
**ANALISIS KUALITAS LAYANAN BERDASARKAN PERSEPSI KONSUMEN
(STUDI PADA BANK NOBU CABANG MANADO)****ANALYSIS OF SERVICE QUALITY BASED ON CONSUMER PERCEPTIONS
(CASE STUDY OF NOBU BANK BRANCH MANADO)**

Valensia N. Ngantung¹
S.L.H.V. Joyce Lapian²
Imelda W.J. Ogi³

**^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Magister Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado**

E-mail :

[valensia.ngantung@yahoo.com¹](mailto:valensia.ngantung@yahoo.com)

[joyce_lapian@yahoo.com²](mailto:joyce_lapian@yahoo.com)

[ogi_imelda@yahoo.com³](mailto:ogi_imelda@yahoo.com)

Abstrak: Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa kualitas layanan berdasarkan persepsi konsumen di Bank Nobu Cabang Manado. Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan menggunakan metode kuantitatif yang memakai alat analisis Importance Performance Analysis (IPA). kuesioner disebar ke seluruh 100 karyawan di Bank Nobu Cabang Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan Daya Tanggap (Responsiveness) berada pada prioritas utama dimana perlu lebih diperhatikan lagi kinerja perusahaan untuk dimensi ini agar mampu meningkatkan kepuasan nasabah Bank Nobu Cabang Manado. Jaminan (Assurance) dan Empati (Empathy) adalah dimensi-dimensi yang perlu dipertahankan kinerjanya oleh perusahaan karena selain kepentingan nasabah yang tinggi akan kedua dimensi ini didukung juga dengan kinerja dari Bank Nobu akan dimensi ini yang baik sehingga perlu dipertahankan kinerjanya. Dimensi Bukti Fisik (Tangibles) merupakan dimensi yang memiliki tingkat kinerja perusahaan dan kepentingan nasabah yang rendah sehingga tidak terlalu di perhatikan oleh nasabah.

Kata kunci : kualitas layanan, persepsi konsumen.

Abstract: The purpose of this research is to analyze about service quality based on consumer perception at Nobu Bank Manado Branch. This research is a descriptive study and used Importance Performance Analysis (IPA) as the tool of analysis. Questionnaire was spread to all 100 customer in Nobu Bank Manado Branch. The research results show that Responsiveness in first priority that need to give attention from company to satisfy Nobu Bank Manado Branch's customer. Assurance and Empathy are dimensions that need to maintain their performance because apart of high customer importance to these two dimensions also support from Nobu Bank performance that is good and need to maintain the performance. Tangibles is a dimension has company's level of performance and low importance of customer so this is no need to get attention from customer.

Keywords: service quality, consumer perception.

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Perbankan merupakan salah satu faktor penting dalam suatu perekonomian negara. Secara sederhana, bank merupakan lembaga keuangan yang memiliki dua fungsi utama yaitu mengumpulkan dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk pinjaman. Menurut pasal enam (6) Undang-Undang Nomor 10 Tahun 1998, telah dideskripsikan lebih rinci mengenai bentuk-bentuk usaha/peranan bank, yang diantaranya bank dapat berperan sebagai penghimpun dana dari masyarakat dalam berbagai bentuk saving account, memberikan kredit, menerbitkan surat pengakuan utang, jual beli dalam marketable securities, pemindahan uang, penempatan, peminjaman, dan meminjamkan dana kepada bank lain, menerima pembayaran dari surat berharga, menyediakan tempat penyimpanan barang dan surat berharga (safe deposit box), melakukan kegiatan penitipan, melakukan penempatan dana antar nasabah, membeli melalui pelelangan atas agunan debitur yang default, melakukan kegiatan anjak piutang, kartu kredit, wali amanat serta melakukan kegiatan pembiayaan berdasar sistem bagi hasil.

Perkembangan dari Bank Umum Konvensional dan Bank Umum Syariah di Indonesia terjadi peningkatan di tiap bulannya dari tahun 2016 sampai 2017 dan hal ini membuktikan bahwa setiap waktu persaingan antar bank semakin tinggi. Untuk bersaing dengan penyedia jasa perbankan yang lain bank harus memperhatikan kepuasan konsumen mereka. Kepuasan konsumen merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, ini dikarenakan ketika perusahaan memuaskan pelanggannya maka perusahaan akan mampu meningkatkan pendapatan dan juga dapat memperluas pangsa pasarnya.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan oleh produk terhadap ekspektasi mereka (Kotler & Keller, 2012). Mempertahankan atau meningkatkan kepuasan konsumen dapat dilakukan dengan cara memberikan kualitas pelayanan atau jasa yang sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Untuk menjalankan setiap tugas dan fungsinya maka perbankan sangat membutuhkan kepercayaan dari nasabahnya. Agar supaya mendapatkan kepercayaan tersebut maka perbankan harus mampu untuk bekerja secara profesional dan sesuai dengan harapan nasabah mulai dari segi keamanan, keuangan, pelayanan, dan strategi pemasarannya yang baik. Melihat saat ini banyaknya kemajuan dari berbagai bidang maka diharapkan perbankan juga mampu membuat gebrakan dan inovasi yang kreatif dalam menghasilkan dan memasarkan produk-produk perbankan yang terbaru yang diinginkan dan memenuhi kebutuhan nasabahnya.

Di tengah persaingan yang seperti inilah kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen sangat dibutuhkan oleh pihak Bank Nobu. Oleh karena itu manajemen Bank Nobu harus dapat memberikan pelayanan yang baik bagi nasabah mereka sehingga nasabah dapat merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan. Bank Nobu adalah Bank Umum Swasta Nasional (BUSN) Devisa yang hadir untuk menjawab tantangan dunia perbankan dewasa ini dalam memenuhi kebutuhan masyarakat luas yang beragam. Tanpa adanya evaluasi berdasarkan persepsi nasabah maka perbankan akan sulit menentukan mana yang perlu ditambah dan perlu diperbaiki dan mana yang tidak penting. Ketika nasabah puas dengan layanan perbankan maka akan mendatangkan keuntungan besar bagi perbankan dalam persaingan ketat di dunia perbankan dan berdampak kepada para anggota dan pemegang sahamnya, keseluruhan pegawainya dan nasabah juga diuntungkan. Ada beberapa faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan berkaitan dengan kualitas pelayanan, antara lain bukti fisik (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa kualitas layanan berdasarkan persepsi konsumen di Bank Nobu Cabang Manado.

TINJAUAN PUSTAKA

Kinerja Pemasaran

Kinerja pemasaran merupakan konstruk yang umum digunakan untuk mengukur dampak penerapan strategi perusahaan (Ferdinand, 2000:115). Kinerja pemasaran juga dikatakan sebagai kemampuan organisasi untuk mentransformasikan diri dalam menghadapi tantangan dari lingkungan dengan perspektif jangka panjang (Keats *et.al*, 1998:576).

Kualitas Layanan

Pengertian kualitas layanan (Stemvelt, 2004) adalah suatu persepsi tentang revolusi kualitas secara menyeluruh yang terpikirkan dan menjadi suatu gagasan yang harus dirumuskan (formulasi) agar penerapannya (implementasi) dapat diuji kembali (evaluasi), untuk mejadi suatu proses dinamis, berlangsung, terus menerus dalam memenuhi kepuasan pelanggan.). Kualitas pelayanan merupakan evaluasi kognitif jangka panjang pelanggan terhadap penyerahan jasa suatu perusahaan (Lovelock and Waright, 2007).

Perilaku Konsumen

Sumarwan (2008: 26), perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi. Prasetyo dan Lhalauw (2009:9) mengatakan perilaku konsumen merupakan studi tentang bagaimana pembuat keputusan (decision units), baik individu, kelompok, ataupun organisasi, membuat keputusan-keputusan beli atau melakukan transaksi pembelian suatu produk dan mengkonsumsinya.

Kinerja Produk

Produk adalah sesuatu yang diperjualbelikan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan dari sesuatu hasil kreativitas seseorang, tim marketing, atau perusahaan (Wijayanti, 2012). Kotler dan Armstrong (2011:90) mendefenisikan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk perhatian, akuisisi, penggunaan dan konsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Penelitian Terdahulu

Penelitian Gozali dan Nugraha (2015) hasil penelitian merekomendasikan Orientasi strategi, Kreativitas dan Inovasi berpengaruh secara signifikan terhadap kinerja pemasaran. Orientasi strategi, kreativitas dan Inovasi berpengaruh terhadap keunggulan bersaing melalui kinerja pemasaran. Kinerja pemasaran berpengaruh langsung terhadap keunggulan bersaing. Studi dari Ong dan Pambudi (2014) berdasarkan hasil perhitungan skor kepuasan pelanggan yang telah dilakukan yang meliputi variabel *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, *tangible*, *product quality*, dan *price* dapat diketahui tiga item terbaik yaitu: Karyawan PT Sucofindo berpenampilan rapi dan professional, Fasilitas gedung PT Sucofindo rapi/bersih, dan Karyawan PT Sucofindo melayani dengan baik. Dengan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) maka dapat diketahui masih terdapat 13 hal yang harus ditingkatkan kedepannya. Penelitian Kartikasari dan Abadyo (2013) menjelaskan dari hasil penelitian didapatkan variabel yang harus mendapatkan perhatian lebih dan diprioritaskan perbaikannya adalah petugas bank cepat dan tanggap menangani komplain dari nasabah, pelayanan yang

diberikan petugas bank dalam melakukan transaksi cepat dan tepat, dan waktu tunggu nasabah untuk segera dilayani tidak lama.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Metode penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih (independent) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiyono, 2012).

Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Nasabah Nobu Bank Wilayah Manado. Pemilihan lokasi untuk penelitian ini dilakukan sesuai dengan tempat kerja peneliti.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam Penelitian ini adalah Nasabah tabungan Saving Plan Nobu bank yang berjumlah 140 nasabah. Untuk penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini maka peneliti menggunakan tabel dari Isaac Michael dengan tingkat kesalahan 5% sehingga dari tabel tersebut didapat jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik yang digunakan yaitu teknik sampling aksidental dimana peneliti akan memberikan kuesioner kepada nasabah saving plan yang ditemui.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan dengan menggunakan metode deskriptif analitis. Sedangkan data sekunder berupa data penunjang yang dikumpulkan melalui studi kepustakaan yang diambil dari sumber-sumber yang terkait dengan penelitian ini.

Metode Analisa Data

Metode *Importance and Performance Analysis* (IPA) digunakan untuk mendapatkan informasi tentang tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu pelayanan dengan cara mengukur tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaannya. Tingkat kepentingan dari kualitas pelayanan adalah seberapa penting suatu peubah pelayanan bagi pelanggan terhadap kinerja pelayanan. Skala Likert 5 tingkat digunakan untuk mengukur tingkat kepentingan yaitu sangat penting, penting, cukup penting, kurang penting dan tidak penting. Tingkat pelaksanaan adalah kinerja aktual dari mutu pelayanan yang diberikan oleh Nobu Bank, yang dirasakan oleh nasabahnya. Skala Likert 5 tingkat digunakan untuk mengukur tingkat pelaksanaan yaitu sangat baik, baik, netral, tidak baik, sangat tidak baik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil Uji Validitas

Valid tidaknya suatu item instrumen penelitian dapat diketahui dengan melihat hasil nilai total item korelasi *product moment Pearson* pada level signifikansi 5% (0.05). Bila probabilitas hasil korelasi (sig) lebih kecil dari 0,05 (5%) maka item instrumen penelitian dinyatakan valid dan sebaliknya bila probabilitas hasil

korelasi (sig) lebih besar dari 0,05 (5%) maka item instrumen penelitian dinyatakan tidak valid (Sugiyono, 2010:172). Uji validitas diberikan kepada 30 orang diluar responden.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian

Item	Nilai r	Signifikansi (sig)	Keterangan	Item	Nilai r	Signifikansi (sig)	Keterangan
P1	0.769	0.000	Valid	P14	0.805	0.000	Valid
P2	0.635	0.000	Valid	P15	0.773	0.000	Valid
P3	0.849	0.000	Valid	P16	0.911	0.000	Valid
P4	0.753	0.000	Valid	P17	0.893	0.000	Valid
P5	0.717	0.000	Valid	P18	0.616	0.000	Valid
P6	0.638	0.000	Valid	P19	0.762	0.000	Valid
P7	0.457	0.011	Valid	P20	0.786	0.000	Valid
P8	0.682	0.000	Valid	P21	0.730	0.000	Valid
P9	0.822	0.000	Valid	P22	0.869	0.000	Valid
P10	0.775	0.000	Valid	P23	0.457	0.011	Valid
P11	0.672	0.000	Valid	P24	0.604	0.000	Valid
P12	0.646	0.000	Valid	P25	0.806	0.000	Valid
P13	0.737	0.000	Valid	P26	0.798	0.000	Valid

(Sumber: Hasil Olah Data, 2017)

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh hasil semua item adalah valid karena memiliki nilai probabilita (sig) kurang dari 0,05. Dengan demikian item-item yang valid yang dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

Hasil Uji Reliabilitas

Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Alpha Cronbach* > 0,60 (Nunnally and Bernstein, 1994).

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

No.	Item	Alpha Cronbach
1.	Bukti Fisik (No.1 s.d 5)	0,802
2.	Kehandalan (No.6.s.d 14)	0,864
3.	Daya Tanggap (No.15 s.d 18)	0,815
4.	Jaminan (No.19 s.d 23)	0,782
5.	Empati (No.24 s.d 26)	0,557

(Sumber: Hasil Olah Data, 2017)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dirangkum pada tabel 2, maka item no 1,2,3 tingkat reliabelnya tinggi, item no 4 dinyatakan tingkat reliabelnya cukup, dan untuk item no 5 tingkat reliabelnya agak rendah.

Pembahasan

Berikut ini adalah pembahasan terhadap item-item berdasarkan analisis tingkat kepentingan dan tingkat kinerja (IPA) yang telah dilakukan.

Kuadran 1 (Prioritas Utama)

Pada kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting atau diharapkan oleh pelanggan namun kinerja dari perusahaan dinilai belum mampu memuaskan sehingga perusahaan perlu berkonsentrasi untuk meningkatkan kinerja yang masuk dalam kuadran ini.

Tabel 3. Item-item dalam Kuadran 1

No.	Item Kuadran I	Rata-Rata Importance	Rata-Rata Performance	Tingkat Kesesuaian %	Keputusan
4.	Memiliki ruang tunggu yang nyaman	4,68	3,25	144,00	Hold
5.	Tersedia tempat Parkir	4.89	2,34	208,97	Hold
13.	Fasilitas perbankan yang lengkap (ATM,E-Banking,dll)	4,69	3,21	145,79	Hold
14.	Jaringan Bank Nobu yang luas dan tersebar di mana-mana	4,89	3,60	135,83	Hold
17.	Karyawan Bank tanggap dalam mengingatkan jadwal pendebitan angsuran ke nasabah	4,76	2,81	169,39	Hold
22.	Kepastian kerahasiaan data nasabah	4,78	4,31	110,90	Action

(Sumber: Hasil Olah Data, 2017)

Memiliki ruang tunggu yang nyaman dan tersedia tempat parkir merupakan prioritas utama nasabah datang dikarenakan hal ini masuk dalam kuadran prioritas utama sehingga diharapkan Bank Nobu Cabang Manado mampu memenuhi keinginan nasabah dengan mempertahankan (*hold*) serta meningkatkan kinerja item-item ini. Fasilitas perbankan yang lengkap (ATM, E-Banking, dll) dan jaringan yang luas perlu dipertahankan (*hold*) dan ditingkatkan kinerjanya oleh Bank Nobu dikarenakan kedua faktor ini dianggap penting namun sampai saat ini kinerjanya belum memenuhi ekspektasi dari nasabah. Karyawan bank tanggap dalam mengingatkan jadwal pendebitan angsuran ke nasabah adalah merupakan faktor yang dianggap penting oleh nasabah namun secara kinerja masih kurang sehingga diharapkan Bank Nobu dapat mempertahankan (*hold*) serta meningkatkan kinerja item ini agar tidak kehilangan kepercayaan nasabah. Kepastian kerahasiaan data nasabah adalah faktor yang dianggap nasabah penting namun pada kinerjanya belum memberikan hasil kinerja yang memuaskan nasabah sehingga perlu diperhatikan secara khusus faktor ini (*action*) agar dapat meningkatkan kepercayaan dan juga memuaskan nasabah.

Kuadran 2 (Pertahankan)

Pada kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang dianggap penting atau diharapkan oleh pelanggan sebagai faktor penunjang kepuasan nasabah sehingga perusahaan perlu untuk mempertahankan kinerja perusahaan yang sudah dicapai.

Tabel 4. Item-item dalam Kuadran 2

No	Item Kuadran II	Rata-Rata Importance	Rata-Rata Performance	Tingkat Kesesuaian	Keputusan
----	--------------------	-------------------------	--------------------------	-----------------------	-----------

				%	
7.	Tingkat suku bunga Nobu Saving Plan yang lebih menarik dibandingkan tabungan biasa	4,58	4,37	104,80	Action
8.	Daya tarik akan hadiah atau bonus yang diberikan	4,72	4,14	114,00	Action
16.	Karyawan Bank cepat dalam melayani setiap keluhan nasabah	4,68	3,53	132,57	Hold
24.	Karyawan Bank Nobu Cabang Manado memperhatikan kepentingan nasabah	4,87	4,26	114,31	Action

(Sumber: Hasil Olah Data, 2017)

Tingkat suku bunga Nobu Saving Plan yang menarik, daya tarik akan hadiah atau bonus yang diberikan, dan karyawan memperhatikan kepentingan nasabah memerlukan tindakan yang lebih serius (*action*) untuk dipertahankan peningkatan kinerjanya agar perusahaan kedepannya akan semakin baik. Sementara karyawan cepat dalam melayani setiap keluhan nasabah, menjadi faktor penunjang kepuasan nasabah sehingga hal ini perlu dipertahankan (*hold*) agar kinerja perusahaan kedepannya akan semakin baik.

Kuadran 3 (Prioritas Rendah)

Pada kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat kinerja dan kepentingan yang rendah sehingga tidak terlalu diharapkan oleh nasabah dan perusahaan tidak perlu memprioritaskan faktor-faktor yang masuk dalam kuadran prioritas rendah ini.

Tabel 5. Item-item dalam Kuadran 3

No	Item Kuadran III	Rata-Rata Importance	Rata-Rata Performance	Tingkat Kesesuaian %	Keputusan
11.	Kemudahan melakukan penarikan	4,43	4,00	110,75	Action
12.	Promosi yang dilakukan Bank Nobu Cabang Manado	4,33	3,82	113,35	Action
23.	Ketelitian administrasi	4,65	4,38	106,16	Action
26.	Karyawan memiliki kepekaan dalam memperhatikan saran dan kritik dari nasabah	4,63	3,93	117,81	Action

(Sumber: Hasil Olah Data, 2017)

Kemudahan melakukan penarikan dan promosi, Ketelitian administrasi, Karyawan memiliki kepekaan dalam memperhatikan saran dan kritik dari nasabah, merupakan faktor-faktor yang dianggap memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang rendah sehingga pihak Bank Nobu perlu memberikan perhatian (*action*) yang lebih untuk faktor-faktor ini walaupun ini bukan merupakan prioritas bagi nasabah.

Kuadran 4 (Berlebihan)

Pada kuadran ini menunjukkan faktor-faktor yang dianggap mempunyai tingkat kinerja dan kepentingan yang dianggap tidak terlalu diharapkan oleh nasabah sehingga perusahaan lebih baik mengalokasikan faktor-faktor yang masuk didalam kuadran ini ke faktor lain yang lebih memiliki tingkat kepentingan yang tinggi.

Tabel 6. Item-item dalam Kuadran 4

No	Item Kuadran IV	Rata-Rata Importance	Rata-Rata Performance	Tingkat Kesesuaian %	Keputusan
1.	Lokasi Bank Nobu Cabang Manado yang Strategis	4,55	4,02	113,18	Action
2.	Karyawan Bank Nobu Cabang Manado berpenampilan rapih dan sopan	4,43	4,23	104,72	Action
3.	Jumlah karyawan Bank Nobu Cabang Manado yang memadai untuk dapat melayani nasabah dengan baik	4,37	4,05	107,90	Action
6.	Karyawan memberikan sambutan dan pelayanan yang baik ke nasabah	4,41	4,30	102,55	Action
9.	Kemudahan administrasi dalam pembukaan rekening tabungan Nobu Saving Plan	4,50	4,12	109,22	Action
10.	Kemudahan melakukan penyetoran	4,45	4,52	98,45	Action
11.	Kemudahan melakukan penarikan	4,43	4,00	110,75	Action
15.	Karyawan Bank Nobu tanggap melayani pembukaan rekening tabungan Nobu Saving Plan	4,62	3,74	123,52	Hold
18.	Karyawan Bank Nobu cepat dalam memberikan berbagai informasi produk perbankan	4,54	3,42	132,74	Hold
19.	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk tabungan Nobu Saving Plan	4,54	4,43	102,48	Action
25.	Waktu operasional sesuai kebutuhan nasabah	4,74	4,26	111,26	Action

(Sumber: Hasil Olah Data, 2017)

Lokasi Bank Nobu, karyawan yang berpenampilan rapih dan sopan, dan jumlah karyawan yang memadai, karyawan memberikan sambutan dan pelayanan yang baik ke nasabah, kemudahan administrasi dalam pembukaan rekening tabungan Nobu Saving Plan, kemudahan melakukan penyetoran, karyawan memiliki pengetahuan yang cukup tentang produk tabungan Saving Plan Bank Nobu, keamanan dalam menabung, keramahan, kesopanan, kejujuran, dan tepat janji, dan waktu operasional sesuai kebutuhan nasabah dianggap

berlebihan oleh nasabah sehingga perlu ada tindakan dari bank untuk mengelola item-item ini. Sementara karyawan bank tanggap dalam melayani pembukaan rekening tabungan Saving Plan Bank Nobu dan karyawan bank cepat dalam memberikan berbagai informasi produk perbankan tetap perlu dipertahankan (*hold*) disesuaikan dengan kebutuhan nasabah.

Untuk melihat secara terperinci rangkuman dari berbagai faktor yang sudah diteliti diatas dan sebelum memetakannya dalam kuadran maka langkah terlebih dahulu yaitu kembali mencantumkan rata-rata dari tiap item yang sudah diteliti sebelumnya.

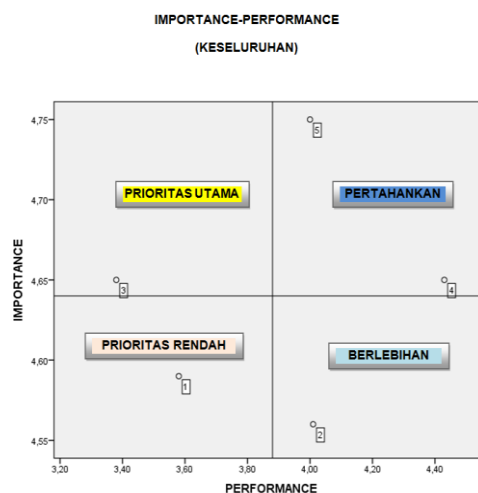
Tabel 7. Hasil IPA Summary

No.	Item	Performance	Importance
		Rata-Rata	Rata-Rata
1.	Bukti Fisik (Tangibles)	3,58	4,59
2.	Reliabilitas (Realibility)	4,01	4,56
3.	Daya Tanggap (Responsiveness)	3,38	4,65
4.	Jaminan (Assurance)	4,43	4,65
5.	Empati (Empathy)	4,15	4,75

(Sumber: Hasil Olah Data, 2017)

Berdasarkan tabel 7, diatas diketahui rata-rata kinerja (*performance*) dan kepentingan (*importance*) per variabel mulai dari bukti fisik rata-rata kinerja adalah sebesar 3,58 dan rata-rata kepentingan adalah 4,59. Berikutnya reliabilitas, rata-rata kinerja adalah 4,01 dan rata-rata kepentingan adalah 4,56. Untuk daya tanggap, rata-rata kinerja adalah 3,38 dan rata-rata kepentingan adalah 4,65. Jaminan sendiri memiliki rata-rata kinerja sebesar 4,43 dan rata-rata kepentingan adalah 4,65. Untuk empati, rata-rata kinerja adalah 4,15 dan rata-rata kepentingan adalah sebesar 4,75. Secara keseluruhan lima dimensi item-item tingkat kepentingan dan kinerja di petakan dalam diagram IPA yang ditunjukkan berikut ini:

Gambar 1. Kuadran Analisis IPA Keseluruhan



PENUTUP**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil pengolahan dan analisis yang telah dilakukan peneliti, maka hasil penelitian disimpulkan sebagai berikut:

1. Kuadran I (Prioritas Utama)

Daya tanggap masuk dalam kuadran ini sehingga perusahaan perlu memperhatikan faktor-faktor dari daya tanggap untuk meningkatkan kepuasan nasabah dan meningkatkan kinerja perusahaan.

2. Kuadran II (Pertahankan)

Faktor-faktor yang termasuk dalam kuadran ini adalah Jaminan dan Empati. Sehingga perlu dipertahankan perusahaan agar tetap memenuhi kepuasan nasabah dan memberikan hasil kinerja perusahaan yang baik.

3. Kuadran III Prioritas Rendah

Bukti Fisik masuk dalam kuadran ini sehingga dapat disimpulkan bahwa nasabah di Bank Nobu Cabang Manado tidak terlalu memperhatikan dan mementingkan faktor-faktor yang masuk dalam kriteria Bukti Fisik ini dan hasilnya juga tidak mempengaruhi tingkat kepuasan nasabah.

4. Kuadran IV Berlebihan

Reliabilitas masuk dalam kuadran ini sehingga dapat dilihat bahwa nasabah Bank Nobu Cabang Manado merasa beberapa faktor dalam dimensi reliabilitas berlebihan sehingga perusahaan diharapkan dapat mengubah strategi yang lebih bisa meningkatkan kinerja dari faktor lain dan tidak melebihi di faktor reliabilitas.

Saran

Hasil temuan dan kesimpulan pada penelitian ini menghasilkan beberapa saran yang direkomendasikan oleh peneliti, yaitu :

1. Pihak manajemen Bank Nobu Cabang Manado perlu memperhatikan hasil temuan dan dimensi-dimensi yang mempengaruhi kinerja perusahaan khususnya untuk produk tabungan Saving Plan Bank Nobu. Manajemen kiranya mampu melihat dimensi yang dinilai dalam penelitian ini berlebihan dan prioritas rendah agar nasabah tidak perlu diberikan pelayanan yang berlebihan dan tidak memiliki manfaat dan nilai tambah kepada nasabah sebaliknya prioritas utama perlu ditingkatkan dan diperhatikan oleh manajemen agar menjadi kunci keberhasilan dari Bank Nobu untuk mensukseskan penjualan produk tabungan Saving Plan ini. Bersama dengan ini juga dimensi yang masuk dalam kategori dipertahankan kiranya dapat terus dijaga dan dipertahankan kualitas layanannya agar nasabah Bank Nobu Cabang Manado tetap setia dan akan semakin menambah nasabah baru.
2. Masalah yang dihadapi dalam mengembangkan kinerja perusahaan untuk produk tabungan Saving Plan Bank Nobu Cabang Manado sudah berhasil dipersempit melalui penelitian ini. Peneliti merekomendasikan agar dimensi jaminan dan empati menjadi dasar yang kuat bagi perusahaan untuk mempertahankan prestasi yang ada dan fokus juga pada hal-hal yang menjadi prioritas utama agar Bank Nobu Cabang Manado mampu mendapatkan hasil yang baik.
3. Peneliti merekomendasikan, bahwa kedepannya, melihat prospek perusahaan yang akan terus berkembang, kompleksitas dalam struktur dan layanan dalam kantor akan semakin meningkat. Bukan tidak mungkin, berkaca pada penelitian-penelitian sebelumnya, di Bank Nobu Cabang Manado, dimensi Jaminan dan Empati akan menjadi faktor yang signifikan dalam memprediksi Kinerja Perusahaan kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ferdinand, Augusty. (2000). *“Manajemen Pemasaran : Sebuah Pendekatan Strategik”*, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang.
- Gozali Imam dan Nugraha CH Asta. (2015). *“Analisis Kinerja Pemasaran Untuk Mencapai Keunggulan Bersaing (Studi Pada Centra Industri Pakaian Batik di Pekalongan)”*, ISBN : 978-602-14119-1-9, Jurnal, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945, Semarang. http://repository.untagsmg.ac.id/181/1/CFP2015_09_Imam_Gozali_CH_Asta_Nugraha.pdf. (Diakses pada tanggal 10 Februari 2017).
- Kartikasari Herlin Dwi, Abadyo. (2013). *Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Importance Performance Analysis Dan Penggunaan Grafik T² Hotelling Untuk Pengendalian Kualitas Jasa (Studi Kasus di BRI Unit Wlingi Kantor Cabang Blitar)*. Jurnal Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Universitas Negeri Malang. <http://jurnal-online.um.ac.id/data/artikel/artikel7C838F08A5F5B3EA0E0DA7F82A86272D.pdf>. (Diakses pada tanggal 01 Februari 2017).
- Keats BW dan Hitt MA. (1998). *“A Causal Model of Linkages Among Environmental Dimensions, Macro Organizational Characteristic and Performance”* *Academy of Management Journal*, Vol. 31, p.570-598. <http://www.jstor.org/stable/256460>. (Diakses pada tanggal 01 Februari 2017).
- Kotler, Keller. (2012). *Marketing Management*, 14th, Person Education.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry. (2011). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 dan 2*, Erlangga, Jakarta.
- Lovelock, Christopher H and Lauren K. Waright. (2007). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Cetakan II. Jakarta : PT Indeks.
- Nunnally, J.C., and Bernstein, I.H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). New York : MCGraw-Hill.
- Ong Johan Oscar, Pambudi Jati. (2014). *Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Importance Performance Analysis di SBU Laboratory Cibitung PT Sucofindo (PERSERO)*. Jurnal, Vol.9, No.1. <http://ejournal.undip.ac.id/index.php/jgti/article/viewFile/6024/5161>. (Diakses pada tanggal 03 Februari 2017).
- Prasetijo, Ristiyanti dan Lhalauw, John. (2009). *Perilaku Konsumen*, ANDI, Yogyakarta.
- Stemvelt, Robert C. (2004). *Perception of Service Quality*. Allyn and Bacon : Massachusetts.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2008). *Perilaku Konsumen*, Ghalia Indonesia, Bogor Selatan.
- Wijayanti, Titik Ir MM. (2012). *Marketing Plan, perlukah?.* Jakarta: Elex Media Komputindo.