon					
4	Bagi nasabah baru, karyawan PT. Bank Cimb Niaga Makassar terlebih dahulu menjelaskan keuntungan untuk semua produk					

3. Responsiveness (Daya Tanggap)

No	Uraian	STS	KS	RG	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Kejelasan informasi yang diterima oleh nasabah					
2	Ketersediaan staff/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi oleh nasabah					
3	Kecepat-tanggapan karyawan dalam melayani nasabah					
4	Karyawan PT. Bank Cimb Niaga senantiasa mempersiapkan administrasi maupun dana yang diperlukan nasabah					

4. Realibility (Kehandalan)

No	Uraian	STS	KS	RG	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Nasabah PT. Bank Cimb Niaga dapat menikmati layanan transaksi 24 jam <i>Phone Banking</i>					
2	Ketepatan waktu layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan					
3	Kesiapan karyawan didalam melayani nasabah					
4	Karyawan PT. Bank Cimb Niaga terlebih dahulu meminta maaf kepada nasabah apabila terpaksa harus menunggu karena karyawan tersebut sedang melaksanakan transaksi dengan nasabah lain					

5. Assurance (jaminan)

No	Uraian	STS	KS	RG	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Karyawan PT. Bank Cimb Niaga memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang ditawarkan oleh PT. Bank Cimb Niaga					
2	Karyawan PT. Bank Cimb Niaga selalu membina hubungan baik dengan nasabah					
3	Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Menangani Seluruh Produk Bank Cimb Niaga lainnya kepada nasabah					
4	Bagi nasabah baru,karyawan PT. Bank Cimb Niaga terlebih dahulu selalu menjelaskan keuntungan jenis produk yang ditawarkan					

6. Kepuasan Nasabah

No	Uraian	STS	KS	RG	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Layanan yang diberikan pada PT.Bank Cimb Niaga, sesuai dengan nasabah yang harapkan					
2	PT.Bank Cimb Niaga telah memberikan layanan terbaik kepada nasabah					
3	Respon nasabah telah memberikan keputusan yang bijaksana untuk menggunakan layanan produk PT.Bank Cimb Niaga					
4	Nasabah merasa puas menjadi pelanggan PT.Bank Cimb Niaga dibanding dengan bank lain					

*****TERIMA KASIH*****

PEDOMAN WAWANCARA

A. Tangible

1. Apa pendapat anda tentang sarana dan prasarana di Bank CIMB Niaga Makassar ?
2. Bagaimanakah kondisi sarana dan prasarana di Bank CIMB Niaga Makassar?
3. Menurut anda, apakah fasilitas di Bank CIMB Niaga sudah memenuhi kebutuhan dalam melakukan pelayanan kepada nasabah ?
4. Bagaimanakah seharusnya sarana dan prasarana di Bank CIMB Niaga Makassar ?

B. Emphaty

1. Seperti apa perhatian yang diberikan oleh pegawai atau staff dari Bank CIMB Niaga Makassar terhadap nasabah ?
2. Dalam melakukan pelayanan, apakah anda merasa masih ada perbedaan perlakuan anantara nasabah satu dengan yang lainnya pada CIMB Niaga Makassar ?

C. Responsivenees

1. Apakah pegawai atau staff CIMB Niaga Makassar selalu ada pada saat jam kerja ?
2. Jika tidak, adakah informasi kapan pegawai atau staff CIMB Niaga Makassar akan kembali melakukan pelayanan ?
3. Apakah anda menanyakan mengapa masih ada pegawai atau staff CIMB Niaga Makassar yang tidak ada pada saat jam kerja ?

4. Apakah pegawai atau staff CIMB Niaga Makassar tanggap terhadap keinginan masyarakat dalam memberikan pelayanan ?

D. Realibility

1. Bagaimanakah kemampuan pegawai atau staff CIMB Niaga Makassar dalam menyediakan pelayanan yang terpercaya kepada nasabah ?
2. Menurut anda apakah pegawai atau staff Bank CIMB Niaga Makassar CIMB Niaga Makassar telah menguasai tugas dan fungsinya ?

E. Assurance

1. Apakah dalam memberikan pelayanan, pegawai atau staff CIMB Niaga Makassar selalu tepat waktu dalam menyelesaikan tugas sesuai dengan yang telah dijanjikan ?
2. Apakah pegawai atau staff CIMB Niaga Makassar selalu ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan ?

TABEL RESPONDEN

Tangible (bukti langsung)

1. Kondisi peralatan : kemodernan peralatan yang dimiliki oleh PT. Bank Cimb Niaga Makassar

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1				1	
2				1	
3					1
4				1	
5				1	
6					1
7				1	
8				1	
9			1		
10					1
11				1	
12				1	
13				1	
14				1	
15				1	
16					1
17		1			
18				1	
19				1	
20					1
21				1	
22					1
23				1	
24				1	
25					1
TOTAL	0	1	1	16	7

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26				1	
27					1
28				1	
29					1
30				1	
31					1
32				1	
33			1		
34				1	
35				1	
36				1	
37				1	
38					1
39				1	
40				1	
41				1	
42				1	
43				1	
44					1
45				1	
46				1	
47					1
48				1	
49					1
50				1	
TOTAL	0	0	1	17	7

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51				1	
52				1	
53				1	
54			1		
55				1	
56					1
57				1	
58			1		
59				1	
60					1
61				1	
62				1	
63				1	
64					1
65				1	
66				1	
67				1	
68				1	
69				1	
70				1	
71				1	
72				1	
73					1
74					1
75				1	
TOTAL	0	0	2	18	5

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76				1	
77				1	
78				1	
79					1
80			1		
81					1
82				1	
83				1	
84				1	
85					1
86				1	
87				1	
88					1
89				1	
90				1	
91					1
92				1	
93				1	
94				1	
95				1	
96				1	
97				1	
98				1	
99				1	
100				1	
TOTAL	0	0	1	19	5

GRAND TOTAL	0	1	5	70	24
--------------------	---	---	---	----	----

2. Kondisi karyawan dan gedung
Kenyamanan dan kebersihan fasilitas fisik

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1					1
2				1	
3			1		
4				1	
5				1	
6				1	
7					1
8				1	
9				1	
10				1	
11					1
12				1	
13				1	
14			1		
15				1	
16					1
17				1	
18				1	
19			1		
20				1	
21			1		
22				1	
23				1	
24				1	
25				1	
TOTAL	0	0	4	17	4

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26				1	
27				1	
28			1		
29					1
30				1	
31	1				
32				1	
33					1
34				1	
35			1		
36					1
37					1
38			1		
39				1	
40				1	
41				1	
42				1	
43					1
44					1
45				1	
46				1	
47			1		
48				1	
49				1	
50				1	
TOTAL	1	0	4	14	6

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51				1	
52				1	
53				1	
54					1
55			1		
56					1
57					1
58				1	
59				1	
60			1		
61				1	
62				1	
63			1		
64					1
65				1	
66				1	
67				1	
68				1	
69				1	
70			1		
71				1	
72				1	
73					1
74				1	
75				1	
TOTAL	0	0	4	16	5

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76				1	
77					1
78					1
79				1	
80				1	
81				1	
82			1		
83				1	
84				1	
85				1	
86			1		
87					1
88					1
89				1	
90				1	
91				1	
92			1		
93				1	
94				1	
95				1	
96				1	
97				1	
98				1	
99			1		
100				1	
TOTAL	0	0	4	17	4

GRAND TOTAL	1	0	16	64	19
--------------------	---	---	----	----	----

**3. Kondisi sumber daya manusia
Kerapihan dan keramahan staff dan karyawan**

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1					1
2					1
3				1	
4			1		
5				1	
6				1	
7				1	
8				1	
9				1	
10				1	
11				1	
12				1	
13				1	
14					1
15					1
16		1			
17				1	
18				1	
19				1	
20					1
21				1	
22				1	
23			1		
24				1	
25				1	
TOTAL	0	1	2	17	5

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26					1
27				1	
28					1
29	1				
30				1	
31				1	
32				1	
33				1	
34			1		
35					1
36					1
37				1	
38				1	
39				1	
40					1
41			1		
42					1
43				1	
44				1	
45				1	
46				1	
47				1	
48			1		
49				1	
50				1	
TOTAL	1	0	3	15	6

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51				1	
52				1	
53				1	
54				1	
55				1	
56			1		
57				1	
58				1	
59			1		
60					1
61				1	
62				1	
63				1	
64				1	
65					1
66					1
67				1	
68				1	
69			1		
70				1	
71				1	
72			1		
73					1
74				1	
75					1
TOTAL	0	0	4	16	5

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76				1	
77				1	
78				1	
79					1
80				1	
81					1
82			1		
83				1	
84				1	
85				1	
86				1	
87				1	
88				1	
89				1	
90				1	
91				1	
92			1		
93			1		
94				1	
95				1	
96				1	
97					1
98					1
99					1
100					1
TOTAL	0	0	3	16	6

GRAND TOTAL	1	1	12	64	22
--------------------	---	---	----	----	----

**4. PT. Bank Cimb Niaga Makassar memiliki media transaksi
seperti brosur dan formulir transaksi yang lengkap**

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1					1
2					1
3					1
4					1
5					1
6					1
7				1	
8				1	
9					1
10					1
11				1	
12					1
13				1	
14					1
15					1
16					1
17					1
18					1
19					1
20					1
21					1
22					1
23					1
24					1
25					1
TOTAL	0	0	0	4	21

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26					1
27					1
28					1
29					1
30					1
31					1
32					1
33				1	
34				1	
35					1
36				1	
37					1
38					1
39					1
40					1
41				1	
42				1	
43					1
44					1
45					1
46					1
47					1
48					1
49					1
50					1
TOTAL	0	0	0	5	20

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51					1
52					1
53				1	
54					1
55					1
56					1
57					1
58					1
59					1
60				1	
61					1
62				1	
63				1	
64					1
65					1
66					1
67					1
68					1
69					1
70					1
71					1
72					1
73					1
74					1
75					1
TOTAL	0	0	0	4	21

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76					1
77					1
78					1
79					1
80					1
81					1
82					1
83					1
84				1	
85					1
86				1	
87					1
88					1
89					1
90					1
91					1
92					1
93					1
94					1
95					1
96				1	
97				1	
98				1	
99					1
100					1
TOTAL	0	0	0	5	20

GRAND TOTAL	0	0	0	18	82
--------------------	---	---	---	----	----

Raport
1. Kegiatan PT. Bank Cita Nings Makasar
Menyebutkan bank berdasarkan

Kelembagaan	2017	2018	2019	2020
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				
34				
35				
36				
37				
38				
39				
40				
41				
42				
43				
44				
45				
46				
47				
48				
49				
50				
51				
52				
53				
54				
55				
56				
57				
58				
59				
60				
61				
62				
63				
64				
65				
66				
67				
68				
69				
70				
71				
72				
73				
74				
75				
76				
77				
78				
79				
80				
81				
82				
83				
84				
85				
86				
87				
88				
89				
90				
91				
92				
93				
94				
95				
96				
97				
98				
99				
100				

Kelembagaan	2017	2018	2019	2020
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				
34				
35				
36				
37				
38				
39				
40				
41				
42				
43				
44				
45				
46				
47				
48				
49				
50				
51				
52				
53				
54				
55				
56				
57				
58				
59				
60				
61				
62				
63				
64				
65				
66				
67				
68				
69				
70				
71				
72				
73				
74				
75				
76				
77				
78				
79				
80				
81				
82				
83				
84				
85				
86				
87				
88				
89				
90				
91				
92				
93				
94				
95				
96				
97				
98				
99				
100				

Kelembagaan	2017	2018	2019	2020
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				
34				
35				
36				
37				
38				
39				
40				
41				
42				
43				
44				
45				
46				
47				
48				
49				
50				
51				
52				
53				
54				
55				
56				
57				
58				
59				
60				
61				
62				
63				
64				
65				
66				
67				
68				
69				
70				
71				
72				
73				
74				
75				
76				
77				
78				
79				
80				
81				
82				
83				
84				
85				
86				
87				
88				
89				
90				
91				
92				
93				
94				
95				
96				
97				
98				
99				
100				

Kelembagaan	2017	2018	2019	2020
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				
31				
32				
33				
34				
35				
36				
37				
38				
39				
40				
41				
42				
43				
44				
45				
46				
47				
48				
49				
50				
51				
52				
53				
54				
55				
56				
57				
58				
59				
60				
61				
62				
63				
64				
65				
66				
67				
68				
69				
70				
71				
72				
73				
74				
75				
76				
77				
78				
79				
80				
81				
82				
83				
84				
85				
86				
87				
88				
89				
90				
91				
92				
93				
94				
95				
96				
97				
98				
99				
100				

Bank Cita Nings Makasar

Responsiveness (Daya Tanggap)

1. Kejelasan informasi yang diterima oleh nasabah

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1					1
2					1
3					1
4			1		
5				1	
6				1	
7				1	
8					1
9			1		
10					1
11					1
12					1
13					1
14					1
15					1
16				1	
17				1	
18				1	
19				1	
20				1	
21				1	
22				1	
23				1	
24					1
25				1	
TOTAL	0	0	2	12	11

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26				1	
27				1	
28				1	
29				1	
30					1
31					1
32				1	
33				1	
34					1
35				1	
36					1
37			1		
38					1
39				1	
40					1
41					1
42				1	
43				1	
44				1	
45				1	
46				1	
47				1	
48				1	
49					1
50			1		
TOTAL	0	0	2	15	8

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51					1
52				1	
53				1	
54				1	
55				1	
56				1	
57				1	
58				1	
59				1	
60				1	
61			1		
62				1	
63				1	
64				1	
65					1
66					1
67					1
68					1
69					1
70					1
71			1		
72					1
73				1	
74				1	
75				1	
TOTAL	0	0	2	15	8

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76				1	
77				1	
78				1	
79				1	
80			1		
81				1	
82			1		
83					1
84					1
85					1
86					1
87				1	
88				1	
89				1	
90				1	
91				1	
92				1	
93				1	
94				1	
95				1	
96					1
97					1
98					1
99			1		
100			1		
TOTAL	0	0	4	14	7

GRAND TOTAL	0	0	10	56	34
--------------------	---	---	----	----	----

2. Ketersediaan staff/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi oleh nasabah

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1					1
2					1
3					1
4					1
5					1
6				1	
7			1		
8				1	
9				1	
10				1	
11				1	
12				1	
13	1				
14				1	
15				1	
16				1	
17				1	
18				1	
19		1			
20				1	
21				1	
22			1		
23			1		
24				1	
25				1	
TOTAL	1	1	3	15	5

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26				1	
27				1	
28				1	
29			1		
30					1
31					1
32					1
33					1
34					1
35					1
36					1
37					1
38				1	
39				1	
40	1				
41				1	
42				1	
43				1	
44				1	
45			1		
46			1		
47			1		
48				1	
49				1	
50				1	
TOTAL	1	0	4	12	8

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51	1				
52					1
53					1
54					1
55					1
56			1		
57			1		
58			1		
59				1	
60				1	
61				1	
62				1	
63				1	
64				1	
65				1	
66				1	
67					1
68					1
69				1	
70					1
71					1
72				1	
73				1	
74				1	
75				1	
TOTAL	1	0	3	13	8

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76				1	
77				1	
78				1	
79				1	
80				1	
81				1	
82				1	
83				1	
84	1				
85		1			
86					1
87					1
88					1
89					1
90					1
91					1
92					1
93				1	
94				1	
95				1	
96				1	
97				1	
98				1	
99				1	
100				1	
TOTAL	1	1	0	16	7

GRAND TOTAL	4	2	10	56	28
--------------------	---	---	----	----	----

3. Kecepat-tanggapan karyawan dalam melayani nasabah

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1			1		
2			1		
3					1
4					1
5					1
6		1			
7				1	
8				1	
9				1	
10				1	
11				1	
12			1		
13			1		
14			1		
15					1
16					1
17					1
18			1		
19			1		
20			1		
21				1	
22				1	
23				1	
24				1	
25				1	
TOTAL	0	1	8	10	6

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26			1		
27			1		
28			1		
29			1		
30					1
31					1
32					1
33				1	
34				1	
35				1	
36				1	
37				1	
38				1	
39				1	
40				1	
41				1	
42				1	
43					1
44					1
45			1		
46			1		
47			1		
48				1	
49				1	
50				1	
TOTAL	0	0	7	13	5

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51			1		
52			1		
53			1		
54			1		
55			1		
56				1	
57				1	
58				1	
59				1	
60				1	
61				1	
62				1	
63				1	
64				1	
65				1	
66				1	
67				1	
68				1	
69				1	
70				1	
71				1	
72				1	
73					1
74					1
75					1
TOTAL	0	0	5	17	3

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76				1	
77				1	
78				1	
79				1	
80				1	
81				1	
82				1	
83				1	
84		1			
85				1	
86				1	
87				1	
88				1	
89				1	
90				1	
91				1	
92				1	
93				1	
94				1	
95				1	
96				1	
97				1	
98				1	
99				1	
100			1		
TOTAL	0	1	1	23	0

GRAND TOTAL	0	2	21	63	14
--------------------	---	---	----	----	----

4. Karyawan PT. Bank Cimb Niaga senantiasa mempersiapkan nasabah Administrasi maupun dana yang diperlukan

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1					1
2		1			
3					1
4					1
5					1
6					1
7			1		
8			1		
9			1		
10			1		
11					1
12					1
13				1	
14				1	
15				1	
16				1	
17				1	
18				1	
19				1	
20				1	
21				1	
22				1	
23				1	
24				1	
25				1	
TOTAL	0	1	4	13	7

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26					1
27					1
28		1			
29					1
30					1
31					1
32					1
33					1
34				1	
35				1	
36				1	
37				1	
38				1	
39				1	
40				1	
41				1	
42				1	
43		1			
44				1	
45				1	
46				1	
47			1		
48			1		
49			1		
50			1		
TOTAL	0	2	4	12	7

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51				1	
52				1	
53				1	
54				1	
55				1	
56	1				
57				1	
58				1	
59				1	
60				1	
61				1	
62				1	
63			1		
64			1		
65			1		
66			1		
67				1	
68				1	
69				1	
70					1
71					1
72					1
73					1
74					1
75					1
TOTAL	1	0	4	14	6

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76				1	
77				1	
78				1	
79	1				
80					1
81					1
82					1
83					1
84					1
85				1	
86				1	
87				1	
88				1	
89				1	
90				1	
91			1		
92			1		
93			1		
94			1		
95			1		
96					1
97					1
98					1
99					1
100					1
TOTAL	1	0	5	9	10

GRAND TOTAL	2	3	17	48	30
--------------------	---	---	----	----	----

Realibility (Kehandalan)

. Nasabah PT. Bank Cimb Niaga dapat menikmati layanan transaksi 24 jam *Phone Banking*

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1					1
2					1
3					1
4					1
5					1
6					1
7		1			
8					1
9					1
10				1	
11				1	
12				1	
13				1	
14				1	
15				1	
16				1	
17				1	
18				1	
19				1	
20			1		
21			1		
22				1	
23				1	
24				1	
25				1	
TOTAL	0	1	2	14	8

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26				1	
27			1		
28			1		
29			1		
30				1	
31		1			
32				1	
33				1	
34				1	
35				1	
36				1	
37				1	
38				1	
39				1	
40				1	
41				1	
42				1	
43				1	
44				1	
45					1
46					1
47					1
48					1
49					1
50		1			
TOTAL	0	2	3	15	5

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51			1		
52				1	
53				1	
54				1	
55				1	
56					1
57					1
58					1
59					1
60					1
61					1
62			1		
63			1		
64			1		
65			1		
66				1	
67				1	
68				1	
69				1	
70				1	
71				1	
72					1
73					1
74					1
75					1
TOTAL	0	0	5	10	10

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76			1		
77				1	
78				1	
79				1	
80				1	
81				1	
82				1	
83					1
84					1
85					1
86					1
87					1
88					1
89					1
90				1	
91			1		
92			1		
93				1	
94				1	
95				1	
96				1	
97				1	
98				1	
99				1	
100				1	
TOTAL	0	0	3	15	7

GRAND TOTAL	0	3	13	54	30
--------------------	---	---	----	----	----

2. Ketepatan Waktu Layanan Sesuai Dengan Waktu Yang Dijanjikan

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1					1
2					1
3					1
4					1
5					1
6					1
7					1
8					1
9		1			
10				1	
11				1	
12				1	
13				1	
14				1	
15				1	
16				1	
17				1	
18				1	
19				1	
20			1		
21			1		
22			1		
23			1		
24				1	
25				1	
TOTAL	0	1	4	12	8

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26					1
27					1
28					1
29					1
30					1
31					1
32		1			
33		1			
34			1		
35			1		
36			1		
37			1		
38					1
39					1
40					1
41				1	
42				1	
43				1	
44				1	
45				1	
46				1	
47				1	
48				1	
49				1	
50				1	
TOTAL	0	2	4	10	9

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51				1	
52				1	
53				1	
54					1
55					1
56					1
57					1
58					1
59			1		
60			1		
61			1		
62			1		
63			1		
64			1		
65			1		
66				1	
67				1	
68				1	
69				1	
70				1	
71				1	
72				1	
73				1	
74				1	
75				1	
TOTAL	0	0	7	13	5

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76			1		
77			1		
78			1		
79			1		
80					1
81					1
82					1
83					1
84					1
85					1
86				1	
87				1	
88				1	
89				1	
90				1	
91				1	
92				1	
93			1		
94			1		
95			1		
96			1		
97			1		
98				1	
99				1	
100				1	
TOTAL	0	0	9	10	6

GRAND TOTAL	0	3	24	45	28
--------------------	---	---	----	----	----

3. Kesiapan Karyawan Didalam Melayani Nasabah

RESPONDEN	STS 1	KS 2	RG 3	S 4	SS 5
1			1		
2			1		
3			1		
4			1		
5				1	
6				1	
7				1	
8				1	
9				1	
10				1	
11				1	
12				1	
13				1	
14				1	
15				1	
16				1	
17				1	
18				1	
19				1	
20					1
21					1
22					1
23					1
24					1
25					1
TOTAL	0	0	4	15	6

RESPONDEN	STS 1	KS 2	RG 3	S 4	SS 5
26				1	
27				1	
28				1	
29				1	
30				1	
31				1	
32				1	
33				1	
34				1	
35				1	
36			1		
37			1		
38			1		
39			1		
40			1		
41				1	
42				1	
43				1	
44				1	
45				1	
46				1	
47				1	
48				1	
49				1	
50				1	
TOTAL	0	0	5	20	0

RESPONDEN	STS 1	KS 2	RG 3	S 4	SS 5
51			1		
52				1	
53				1	
54				1	
55				1	
56		1			
57					1
58					1
59					1
60					1
61					1
62					1
63					1
64					1
65		1			
66				1	
67				1	
68				1	
69				1	
70				1	
71				1	
72				1	
73				1	
74				1	
75				1	
TOTAL	0	2	1	14	8

RESPONDEN	STS 1	KS 2	RG 3	S 4	SS 5
76			1		
77			1		
78			1		
79			1		
80			1		
81		1			
82					1
83					1
84					1
85					1
86					1
87					1
88					1
89					1
90					1
91					1
92				1	
93				1	
94				1	
95				1	
96				1	
97				1	
98				1	
99				1	
100				1	
TOTAL	0	1	5	9	10

GRAND TOTAL	0	3	15	58	24
--------------------	---	---	----	----	----

**4. Karyawan PT. Bank CIMB Niaga Terlebih Dahulu Meminta Maaf Kepada Nasabah
jika Terpaksa Harus Menunggu karena Karyawan Tersebut Sedang Melaksanakan Trans:**

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1				1	
2				1	
3				1	
4				1	
5				1	
6				1	
7				1	
8				1	
9				1	
10				1	
11				1	
12				1	
13					1
14					1
15					1
16					1
17					1
18					1
19				1	
20				1	
21				1	
22					1
23					1
24					1
25					1
TOTAL	0	0	0	15	10

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26					1
27					1
28					1
29					1
30					1
31					1
32					1
33					1
34					1
35					1
36					1
37					1
38					1
39					1
40					1
41					1
42					1
43				1	
44				1	
45				1	
46				1	
47				1	
48				1	
49				1	
50				1	
TOTAL	0	0	0	8	17

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51				1	
52				1	
53				1	
54					1
55					1
56					1
57					1
58					1
59					1
60					1
61					1
62					1
63					1
64					1
65					1
66					1
67					1
68					1
69					1
70					1
71				1	
72				1	
73				1	
74				1	
75				1	
TOTAL	0	0	0	8	17

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76					1
77					1
78					1
79					1
80					1
81					1
82					1
83					1
84					1
85				1	
86				1	
87				1	
88				1	
89				1	
90				1	
91				1	
92				1	
93				1	
94				1	
95				1	
96				1	
97				1	
98				1	
99				1	
100				1	
TOTAL	0	0	0	16	9

GRAND TOTAL	0	0	0	47	53
--------------------	---	---	---	----	----

Assurance

1. Karyawan PT. Bank Cimb Niaga memiliki pengetahuan yang baik tentang produk yang ditawarkan oleh PT. Bank CIMB Niaga

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1					1
2					1
3					1
4					1
5					1
6					1
7					1
8				1	
9			1		
10			1		
11			1		
12			1		
13				1	
14				1	
15				1	
16				1	
17				1	
18				1	
19				1	
20				1	
21				1	
22				1	
23				1	
24				1	
25				1	
TOTAL	0	0	4	14	7

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26				1	
27				1	
28				1	
29				1	
30			1		
31			1		
32			1		
33			1		
34			1		
35				1	
36				1	
37				1	
38				1	
39				1	
40					1
41					1
42					1
43					1
44					1
45					1
46					1
47					1
48			1		
49			1		
50			1		
TOTAL	0	0	8	9	8

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51					1
52					1
53					1
54					1
55			1		
56			1		
57			1		
58					1
59					1
60					1
61					1
62					1
63					1
64					1
65					1
66					1
67					1
68					1
69				1	
70				1	
71				1	
72				1	
73				1	
74				1	
75				1	
TOTAL	0	0	3	7	15

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76					1
77				1	
78				1	
79				1	
80		1			
81				1	
82				1	
83				1	
84				1	
85				1	
86				1	
87				1	
88				1	
89				1	
90				1	
91				1	
92				1	
93					1
94					1
95					1
96					1
97					1
98					1
99					1
100					1
TOTAL	0	1	0	15	9

GRAND TOTAL	0	1	15	45	39
--------------------	---	---	----	----	----

2. Karyawan Bank CIMB Niaga Makassar
Selalu Membina Hubungan Baik dengan Nasabah

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1					1
2					1
3					1
4					1
5					1
6					1
7					1
8					1
9			1		
10			1		
11			1		
12			1		
13			1		
14				1	
15				1	
16				1	
17				1	
18				1	
19				1	
20				1	
21				1	
22				1	
23				1	
24				1	
25				1	
TOTAL	0	0	5	12	8

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26				1	
27				1	
28				1	
29				1	
30				1	
31				1	
32				1	
33				1	
34				1	
35				1	
36				1	
37				1	
38				1	
39				1	
40			1		
41			1		
42			1		
43			1		
44					1
45					1
46					1
47					1
48					1
49					1
50					1
TOTAL	0	0	4	14	7

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51			1		
52			1		
53			1		
54					1
55					1
56					1
57					1
58					1
59					1
60					1
61					1
62					1
63					1
64					1
65					1
66					1
67					1
68					1
69					1
70				1	
71				1	
72				1	
73				1	
74				1	
75				1	
TOTAL	0	0	3	6	16

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76			1		
77			1		
78			1		
79			1		
80					1
81					1
82					1
83				1	
84				1	
85				1	
86				1	
87				1	
88				1	
89				1	
90				1	
91				1	
92				1	
93				1	
94				1	
95				1	
96				1	
97				1	
98				1	
99				1	
100				1	
TOTAL	0	0	4	18	3

GRAND TOTAL	0	0	16	50	34
--------------------	---	---	----	----	----

**3. Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Menangani
Seluruh Produk Bank Cimb Niaga Lainnya kepada Nasabah**

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1					1
2					1
3					1
4					1
5					1
6					1
7					1
8					1
9					1
10					1
11					1
12			1		
13			1		
14			1		
15			1		
16			1		
17			1		
18			1		
19				1	
20				1	
21				1	
22				1	
23				1	
24				1	
25				1	
TOTAL	0	0	7	7	11

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26			1		
27			1		
28			1		
29					1
30					1
31					1
32					1
33					1
34					1
35					1
36					1
37					1
38					1
39					1
40					1
41					1
42					1
43				1	
44				1	
45				1	
46				1	
47			1		
48			1		
49			1		
50			1		
TOTAL	0	0	7	4	14

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51					1
52					1
53					1
54					1
55					1
56					1
57					1
58				1	
59				1	
60				1	
61				1	
62				1	
63				1	
64				1	
65				1	
66				1	
67				1	
68				1	
69				1	
70				1	
71				1	
72				1	
73				1	
74				1	
75				1	
TOTAL	0	0	0	18	7

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76				1	
77				1	
78				1	
79				1	
80				1	
81				1	
82				1	
83				1	
84				1	
85				1	
86				1	
87				1	
88				1	
89				1	
90				1	
91				1	
92				1	
93				1	
94				1	
95				1	
96				1	
97				1	
98				1	
99			1		
100			1		
TOTAL	0	0	2	23	0

GRAND TOTAL	0	0	16	52	32
--------------------	---	---	----	----	----

4. Bagi Nasabah Baru, Karyawan PT. Bank CIMB Niaga

Terlebih Dahulu Selalu Menjelaskan Keuntungan Jenis Produk yang Ditawarkan

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1				1	
2				1	
3				1	
4				1	
5				1	
6			1		
7			1		
8				1	
9				1	
10				1	
11				1	
12				1	
13				1	
14				1	
15				1	
16				1	
17				1	
18				1	
19				1	
20				1	
21				1	
22				1	
23				1	
24				1	
25				1	
TOTAL	0	0	2	23	0

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26					1
27					1
28					1
29					1
30					1
31					1
32					1
33					1
34			1		
35					1
36					1
37					1
38					1
39					1
40					1
41					1
42					1
43					1
44					1
45					1
46					1
47					1
48					1
49					1
50					1
TOTAL	0	0	1	0	24

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51				1	
52				1	
53				1	
54				1	
55				1	
56				1	
57				1	
58				1	
59				1	
60				1	
61				1	
62				1	
63				1	
64					1
65					1
66					1
67		1			
68					1
69					1
70					1
71					1
72					1
73					1
74					1
75					1
TOTAL	0	1	0	13	11

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76			1		
77			1		
78					1
79					1
80					1
81					1
82					1
83					1
84					1
85					1
86					1
87					1
88					1
89					1
90					1
91		1			
92				1	
93				1	
94				1	
95				1	
96				1	
97				1	
98				1	
99				1	
100				1	
TOTAL	0	1	2	9	13

GRAND TOTAL	0	2	5	45	48
--------------------	---	---	---	----	----

Kepuasan Nasabah
1. Layanan yang diberikan pada PT.Bank Cimb Niaga
Sesuai dengan nasabah yang harapkan

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1					1
2					1
3					1
4					1
5					1
6					1
7			1		
8			1		
9					1
10					1
11					1
12					1
13					1
14					1
15					1
16					1
17					1
18					1
19					1
20					1
21					1
22					1
23					1
24					1
25					1
TOTAL	0	0	2	0	23

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26				1	
27				1	
28				1	
29				1	
30				1	
31				1	
32			1		
33				1	
34				1	
35				1	
36			1		
37				1	
38				1	
39				1	
40			1		
41					1
42					1
43					1
44					1
45					1
46					1
47					1
48				1	
49				1	
50				1	
TOTAL	0	0	3	15	7

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51			1		
52			1		
53				1	
54				1	
55				1	
56				1	
57				1	
58				1	
59				1	
60				1	
61				1	
62				1	
63				1	
64				1	
65				1	
66				1	
67				1	
68				1	
69				1	
70				1	
71				1	
72			1		
73			1		
74			1		
75	1				
TOTAL	1	0	5	19	0

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76				1	
77		1			
78				1	
79				1	
80				1	
81				1	
82				1	
83				1	
84				1	
85				1	
86				1	
87				1	
88				1	
89				1	
90		1			
91				1	
92			1		
93			1		
94			1		
95				1	
96				1	
97				1	
98				1	
99				1	
100				1	
TOTAL	0	2	3	20	0

GRAND TOTAL	1	2	13	54	30
--------------------	---	---	----	----	----

2. Bank CIMB Niaga Makassar telah Memberikan Layanan Terbaik kepada Nasabah

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1					1
2					1
3					1
4					1
5					1
6					1
7		1			
8				1	
9				1	
10				1	
11				1	
12				1	
13				1	
14				1	
15				1	
16			1		
17			1		
18			1		
19				1	
20				1	
21				1	
22				1	
23				1	
24				1	
25				1	
TOTAL	0	1	3	15	6

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26					1
27		1			
28					1
29					1
30					1
31					1
32					1
33					1
34					1
35					1
36					1
37					1
38					1
39					1
40			1		
41			1		
42			1		
43			1		
44				1	
45				1	
46				1	
47				1	
48				1	
49				1	
50				1	
TOTAL	0	1	4	7	13

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51				1	
52				1	
53				1	
54				1	
55				1	
56				1	
57			1		
58			1		
59			1		
60				1	
61				1	
62				1	
63				1	
64				1	
65				1	
66				1	
67				1	
68				1	
69				1	
70				1	
71				1	
72				1	
73				1	
74				1	
75				1	
TOTAL	0	0	3	22	0

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76			1		
77			1		
78			1		
79			1		
80					1
81					1
82					1
83					1
84					1
85					1
86					1
87					1
88					1
89					1
90					1
91				1	
92				1	
93				1	
94				1	
95				1	
96				1	
97				1	
98				1	
99				1	
100			1		
TOTAL	0	0	5	9	11

GRAND TOTAL	0	2	15	53	30
--------------------	---	---	----	----	----

**3. Respon Nasabah Telah Memberikan Keputusan yang Bijaksana
untuk Menggunakan Layanan Produk PT. Bank CIMB Niaga**

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1			1		
2				1	
3				1	
4				1	
5				1	
6				1	
7				1	
8				1	
9				1	
10				1	
11				1	
12				1	
13			1		
14			1		
15			1		
16					1
17					1
18					1
19					1
20					1
21					1
22					1
23					1
24					1
25					1
TOTAL	0	0	4	11	10

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26				1	
27				1	
28				1	
29				1	
30				1	
31				1	
32				1	
33			1		
34			1		
35					1
36					1
37					1
38					1
39					1
40					1
41					1
42					1
43					1
44					1
45					1
46					1
47					1
48					1
49					1
50			1		
TOTAL	0	1	2	7	15

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51				1	
52				1	
53				1	
54				1	
55				1	
56				1	
57				1	
58				1	
59				1	
60				1	
61				1	
62				1	
63					1
64					1
65					1
66					1
67					1
68			1		
69					1
70					1
71					1
72					1
73					1
74					1
75					1
TOTAL	0	0	1	12	12

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76			1		
77					1
78					1
79					1
80					1
81					1
82					1
83					1
84			1		
85					1
86					1
87					1
88					1
89					1
90					1
91					1
92					1
93					1
94					1
95					1
96					1
97					1
98					1
99					1
100					1
TOTAL	0	0	2	0	23

GRAND TOTAL	0	1	9	30	60
--------------------	---	---	---	----	----

**4. Nasabah Merasa Puas Menjadi Pelanggan
PT.Bank CIMB Niaga Dibanding dengan Bank Lain**

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
1				1	
2				1	
3				1	
4				1	
5		1			
6				1	
7				1	
8				1	
9				1	
10				1	
11				1	
12				1	
13			1		
14					1
15					1
16					1
17					1
18					1
19					1
20					1
21					1
22					1
23					1
24					1
25					1
TOTAL	0	1	1	11	12

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
26		1			
27				1	
28				1	
29				1	
30				1	
31				1	
32				1	
33				1	
34			1		
35				1	
36				1	
37				1	
38				1	
39				1	
40				1	
41				1	
42				1	
43				1	
44				1	
45				1	
46				1	
47				1	
48				1	
49				1	
50				1	
TOTAL	0	1	1	23	0

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
51				1	
52				1	
53				1	
54				1	
55			1		
56				1	
57				1	
58				1	
59				1	
60				1	
61				1	
62				1	
63				1	
64				1	
65				1	
66				1	
67				1	
68				1	
69				1	
70					1
71					1
72					1
73					1
74					1
75					1
TOTAL	0	0	1	18	6

RESPONDEN	STS	KS	RG	S	SS
	1	2	3	4	5
76					1
77					1
78					1
79					1
80					1
81					1
82					1
83					1
84					1
85					1
86					1
87					1
88					1
89					1
90					1
91					1
92					1
93					1
94					1
95					1
96					1
97					1
98					1
99					1
100					1
TOTAL	0	0	0	0	25

GRAND TOTAL	0	2	3	52	43
--------------------	---	---	---	----	----

TABEL RESPONDEN

NO	INDIKATOR	STS	KS	RG	S	SS	PENJELASAN
1	Kondisi peralatan : kemodernan peralatan yang dimiliki oleh PT. Bank Cimb Niaga Makassar	0	1	5	70	24	Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa hanya 1 orang (1%) persentase dari nasabah yang menganggap bahwa peralatan yang dimiliki Bank CIMB Niaga tidak modern, 5 orang (5%) berpendapat ragu-ragu. Namun sebagian besar dari responden yaitu sebanyak 70 orang (70%) setuju & 24 orang (24%) sangat setuju. Dari indikasi hasil kuesioner tersebut dapat disimpulkan bahwa fasilitas yang disediakan oleh pihak bank CIMB Niaga telah cukup modern sehingga dapat memenuhi standar kepuasan responden dengan sangat baik. Seperti hasil kuesioner, pada hasil wawancara pun penulis mendapat tanggapan yang sama dari responden bahwa standar modernitas peralatan yang disediakan oleh pihak Bank."Adapun kutipan hasil wawancara yang dilakukan dengan bapak Benedictus Hosea sebagai nasabah PT. Bank CIMB Niaga yaitu "Untuk bangunan dan fasilitas fisiknya memadai, dapat memenuhi kebutuhan karena dilengkapi AC dan juga toilet untuk nasabah, jadi kami merasa nyaman saat menunggu"
	Kondisi karyawan dan gedung Kenyamanan dan kebersihan fasilitas fisik	1	0	16	64	19	Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa dari 100 orang responden 1 orang (1%) dari responden sangat tidak setuju, tidak ada responden (0%) yang kurang setuju, 16 orang (16%) memilih ragu-ragu. Sedangkan responden yang setuju sebanyak 64 orang (64%) dan sebanyak 19 orang (19%) yang menyatakan setuju. Hasil tersebut di atas menunjukkan bahwa pada umumnya responden setuju bahwa standar kenyamanan & fasilitas gedung di Bank CIMB Niaga dapat memenuhi standar ekspektasi kepuasan nasabah."Petugas kebersihan terlihat rutin membersihkan, tidak heran kenapa tempatnya cukup bersih dan wangi. Padahal saat ini banyak nasabah yang sedang antri"
	Kondisi sumber daya manusia Kerapihan dan keramahan staff dan karyawan	1	1	12	64	22	Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, diketahui bahwa sebanyak 1 orang (1%) memilih sangat tidak setuju, 1 orang (1%) kurang setuju, namun sebanyak 12 orang (12%) ragu-ragu, 64 orang (64%) berpendapat setuju dan 22 orang (22%) sangat setuju bahwa staff di Bank CIMB Niaga menjaga kerapiahannya dan bersikap ramah terhadap nasabah. Hal ini tidak terlepas dari standarisasi yang diterapkan bank CIMB Niaga di seluruh cabangnya sehingga dapat menyeragamkan kualitas sumber daya manusia yang menjadi karyawannya, selain itu dilakukan pula pelatihan secara berkala yang diharapkan dapat membentuk karyawan yang berkinerja sesuai dengan standard operational procedure yang berlaku. Menurut bapak A. Hasbullah selaku Service Manager di PT. Bank CIMB Niaga pada kutipan wawancara yang dilakukan bahwa "Perusahaan sangat menekankan kerapihan dan keramahan bagi setiap karyawan kepada nasabah menjadi kewajiban dan salah satu prioritas setiap mereka bertugas. Selain itu, hal ini juga diatur dalam peraturan dan diterap
	PT. Bank Cimb Niaga Makassar memiliki media transaksi seperti brosur dan formulir transaksi yang lengkap	0	0	0	18	82	Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, dominan responden memilih setuju sebanyak 18 orang (18%) dan sebanyak 82 orang (82%) bahwa bank CIMB Niaga memiliki instrumen promosi media transaksi dan formulir yang lengkap yang dibutuhkan oleh nasabah untuk mempermudah transaksi dan memberikan informasi perbankan yang memadai bagi para nasabah. Kemudahan informasi dan akses saat ini merupakan salah satu hal krusial yang dibutuhkan oleh pelanggan dalam aspek usaha apapun. Oleh karena itu, ketanggapan perusahaan dalam mengetahui dan mengambil langkah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sangat berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan tersebut.

<p>Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Makassar membuat kartu ucapan Hari raya dan tahun baru bagi nasabah yang merayakan hari raya</p>	0	2	31	47	20	<p>Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju, 2 orang (2%) dari reponden memilih kurang setuju, sebagian lain lagi sebesar 31 orang (31%) ragu-ragu terhadap pernyataan bahwa pihak Bank CIMB Niaga membuat kartu ucapan pada setiap hari raya untuk nasabah yang merayakannya. Sedangkan 47 orang (47%) dari responden memilih setuju dan 20 orang (20%) lagi sangat setuju. Sesuai dengan jumlah tersebut di atas, maka dapat disimpulkan bahwa responden memberikan tanggapan positif terhadap pernyataan bahwa pihak Bank CIMB Niaga memberikan kartu ucapan pada setiap hari raya bagi nasabah yang merayakan. Perhatian perusahaan kepada nasabahnya, salah satunya ditunjukkan dengan cara memberikan perhatian terhadap hal-hal yang dianggap penting oleh nasabah. Dalam hal ini khususnya di area Indonesia yang merupakan negara dengan berbagai kultur budaya yang berbeda yang mana hal tersebut menjadi latar belakang dari nasabah di Bank CIMB Niaga. Perayaan keagamaan merupaka</p>
<p>Karyawan PT. Bank Cimb Niaga Makassar melakukan komunikasi dengan nasabah, baik dalam surat menyurat maupun hubungan telepon</p>	0	4	23	57	16	<p>Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, 4 orang (4%) diantaranya memilih kurang setuju, 23 orang (23%) berpendapat ragu-ragu, namun sebagian besar lagi memilih setuju untuk pernyataan bahwa staff bank CIMB Niaga melakukan komunikasi secara baik melalui surat-menyurat ataupun melalui telepon, sedangkan 16 orang (16%) dari responden memilih sangat setuju. Jumlah tersebut di atas menunjukkan hasil yang positif dari para responden yang menyatakan bahwa pihak Bank CIMB Niaga melakukan komunikasi yang baik terkait dengan korespondensi melalui surat ataupun melalui komunikasi telepon.</p>
<p>Bagi nasabah baru, karyawan PT. Bank Cimb Niaga Makassar terlebih dahulu menjelaskan keuntungan untuk semua produk</p>	4	2	10	56	28	<p>Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, sebagian kecil responden memilih sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%), sebanyak 2 orang (2%) memilih kurang setuju, sebanyak 10 orang (10%) dari responden ragu-ragu akan pernyataan bahwa bank CIMB Niaga menjelaskan keuntungan dari produk yang ada. Sebanyak 46 orang (56%) setuju & 28 orang (28%) memilih sangat setuju. Jumlah di atas menunjukkan bahwa para responden setuju bahwa pihak bank CIMB Niaga memberikan penjelasan kepada nasabah baru mengenai keuntungan dari produk yang ada. Menurut kutipan wawancara dengan nasabah di bank CIMB Niaga mengatakan "Pada waktu pembukaan rekening saya mereka (Customer Service) memberikan informasi dan memberikan penjelasan yang cukup detail terkait produk serta program yang dimiliki oleh pihak bank sendiri".</p>

3	RESPONSIVENESS	Kejelasan informasi yang diterima oleh nasabah	0	0	10	56	34	Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, tidak ada responden yang memilih sangat tidak setuju dan kurang setuju. Sebanyak 10 orang (10%) dari responden ragu-ragu, 56 orang (56%) dari responden setuju dengan pernyataan bahwa pihak Bank CIMB Niaga memberikan informasi yang jelas kepada nasabahnya. Sedangkan 34 orang (34%) dari responden sangat setuju. Dari jumlah tersebut diketahui bahwa sebagian besar responden setuju bahwa pihak bank CIMB Niaga memberikan informasi yang jelas kepada nasabah. Melalui hasil wawancara dengan nasabah di bank CIMB Niaga, yaitu "Untuk info yang diberikan cukup jelas, tidak berbelit-belit dan menurut saya bermanfaat untuk kebutuhan saya"
		Ketersediaan staff/karyawan untuk membantu kesulitan yang dihadapi oleh nasabah	4	2	10	56	28	Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, sebagian kecil responden memilih sangat tidak setuju sebanyak 4 orang (4%), sebanyak 2 orang (2%) kurang setuju, sedangkan sebanyak 10 orang (10%) memilih ragu-ragu. Lalu sebagian besar dari responden memilih setuju sebanyak 46 orang (56%) terhadap pernyataan tersedianya staff untuk membantu kesulitan yang dihadapi oleh nasabah, serta 28 orang (28%) lainnya memilih sangat setuju. Dari jumlah tersebut di atas dapat disimpulkan bahwa nasabah setuju bahwa pihak bank CIMB Niaga telah menyediakan staff yang cukup untuk menghadapi segala kesulitan yang dihadapi oleh nasabahnya. Hal tersebut pun sesuai dengan hasil wawancara dengan bapak A. Hasbubillah selaku operasional manager bank CIMB Niaga yaitu "Untuk standar jumlah staff tentu saja disesuaikan dengan mining yang ada. Hal ini untuk memaksimalkan kinerja dan waktu pelayanan kepada setiap nasabah".
		Kecepat-tanggapan karyawan dalam melayani nasabah	0	2	21	63	14	Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, 2 orang (2%) diantaranya kurang setuju, 21 orang (21%) ragu-ragu bahwa staff bank CIMB Niaga cepat dan tanggap dalam melayani nasabah. 63 orang (63%) dari responden berpendapat bahwa mereka setuju dan sisanya 14 orang (14%) memilih sangat setuju. Dari jumlah di atas, maka dapat disimpulkan bahwa standar pelayanan di bank CIMB Niaga dalam hal kecepat tanggapan mereka dalam melayani nasabah telah berhasil dengan baik. Sehingga memberikan tingkat kepuasan yang cukup tinggi dari para nasabah. Selain itu diungkapkan dalam wa'awancara dengan ibu Susana yang merupakan nasabah di bank CIMB Niaga bahwa "Pelayanan yang diberikan cukup cepat, terus kalau ada pertanyaan atau hal yang kurang jelas, mereka selalu memberikan jawaban yang memuaskan"
		Karyawan PT. Bank Cimb Niaga senantiasa mempersiapkan nasabah Administrasi maupun dana yang diperlukan	2	3	17	48	30	Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, sebanyak 2 orang (2%) responden memilih sangat tidak setuju sedangkan 3 orang (3%) lainnya memilih kurang setuju. Selain itu sebanyak 17 orang (17%) dari responden memilih ragu-ragu terhadap pernyataan bahwa pihak bank CIMB Niaga telah menyediakan administrasi ataupun dana yang dibutuhkan oleh nasabah. Kemudian responden yang menyatakan setuju sebanyak 48 orang (48%) dan yang sangat setuju sebanyak 30 orang (30%). Dari data yang disebutkan di atas maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responde setuju bahwa pihak bank CIMB Niaga telah menyediakan admnistrasi serta dana yang dibutuhkan oleh nasabah.

4	REALIBILITY	Nasabah PT. Bank Cimb Niaga dapat menikmati layanan transaksi 24 jam Phone Banking	0	3	13	54	30	<p>Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, sebagian kecil memberikan komentar positif yaitu sekitar 3 orang (3%) kurang setuju dan 13 orang (13%) ragu-ragu. Sedangkan untuk sebagian besar responden memberikan tanggapan yang positif yaitu sekitar 54 orang (54%) setuju dan 30 orang (30%) setuju.</p> <p>Dari data yang disebutkan di atas, diketahui bahwa pihak bank CIMB Niaga mendapatkan penilaian positif sehubungan dengan penyediaan fasilitas phone banking yang mereka sediakan. Terlihat dari besarnya tanggapan positif tersebut, dapat disimpulkan bahwa pihak bank CIMB Niaga memberikan perhatian terhadap kemudahan pelanggan dalam melakukan transaksi dalam bentuk apapun melalui sistem online.</p> <p>Pada kutipan wawancara dengan Service Office bank CIMB Niaga ibu Herlina Limpo mengatakan "Untuk sistem online sendiri pihak bank CIMB Niaga selalu melakukan evaluasi agar server tidak down dan dapat melayani nasabah setiap saat dibutuhkan. Hal ini diperlukan untuk menjaga kepercayaan nasabah kepada kami dan melaksanakan komitmen kami kepada mereka".</p>
		Ketepatan Waktu Layanan Sesuai Dengan Waktu Yang Dijanjikan	0	3	24	45	28	<p>Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, sekitar 3 orang (3%) dari responden memilih kurang setuju, 24 orang (24%) ragu-ragu, sedangkan sebagian dari responden yaitu sebanyak 45 orang (45%) setuju dengan pernyataan bahwa mereka mendapat pelayanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan dari bank CIMB Niaga. Kemudian sisanya sebanyak 28 orang (28%) memilih sangat setuju.</p> <p>Dari data di atas dapat disimpulkan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak Bank CIMB Niaga sesuai dengan waktu yang dijanjikan. Hal ini berdasarkan persentase dari kuesioner yang dibagikan oleh penulis.</p> <p>Adapun dengan hasil wawancara dengan ibu Susana yang merupakan nasabah di bank CIMB Niaga bahwa "Pelayanan yang diberikan cukup cepat, terus kalau ada pertanyaan atau hal yang kurang jelas, mereka selalu memberikan jawaban yang memuaskan"</p> <p>Pelayanan yang cepat merupakan salah satu factor yang cukup menentukan tingkat kepuasan nasabah. Tapi harus tetap diperhatikan jangan sampai pelayanan yang cepat malah tidak mendapatkan hasil pekerjaan yang maksimal dan sesuai dengan standar yang diinginkan.</p>
		Kesiapan Karyawan Didalam Melayani Nasabah	0	3	15	58	24	<p>Tabel di atas menunjukkan dari 100 orang responden, tidak ada responden yang memilih tidak setuju, 3 orang (3%) memilih kurang setuju, sedangkan sebanyak 15 orang (15%) responden memilih ragu-ragu. Sebanyak 61 orang (58%) setuju dengan pernyataan bahwa pihak bank CIMB Niaga mempunyai karyawan yang siap dalam melayani nasabah sedangkan sebanyak 24 orang (24%) responden memilih sangat setuju.</p> <p>Dari tabel di atas, menunjukkan hasil bahwa pelayanan yang disediakan oleh pihak Bank CIMB Niaga termasuk mempersiapkan sumber daya manusia yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan. Sebab diketahui bahwa kepuasan pelanggan terhadap pelayanan jasa yang disediakan adalah hal yang terpenting dalam mempertahankan kredibilitas dan kualitas jasa suatu perusahaan, yang mana dalam hal ini adalah bank CIMB Niaga.</p>

CIMB CLICKS x branchesbanking.cimb: x


PT BANK CIMB NIAGA TBK (JD) | https://www.cimbclicks.co.id/b-cimbniaga/Login.html


Personal Banking Credit Card


Home Bahasa Indonesia




Welcome to CIMB Clicks Internet Banking


User ID [Forgot ID? Click here](#)

Type the code shown  [Try another code](#)

 Don't have User ID? [Sign up here](#)

 Open First CIMB Niaga Account [Register here](#)

 You have questions?  See us in action  Talk to us



BE MORE AWARE!


Ignore any phone calls or SMS claiming on behalf of the bank asking for user User ID, PIN, Passcode and Password.

Never share your confidential data

[Click here for other promotions](#)

Do not give your User ID, Password & PIN to anyone!

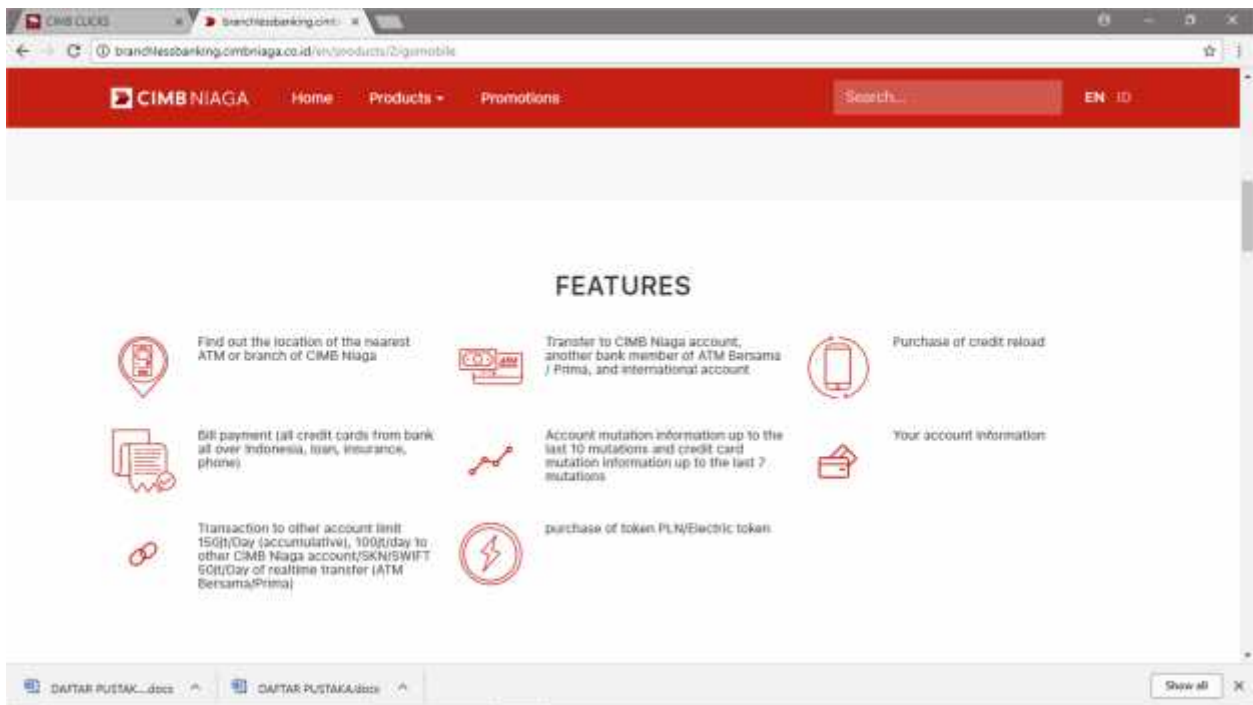
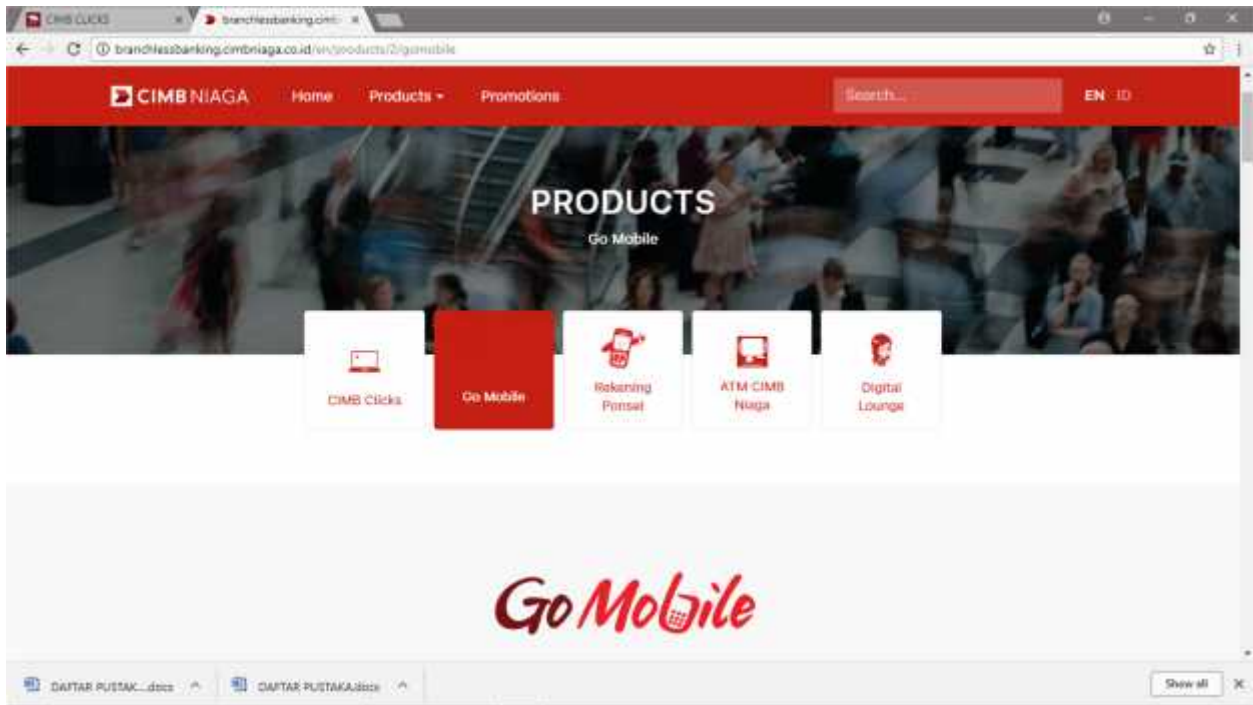
[CLICK HERE](#) to see tips to transact securely with your gadget/PC

 [Terms & Conditions](#)

All rights reserved. Copyright © 2014 CIMB Bank
Best viewed with Microsoft (IE 10) / Mozilla Firefox 28, or later. 1824x768 resolution

DAFTAR PUSTAKA...docx DAFTAR PUSTAKA.docx

KET : CIMB CLICKS (INTERNET BANKING)









KET : LAYANAN MOBILE BANKING

CIMB NIAGA Home Products Promotions Search... EN ID

Calendar Location 14041 14041@cimbniaga.co.id

INTRODUCTION TO REKENING PONSEL

FEATURES

- 
 Pay phone bills, credit cards, airline tickets, loans, education, insurance, environment, and internet/cable TV
- 
 Purchase prepaid credit for Sympany, US, Mentari, IM3, M2, Asik, Three (3) and XL
- 
 Shop with your phone at merchants that have collaborated with CIMB Niaga
- 
 Cash deposit throughout CIMB Niaga cash deposit machine
- 
 Withdraw cash at all ATM CIMB Niaga
- 
 Transfer to and from other bank account through ATM Bersama/Prima








FREE Transfer to all mobile phones. [Belanja Tanpa Cemas Bersama](#)

CIMB NIAGA Home Products Promotions Search... EN ID

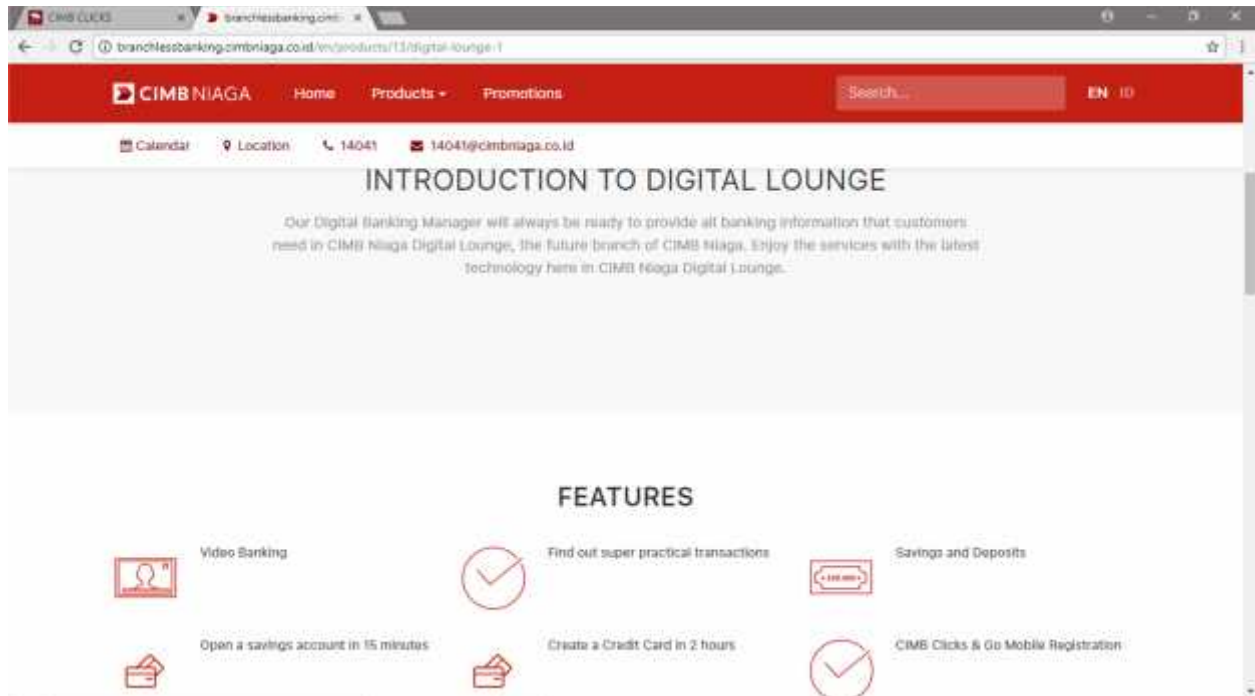
Calendar Location 14041 14041@cimbniaga.co.id

INTRODUCTION TO ATM CIMB NIAGA

FEATURES

- 
 Registration, mobile phone number change and deletion for CIMB Clicks, Go Mobile, Phone Banking
- 
 Transfer to CIMB Niaga account or other bank account member of ATM Bersama / Prima
- 
 Purchase of credit reload
- 
 Paying Bills
- 
 Know the account information and the last 10 transaction account mutation information
- 
 Cash deposit to CIMB NIAGA personal account or other CIMB NIAGA account up to Rp200,000,000 per day / card
- 
 Denominations of money that you can deposit are Rp 20.000, Rp 50.000, and Rp 100.000

KET : LAYANAN REKENING PONSEL



KET : LAYANAN REKENING PONSEL



KET : LAYANAN MOBIL KAS



KET : SUASANA DIRUANGAN ATM (ANJUNGAN TUNAI MANDIRI)



KET : SUASANA ANTRIAN DI BANKING HALL



KET : SUASANA RUANGAN PRIORITAS



KET : SUASANA DI CUSTOMER SERVICE

RIWAYAT HIDUP

Nama : Fanny Susanti Rafiq

Tempat/Tanggal Lahir : UjungPandang, 23 agustus 1987

Agama : Islam

Alamat Rumah : Jl. Hertasning Komp.Gubernuran Blok E.17 No. 8

Nomor Telepon : 081313020122

Status Pernikahan : Menikah

Asal Instansi : Kantor Kelautan dan Perikanan Kab. Selayar

Alamat Instansi : Jl. MT Haryono, Benteng, Benteng Selayar

Nomor Telepon Instansi : -

Jabatan : Pegawai Sukarela

Riwayat Pendidikan : SDN Inpres Gunung Sari Baru (1993-1999)
SMPN Negeri 33 Makassar (1999 – 2002)
SMK Negeri 4 Makassar (2002 – 2005)
Quality Tourism School (2005 – 2006)