



INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur perbedaan persepsi pelayanan berdasarkan karakteristik nasabah dan penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan bank BRI. Obyek penelitian adalah kualitas pelayanan BRI yaitu: *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan *tangible*. Nasabah yang diteliti adalah nasabah simpanan BRI wilayah Jakarta, yaitu Kantor Cabang BRI Cut Mutiah dan Kantor Cabang BRI Kebayoran Baru. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan karakteristik dan persepsi nasabah terhadap kualitas pelayanan BRI..

Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 120 nasabah simpanan, dengan asumsi bila ada data yang cacat. Data yang digunakan adalah 100 kuesioner, terdiri dari 50 kuesioner dari nasabah Kantor Cabang BRI Cut Mutiah dan 50 kuesioner dari nasabah Kantor Cabang Kebayoran baru.

Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*, yaitu sampel yang dipilih didasarkan pada pertimbangan pribadi dengan menentukan terlebih dahulu kriteria nasabah. Skala yang digunakan untuk mengetahui kualitas pelayanan bank adalah *Likert's Summated rating* dengan skala lima tingkat, sedangkan untuk mengetahui penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan PT BRI menggunakan mean aritmatik, dan persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan berdasarkan karakteristiknya menggunakan Analisis Varian (*one-way anova*).

Hasil penelitaian dapat disimpulkan: (1) Nasabah BRI pada umumnya sebagian besar berusia diatas 30 tahun, dengan pendidikan pada umumnya SMA keatas, *employment* sebagian besar nasabah adalah sebagai Karyawan Swasta, pada umumnya lamanya sebagai nasabah dibawah 6 tahun dan frekuensi rata-rata perbulan datang ke bank pada umumnya sebanyak 3 kali, (2) Penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan pada Kantor Cabang di wilayah Jakarta pada umumnya positif, yang berarti kualitas pelayanan BRI pada umumnya sudah baik, tetapi harus lebih ditingkatkan terutama untuk *empathy* dan *responsiveness*, (3) Persepsi nasabah berdasarkan karakteristik yang berbeda pada umumnya memiliki persepsi yang sama tentang kualitas pelayanan, tetapi pada Kantor Cabang BRI Cut Mutiah terdapat perbedaan pada usia dan pendidikan dalam hal *reliability*, *responsiveness* dan *empathy*, sedangkan pada tingkat frekuensi rata-rata perbulan nasabah berurusan dengan perbankan dalam hal *reliability*, *responsiveness* dan *assurance*. Hal ini terjadi karena nasabah Kantor Cabang BRI Cut Mutiah lebih kritis.

Saat ini perbankan harus meningkatkan pelayanan agar dapat bersaing secara positif untuk memperoleh penilaian yang baik dari masyarakat, sehingga dengan demikian mereka tertarik untuk menjadi nasabah. Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabah bank PT. Bank Rakyat Indonesia perlu dilakukan langkah-langkah, antara lain mengoptimalkan penggunaan data *base customer* termasuk menanggapi keluhan nasabah secara cepat dan tepat, budaya pelayanan yang lebih berusaha untuk memperhatikan kebutuhan nasabah.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Evaluasi nasabah terhadap kualitas pelayanan PT Bank Rakyat Indonesia di Jakarta

NINGRUM, Sri Aidiyati, Dr. BM. Purwanto, MBA

Universitas Gadjah Mada, 2003 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

KATA KUNCI:

Topik adalah marketing, metode deskriptif, hasil analisis secara umum penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan adalah positif dan tidak terdapat perbedaan persepsi secara signifikan tentang kualitas pelayanan berdasarkan karakteristik nasabah.



ABSTRACT

This research is intended to measure difference of perception in services based on characteristics of customers and evaluation of customers on the quality of services of BRI. The object of research is the quality of service of BRI, namely: reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangibility. The customers under the research are the customers of savings in BRI within the territory of Jakarta, namely BRI Cut Mutiah Branch Office and BRI Kebayoran Baru Branch Office. The method in use is descriptive method and perception of customers towards the quality of services of BRI.

The data are accumulated by means of questionnaires disseminated to 120 savings customers with the assumption that some data are defective. The data in use are 100 questionnaires, consisting of 50 questionnaires from customers of BRI Cut Mutiah Branch Office and 50 questionnaires from customers of Kebayoran Baru Branch Office.

Sampling technique is purposive sampling, namely the sample taken is based on personal consideration and by previously determining the criteria of customers. The scale used to know about the quality of banking services is Likert's Summated rating under five level scale, whereas the evaluation of customers towards the quality of services of PT BRI is carried out by means of arithmetic mean, and the perception of customers on the quality of services based on their characteristics uses Variant Analysis (one-way anova).

The result of the research may be concluded: (1) BRI customers are in general above 30 years old, with educational level of Senior High School and above; most of the customers are Private company employees; in general they have become customers for less than 6 years and their average monthly visits to Bank are 3 times, (2) The perception of customers on the quality of services in Branch Office within the territory of Jakarta is generally positive, which means that the quality of service of BRI in general is good, but is has to be improved, especially for empathy and responsiveness, (3) The perception of customers based on different characteristics is in general the same as that in quality of service, but in BRI Cut Mutiah Branch Office there are differences on age and education relating to reliability, responsiveness, and empathy, whereas at the level of average monthly frequency, customers deal with banking world in relation to reliability, responsiveness, and assurance. This is caused by the fact that customers of BRI Cut Mutiah Branch Office are more critical.

At present banking world has to improve the services for positive competition in order to gain a good evaluation from the public that they will be interested in becoming customers. In the framework of improving the quality of services rendered to customers of PT Bank Rakyat Indonesia it is necessary to take the measures, among other things to optimize the application of customers data base, including to respond to customers complaint promptly and accurately, and to cultivate attention services to customers demand.



UNIVERSITAS
GADJAH MADA

Evaluasi nasabah terhadap kualitas pelayanan PT Bank Rakyat Indonesia di Jakarta
NINGRUM, Sri Aidiyati, Dr. BM. Purwanto, MBA
Universitas Gadjah Mada, 2003 | Diunduh dari <http://etd.repository.ugm.ac.id/>

KEY WORD:

Topic of marketing, descriptive method, result of analysis in general, perception of customers on quality of service is positive, and there is no significant difference of perception based on customers characteristics.