



## Analisa Kualitas Pelayanan untuk Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Kano dan *Quality Function Deployment* (Studi Kasus PT. Bank X)

Sheilla Anindya Puspitasari, Lukmandono

Jurusan Teknik Industri, Institut Teknologi Adhi Tama Surabaya, Jl. Arief Rachman Hakim No. 100, Surabaya, Indonesia

### INFORMASI ARTIKEL

**Halaman:**  
30 – 40

**Tanggal penyerahan:**  
14 Agustus 2019

**Tanggal diterima:**  
27 September 2019

**Tanggal terbit:**  
30 September 2019

### ABSTRACT

*Bank X Ltd is one of companies providing banking service in Indonesia which will always improve its services to increase customer satisfaction. Nowadays, the service system is still carried out manually that eventually brings to inappropriateness between services and customer satisfaction. This research aimed at analyzing the service level by using Kano and Quality Function Deployment approaches. The results of research by Kano method obtained 20 attributes within the categories of one dimensional, must-b, and attractive. Meanwhile, the Quality Function Deployment method got 12 technical responses which then can be used for improving the level of customer satisfaction. In the phase of improvement, the highest rank of technical contributions importance can be noticed. Some improvement actions can be carried out by periodic training, potential human resources recruitment, and routine performance assessment.*

**Keywords:** service analysis, customer satisfaction, Kano, QFD

### EMAIL

<sup>1</sup>shellaanindya01@gmail.com

<sup>2</sup>lukmandono@itats.ac.id

### ABSTRAK

PT. Bank X merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam jasa perbankan di Indonesia yang akan terus meningkatkan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Saat ini, sistem pelayanan yang digunakan masih bersifat manual sehingga masih ditemui ketidaksesuaian antara pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tingkat pelayanan dengan pendekatan Kano dan quality function deployment. Hasil penelitian dengan metode Kano didapatkan 20 atribut dengan kategori one dimensional, must-be dan attractive. Sedangkan hasil penelitian metode quality function deployment didapatkan 12 respon teknis yang akan digunakan untuk memperbaiki tingkat kepuasan pelanggan. Pada tahap perbaikan dapat dilihat dari hasil ranking technical contributions importance yang tertinggi. Tindakan perbaikan yang diusulkan adalah melakukan pelatihan berkala, melakukan perekrutan SDM berpotensi, dan melakukan penilaian kinerja secara rutin.

**Kata kunci:** analisis pelayanan, kepuasan pelanggan, Kano, QFD

### PENDAHULUAN

Dalam era milenial ini, perkembangan zaman semakin lama semakin mengalami perkembangan yang sangat pesat. Sumber daya manusia yang memiliki kualitas dapat menjadi kekuatan bagi perusahaan untuk dapat mempertahankan perusahaannya, hal itu digunakan untuk menghadapi perubahan dan perkembangan zaman yang sangat pesat, terutama dari berbagai persaingan usaha lainnya yang semakin ketat. Menghadapi persaingan yang semakin lama semakin tajam, peran sumber daya manusia yang sangat berkualitas akan dapat membantu pencapaian

tujuan yang diinginkan perusahaan. Dengan adanya sumber daya yang berkualitas maka akan dapat membantu pemanfaatan pada kemajuan teknologi untuk menghadapi persaingan usaha yang semakin banyak, untuk menjaga siklus hidup serta kelangsungan hidup perusahaan.

Kualitas pelayanan merupakan penilaian seorang nasabah terhadap pelayanan yang telah diberikan. Seberapa jauh perbedaan antara kenyataan atau fakta dan harapan atau ekspektasi pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh dari penyedia jasa. Jika pelayanan dapat dikatakan baik dan memuaskan para pelanggan berarti pelayanan yang akan diberikan oleh perusahaan tersebut sesuai dengan harapan (*expectations*) para pelanggan. Apabila kualitas jasa dikatakan ideal maka pelayanan yang diberikan telah melebihi harapan pelanggan. Dan apabila kualitas jasa dikatakan kurang maka kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan lebih rendah dari apa yang diharapkan oleh pelanggan. Jadi penilaian pelanggan sangat mempengaruhi dan bergantung pada pelayanan yang telah diberikan oleh perusahaan. Untuk mengukur kinerja perusahaan dapat dilihat dari kepuasan pelanggan. Kepercayaan harus dibangun oleh perusahaan dari awal dan harus dibuktikan dengan adanya pelayanan yang baik [1].

PT. Bank X merupakan salah satu Bank di Indonesia yang merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Provinsi Jawa Timur. Perusahaan ini didirikan pada 17 Agustus 1961 dengan bentuk perseroan terbatas (PT), kemudian dalam perkembangannya berubah status menjadi BUMD. Pada saat ini sistem yang digunakan untuk melayani bersifat manual, pelayanan yang lama sehingga menyebabkan penumpukan antrian pada *teller* dan mengakibatkan nasabah menunggu untuk waktu yang lama. Dengan permasalahan di atas maka pelanggan/nasabah tidak merasa puas dengan pelayanan dari PT. Bank X. Oleh karena itu, akan dilakukan analisa pelayanan untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan sehingga didapatkan alternatif keputusan yang akan digunakan untuk meningkatkan kepuasan nasabah Bank X. Sesuai dengan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi atribut-atribut pelayanan pada Bank Jatim menggunakan dimensi *service quality*.
2. Menentukan nilai *better* dan *worse* dengan menggunakan metode Kano.
3. Menentukan fungsi teknis dari pelayanan Bank Jatim dengan menggunakan metode *Quality Function Deployment* (QFD).
4. Menentukan alternatif perbaikan berdasarkan hasil analisa metode Kano dan *Quality Function Deployment* (QFD).

## TINJUAN PUSTAKA

### Kualitas Pelayanan

Menurut [2], kualitas pelayanan adalah faktor-faktor yang dapat menyebabkan terjadi keadaan tidak terpenuhinya harapan dari kualitas pelayanan serta penilaian antara harapan dengan pelayanan yang akan diberikan. terdapat 5 (lima) kesenjangan dalam pelayanan yaitu:

1. Gap pertama (persepsi manajemen) adalah adanya perbedaan antara penilaian dan pelayanan menurut pengguna jasa.
2. Gap kedua (spesifikasi kualitas) adalah kesenjangan antara persepsi antara manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa.
3. Gap ketiga (penyampaian pelayanan) adalah kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*).
4. Gap keempat (komunikasi pemasaran) adalah kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi internal. Ekspektasi pelanggan mengenai kualitas pelayanan dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat perusahaan mengenai komunikasi pemasaran.
5. Gap kelima (pelayanan yang dirasakan) adalah perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan diharapkan oleh pelanggan.

### Kepuasan Pelanggan

Menurut [3], kepuasan merupakan perasaan kecewa maupun senang seseorang yang berasal dari perbandingan antara pelayanan yang diberikan dengan harapan pelanggan. Perusahaan jasa

atau penyedia jasa akan merasa berhasil apabila perusahaan jasa tersebut dapat memberikan pelayanan yang memuaskan harapan pelanggan.

**Metode Kano**

Menurut [4], Kano merupakan sebuah metode untuk mengetahui konsep kepuasan pelanggan kano merupakan salah satu dari berbagai metode yang digunakan untuk meneliti kepuasan pelanggan. Dibawah ini merupakan tabel evaluasi kano sebagai berikut:

Tabel 1. Tabel Evaluasi Kano

	Customer Requirements	Dysfunctional form of the question				
		1. I like it that way	2. It must be that way	3. I am neutral	4. I can live with it that way	5. I dislike it that way
Function form of the question	1. I like it that way	Q	A	A	A	Q
	2. It must be that way	R	I	I	I	M
	3. I am neutral	R	I	I	I	M
	4. I can live with it that way	R	I	I	I	M
	5. I dislike it that way	R	R	R	R	Q

$$Better = A+O : A+O+M+I \dots\dots\dots (1)$$

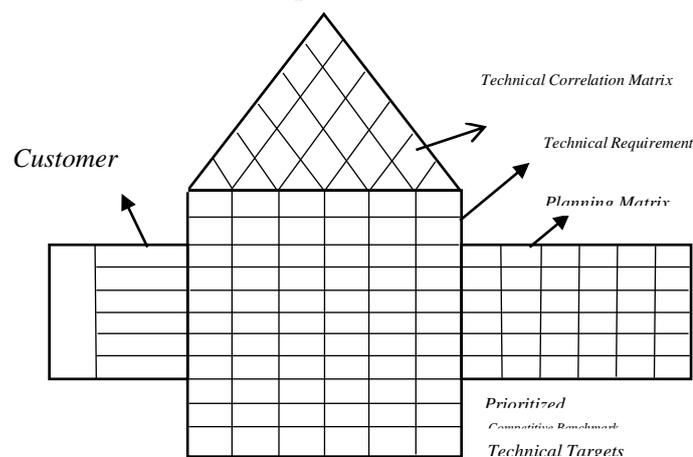
$$Worse = O+M : A+O+M+I \dots\dots\dots (2)$$

Keuntungan dari bentuk analisa kualitas pelayanan yang dijelaskan oleh Kano yaitu Kebutuhan produk mudah dipahami. Proses identifikasi akan kebutuhan pelanggan terhadap produk maupun jasa yang disediakan lebih jelas dengan mengklasifikasikan atribut berdasarkan katagori..

Metode Kano ini mempertimbangkan beberapa kemajuan serta perbedaan dengan produk maupun jasa pada perusahaan pesaing dengan menemukan dan memenuhi *attractive requirements* akan menciptakan sebuah daya saing yang sangat besar.

**Metode Quality Function Deployment**

Menurut [5], *Quality function deployment* (QFD) adalah metode perencanaan dan pengembangan secara terstruktur yang memungkinkan tim pengembangan mendefinisikan secara jelas kebutuhan dan harapan pelanggan, dan mengevaluasi kemampuan produk atau jasa secara sistematis untuk memenuhi kebutuhan dan harapan tersebut.



Gambar 1. House of Quality.

*House Of Quality* (HOQ) adalah salah satu matrik yang digunakan untuk menghubungkan antara kebutuhan pelanggan pada sisi kiri matriks dan *technical response* terhadap kebutuhan yang

dinyatakan pada bagian atas matriks. Dengan demikian model diatas dapat dinyatakan sebagai berikut:

$$Improvement\ Ratio = \frac{Goal}{Current\ Satisfaction\ Performance} \dots\dots\dots (3)$$

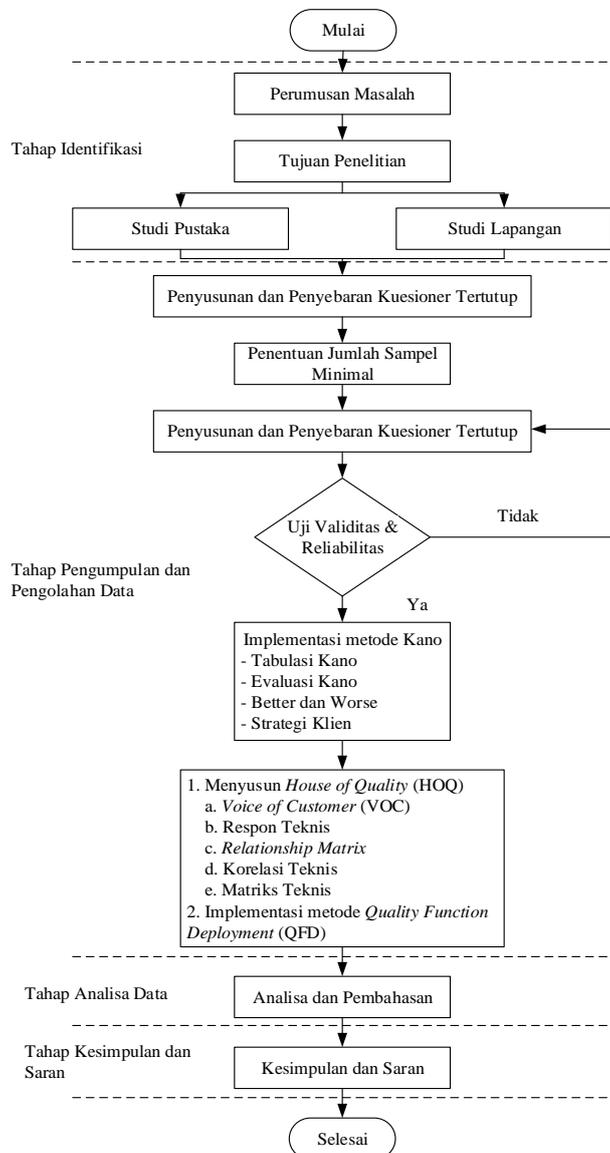
$$Raw\ weight = importance\ to\ customer \times IR \times SP \dots\dots\dots (4)$$

$$Normalized\ raw\ weight = \frac{Raw\ Weight}{Total\ Raw\ Weight} \times 100\% \dots\dots\dots (5)$$

$$Absolute\ importance = \sum relationship\ strength \times importance\ rating \dots\dots\dots (6)$$

**METODE PENELITIAN**

Metode penelitian ini akan menjelaskan tentang tahap-tahap yang harus dilakukan oleh penulis selama melakukan penelitian berlangsung yang dimulai dari tahap menentukan suatu permasalahan, pengumpulan data baik dari buku-buku maupun studi lapangan, melakukan penelitian berdasarkan yang ada sampai dengan tahap akhir penarikan kesimpulan dari permasalahan yang diteliti.



Gambar 2. Flowchart Metodologi Penelitian

**HASIL DAN PEMBAHASAN****Hasil Tabulasi Kano**

Dibawah ini merupakan hasil tabulasi kano yang terdapat kategori *one dimensional*, *attractive*, *must be*, *indifferent*, *reverse*, *questionable*. Dimana total pada tabel dibawah ini didapatkan dari 46 total responden pada pengambilan sampel kuesioner.

Tabel 2. Hasil Tabulasi Kano

No.	Atribut	Jumlah Jawaban						Total	Kategori
		O	A	M	I	R	Q		
1.	Kenyamanan Ruang Tunggu	25	15	6	0	0	0	46	<i>One dimensional</i>
2.	Fasilitas Memadai	24	13	7	2	0	0	46	<i>One dimensional</i>
3.	Kebersihan Fasilitas	24	16	5	1	0	0	46	<i>One dimensional</i>
4.	Peralatan yang digunakan modern	22	14	7	3	0	0	46	<i>One dimensional</i>
5.	Ketepatan Waktu Pelayanan	24	13	6	3	0	0	46	<i>One dimensional</i>
6.	Pelayanan Penyelesaian Masalah	23	12	7	4	0	0	46	<i>One dimensional</i>
7.	Variasi Pelayanan	16	18	10	2	0	0	46	<i>Attractive</i>
8.	Profesionalitas Karyawan	15	17	13	1	0	0	46	<i>Attractive</i>
9.	Kecepatan Karyawan dalam Melayani Nasabah	18	17	10	3	0	0	46	<i>One dimensional</i>
10.	Totalitas Pelayanan Karyawan	17	18	10	1	0	0	46	<i>Attractive</i>
11.	Kedisiplinan Karyawan	15	10	16	5	0	0	46	<i>Must-be</i>
12.	Penyampaian informasi yang tepat	18	14	10	4	0	0	46	<i>One dimensional</i>
13.	Karyawan yang Tanggap	19	14	12	10	0	0	46	<i>One dimensional</i>
14.	Perlakuan yang baik	24	8	7	7	0	0	46	<i>One dimensional</i>
15.	Peningkatan keamanan	20	12	12	2	0	0	46	<i>One dimensional</i>
16.	Penampilan Karyawan yang Menarik & Sopan	28	6	9	3	0	0	46	<i>One dimensional</i>
17.	Pemahaman Karyawan tentang SOP	23	14	7	2	0	0	46	<i>One dimensional</i>
18.	Promosi diberbagai Media	28	9	6	3	0	0	46	<i>One dimensional</i>
19.	Memiliki banyak Cabang	13	10	17	6	0	0	46	<i>Must-be</i>
20.	Perhatian personal pegawai kepada nasabah	18	14	12	2	0	0	46	<i>One dimensional</i>

Tabel 2 diperoleh dari rekapitulasi kuesioner dimana terdapat kategori *one dimensional*, *must be*, dan *attractive* dengan total *one dimensional* sebanyak 15 atribut, *must be* sebanyak 2 atribut dan *attractive* sebanyak 3 atribut.

**Klasifikasi Kano**

Berikut merupakan tabel evaluasi kano dimana pada nilai-nilai kategori didapatkan dari tabel 1.2 yaitu hasil evaluasi kano. Pada tabel klasifikasi kano didapatkan nilai *better* dan *worse* yang didapatkan dengan menggunakan rumus yang terdapat pada metode kano diatas.

Tabel 3. Klasifikasi Kano

No.	Atribut	O	A	M	I	R	Q	Total	Better	Worse
1.	Kenyamanan Ruang Tunggu	25	15	6	0	0	0	46	0.87	-0.68
2.	Fasilitas Memadai	24	13	7	2	0	0	46	0.80	-0.67
3.	Kebersihan Fasilitas	24	16	5	1	0	0	46	0.86	-0.63

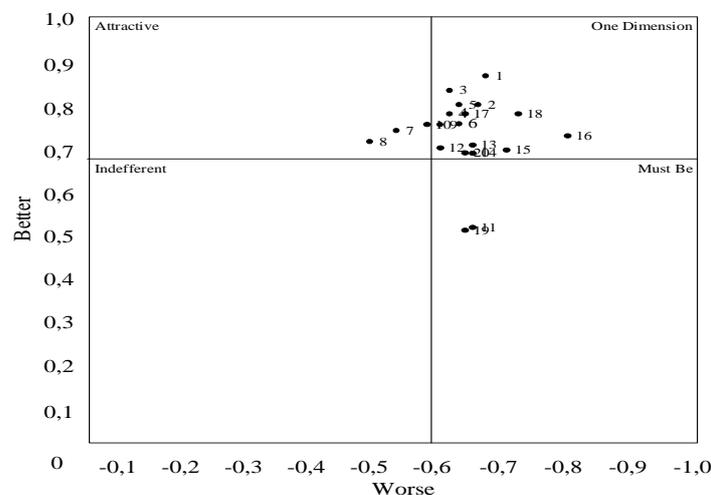
Tabel 3. Klasifikasi Kano (lanjutan)

No.	Atribut	O	A	M	I	R	Q	Total	Better	Worse
4.	Peralatan yang digunakan modern	22	14	7	3	0	0	46	0.78	-0.63
5.	Ketepatan Waktu Pelayanan	24	13	6	3	0	0	46	0.80	-0.65
6.	Pelayanan Penyelesaian Masalah	23	12	7	4	0	0	46	0.76	-0.65
7.	Variasi Pelayanan	16	18	10	2	0	0	46	0.74	-0.56
8.	Profesionalitas Karyawan	15	17	13	1	0	0	46	0.70	-0.51
9.	Kecepatan Karyawan dalam Melayani Nasabah	18	17	10	3	0	0	46	0.76	-0.61
10.	Totalitas Pelayanan Karyawan	17	18	10	1	0	0	46	0.76	-0.59
11.	Kedisiplinan Karyawan	15	10	16	5	0	0	46	0.54	-0.67
12.	Penyampaian informasi yang tepat	18	14	10	4	0	0	46	0.70	-0.61
13.	Karyawan yang Tanggap	19	14	12	10	0	0	46	0.72	-0.67
14.	Perlakuan yang baik	24	8	7	7	0	0	46	0.69	-0.67
15.	Peningkatan keamanan	20	12	12	2	0	0	46	0.70	-0.70
16.	Penampilan Karyawan yang Menarik & Sopan	28	6	9	3	0	0	46	0.73	-0.80
17.	Pemahaman Karyawan tentang SOP	23	14	7	2	0	0	46	0.80	-0.65
18.	Promosi di berbagai media	28	9	6	3	0	0	46	0.80	-0.73
19.	Memiliki banyak Cabang	13	10	17	6	0	0	46	0.50	-0.65
20.	Perhatian personal pegawai kepada nasabah	18	14	12	2	0	0	46	0.70	-0.65
Total									13.8	12
Rata-rata									0.69	0.60

Tabel 3 menunjukkan nilai *better* dan *worse* pada masing-masing atribut. Dimana apabila nilai *better* lebih besar maka atribut tersebut berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan pelanggan tetapi apabila nilai *worse* lebih besar maka atribut tersebut tidak berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan pelanggan atau nasabah.

### Hasil Kuadran Kano

Kuadran dibawah ini didapatkan dari nilai *better* dan *worse*. Nilai perpotongan sumbu dapat ditentukan melalui rata-rata nilai *better* dan rata-rata nilai *worse*. Kemudian nilai *better* dan *worse* dimasukkan sesuai dengan urutan atribut masing-masing.



Gambar 3. Hasil Kuadran Kano

**Atribut Hasil Kuadran**

Dibawah ini merupakan atribut hasil kuadran, dimana pada kategori *attractive* dihilangkan yang sesuai dengan pengertiannya yaitu apabila tidak terpenuhi maka tidak akan menurunkan kepuasan pelanggan sehingga pada proses selanjutnya atribut yang digunakan yaitu *one dimensional* dan *must-be*.

Tabel 4. Atribut Hasil Kuadran

No.	Atribut	Kategori
1.	Kenyamanan Ruang Tunggu	<i>One dimensional</i>
2.	Fasilitas Memadai	<i>One dimensional</i>
3.	Kebersihan Fasilitas	<i>One dimensional</i>
4.	Peralatan yang digunakan modern	<i>One dimensional</i>
5.	Ketepatan Waktu Pelayanan	<i>One dimensional</i>
6.	Pelayanan Penyelesaian Masalah	<i>One dimensional</i>
7.	Kecepatan Karyawan dalam Melayani Nasabah	<i>One dimensional</i>
8.	Kedisiplinan Karyawan	<i>Must Be</i>
9.	Penyampaian Informasi yang tepat	<i>One dimensional</i>
10.	Karyawan yang Tanggap	<i>One dimensional</i>
11.	Perlakuan yang baik	<i>One dimensional</i>
12.	Peningkatan keamanan	<i>One dimensional</i>
13.	Penampilan Karyawan yang Menarik & Sopan	<i>One dimensional</i>
14.	Pemahaman Karyawan tentang SOP	<i>One dimensional</i>
15.	Promosi diberbagai Media	<i>One dimensional</i>
16.	Memiliki banyak Cabang	<i>Must Be</i>
17.	Perhatian personal pegawai kepada nasabah	<i>One dimensional</i>

Dari hasil pengolahan atribut pada kuadran kano didapatkan hasil pada Tabel 4 yaitu atribut hasil kuesioner dimana pada tabel diatas terdapat 17 atribut yang nantinya akan digunakan untuk ke tahap selanjutnya. Atribut yang digunakan yaitu *one dimensional* dengan total atribut yaitu 15 dan kategori *must be* dengan total atribut 2.

**Karakteristik Teknis**

Karakteristik teknis harus mewakili karakteristik jasa yang dapat diukur. Karakteristik teknis didapatkan dari pihak perusahaan yaitu dalam kasus ini adalah PT. Bank X ditunjukkan pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik Teknis

No.	<i>Technical Response</i>
1.	Melakukan penataan dengan baik dan tepat
2.	Mengoptimalkan fasilitas
3.	Melakukan pembersihan rutin
4.	Memberikan pelayanan secara cepat dan tepat
5.	Memberikan pelatihan berkala
6.	Memvisualisasikan SOP yang ada
7.	Memberikan program atau fitur yang baru untuk berinovasi
8.	Melakukan perekrutan sumber daya manusia yang berpotensi
9.	Melakukan penilaian secara rutin
10.	Mengadakan evalusai secara berkala
11.	Mengembangkan jangkauan promosi diberbagai media
12.	Mengembangkan kantor cabang di seluruh wilayah jawa timur

**Raw weight**

*Raw Weight* diperoleh dengan mengalikan *adjusted importance*, *adjusted improvement ratio* dan *sales point*. Nilai ini menunjukkan tingkat kepentingan berdasarkan persepsi konsumen dan *improvement ratio* serta *sales point* yang ditentukan oleh tim peneliti.

Tabel 6. *Raw Weight*

No.	Atribut	Importance to Customer	Improvement Ratio	Sales Point	Raw Weight
1.	Kenyamanan Ruang Tunggu	4,76	1,03	1	4,90
2.	Fasilitas Memadai	4,54	1,04	1	4,72
3.	Kebersihan Fasilitas	4,39	1,13	1	4,96
4.	Peralatan yang digunakan modern	4,57	1,03	1	4,70
5.	Ketepatan Waktu Pelayanan	4,65	1,03	1	4,79
6.	Pelayanan Penyelesaian Masalah	4,54	1,11	1	5,04
7.	Kecepatan Karyawan dalam Melayani Nasabah	4,65	1,16	1	5,39
8.	Kedisiplinan Karyawan	4,65	1,01	1	4,69
9.	Penyampaian Informasi yang tepat	4,55	1,14	1	5,18
10.	Karyawan yang Tanggap	4,50	1,04	1	4,68
11.	Perlakuan yang baik	4,32	0,91	1	3,93
12.	Peningkatan keamanan	4,67	1,15	1	5,37
13.	Penampilan Karyawan yang Menarik & Sopan	4,54	1,01	1	4,58
14.	Pemahaman Karyawan tentang SOP	4,57	1,03	1	4,70
15.	Promosi diberbagai Media	4,76	1,04	1	4,95
16.	Memiliki banyak Cabang	4,55	0,94	1	4,28
17.	Perhatian personal pegawai kepada nasabah	4,60	0,99	1	4,55

**Normalized raw weight**

*Normalized Raw Weight* berisi informasi yang sama dengan *raw weight* yang disajikan dalam bentuk prosentase setelah *total raw* diketahui. Sehingga dapat dilihat dengan jelas tingkat kepentingan untuk masing-masing *customer requirement* dapat dilihat pada Persamaan (5). Perhitungan total weight adalah sebagai berikut.

$$\text{Weight Total} = \frac{4,74}{73,6} \times 100 = 6,44\%$$

Tabel 7. *Normalized Raw Weight*

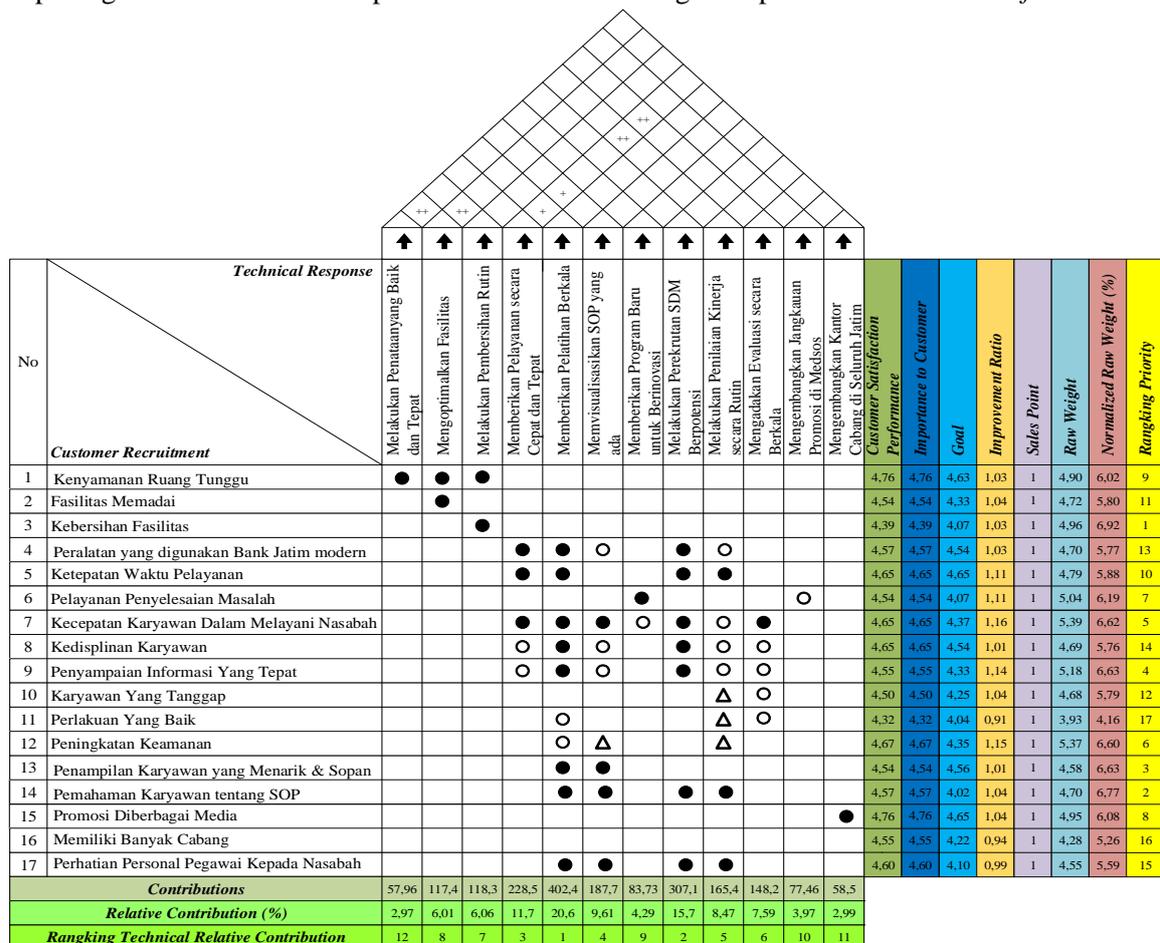
No.	Atribut	Raw Weight	Normalized Raw Weight (%)
1.	Kenyamanan Ruang Tunggu	4,90	6,02%
2.	Fasilitas Memadai	4,72	5,80%
3.	Kebersihan Fasilitas	4,96	6,92%
4.	Peralatan yang digunakan modern	4,70	5,77%
5.	Ketepatan Waktu Pelayanan	4,79	5,88%
6.	Pelayanan Penyelesaian Masalah	5,04	6,19%
7.	Kecepatan Karyawan dalam Melayani Nasabah	5,39	6,62%
8.	Kedisiplinan Karyawan	4,69	5,76%

Tabel 7. Normalized Raw Weight (lanjutan)

No.	Atribut	Raw Weight	Normalized Raw Weight (%)
9.	Penyampaian Informasi yang tepat	5,18	6,36%
10.	Karyawan yang Tanggap	4,68	5,79%
11.	Perlakuan yang baik	3,93	4,16%
12.	Peningkatan keamanan	5,37	6,60%
13.	Penampilan Karyawan yang Menarik & Sopan	4,58	6,63%
14.	Pemahaman Karyawan tentang SOP	4,70	5,77%
15.	Promosi diberbagai Media	4,95	6,08%
16.	Memiliki banyak Cabang	4,28	5,26%
17.	Perhatian personal pegawai kepada nasabah	4,55	5,59%
<b>Total</b>		<b>81,41</b>	<b>100%</b>

**House Of Quality**

Dibawah ini merupakan *House Of Quality* (HOQ) dari pengolahan data di atas, di mana pada HOQ dapat ditentukan *ranking priority* dan *ranking technical relative contributions* yang nantinya dapat digunakan untuk analisa perbaikan menurut hubungan respon teknis dan *voice of customer*.



Gambar 4. House Of Quality (HOQ).

Dari hasil HOQ tersebut dapat dilihat bahwa pada *voice of customer* atau *customer requirement* ranking pertama pada kebersihan fasilitas dan untuk *technical response* ranking pertama pada memberikan pelatihan berkala dan seterusnya.

### Analisa Perbaikan

Berdasarkan hasil analisa metode Kano dan *Quality Function Deployment* yang telah dilakukan maka hasil analisa perbaikan yang dapat dilakukan oleh PT. Bank X untuk terus meningkatkan pelayanan yaitu PT. Bank X harus melakukan pelatihan secara berkala, melakukan perekrutan SDM yang berpotensi, melakukan penilaian kinerja secara rutin, mengadakan evaluasi secara berkala, memvisualisasikan sop yang ada, melakukan pembersihan rutin, mengoptimalkan fasilitas, memberikan pelayanan secara cepat dan tepat, memberikan program baru untuk berinovasi, mengembangkan jangkauan promosi di media social, mengembangkan kantor cabang disleuruh jatim, melakukan penataan yang baik dan tepat.

### KESIMPULAN

Dari analisa hasil penelitian yang telah dilakukan terkait dengan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PT. Bank Jatim, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada dimensi *service quality* didapatkan 18 atribut yang akan digunakan pada pelayanan PT. Bank X yaitu kenyamanan ruang tunggu, fasilitas memadai, kebersihan fasilitas, ketepatan waktu pelayanan, pelayanan penyelesaian masalah, variasi pelayanan, profesionalitas karyawan, kecepatan karyawan dalam melayani nasabah, totalitas pelayanan karyawan, karyawan yang cekatan, karyawan yang tanggap, perlakuan yang baik, keramahan karyawan, penampilan karyawan yang menarik & sopan, pemahaman karyawan tentang SOP, promosi di berbagai media, memiliki banyak cabang.
2. Pada metode Kano didapatkan nilai *better* dan *worse* dari perhitungan klasifikasi Kano dimana nilai untuk atribut kenyamanan ruang tunggu nilai *better* 0,89 dan nilai *worse* -0,48, fasilitas memadai nilai *better* 0,80 dan *worse* -0,67, kebersihan fasilitas nilai *better* 0,86 dan nilai *worse* -0,58, ketepatan waktu pelayanan nilai *better* 0,78 dan nilai *worse* -0,63, pelayanan penyelesaian masalah nilai *better* 0,78 dan nilai *worse* -0,54, variasi pelayanan nilai *better* 0,56 dan nilai *worse* -0,84, profesionalitas karyawan *better* 0,65 dan *worse* -0,42, kecepatan karyawan dalam melayani nasabah nilai *better* 0,60 dan *worse* -0,44, totalitas pelayanan karyawan nilai *better* 0,78 dan *worse* -0,56, kedisiplinan karyawan nilai *better* 0,65 dan *worse* -0,40 karyawan yang cekatan nilai *better* 0,40 dan *worse* -0,60, karyawan yang tanggap nilai *better* 0,60 dan *worse* -0,50, perlakuan yang baik nilai *better* 0,60 dan *worse* -0,56, keramahan karyawan nilai *better* 0,69 dan *worse* -0,67, penampilan karyawan yang menarik & sopan nilai *better* 0,63 dan *worse* -0,67, pemahaman karyawan tentang SOP nilai *better* 0,73 dan *worse* -0,80, promosi diberbagai media nilai *better* 0,80 dan *worse* -0,65, memiliki banyak cabang nilai *better* 0,80 dan *worse* -0,73.
3. Didapatkan 12 respon teknis yang digunakan untuk melakukan perbaikan yaitu melakukan penataan dengan baik dan tepat, mengoptimalkan fasilitas, melakukan pembersihan rutin, memberikan pelayanan secara cepat dan tepat, memberikan pelatihan berkala, memvisualisasikan SOP yang ada, memberikan program atau fitur yang baru untuk berinovasi, melakukan perekrutan sumber daya manusia yang berpotensi, melakukan penilaian secara rutin, mengadakan evaluasai secara berkala, mengembangkan jangkauan promosi di berbagai media, mengembangkan kantor cabang di seluruh wilayah jawa timur.
4. Pada tahap alternatif perbaikan dapat dilihat dari *ranking technical importance* dengan melihat rangking teratas. Sehingga didapatkan respon teknis prioritas yang akan digunakan untuk perbaikan pelayanan pada PT. Bank X untuk meningkatkan kepuasan pelanggan yaitu memberikan pelatihan berkala, melakukan perekrutan SDM berpotensi, memberikan pelayanan secara cepat dan tepat, memvisualisasikan SOP yang ada, melakukan penilaian kinerja secara rutin, mengadakan evaluasi secara berkala, melakukan pembersihan rutin, mengoptimalkan fasilitas, memberikan program baru untuk berinovasi, mengembangkan jangkauan promosi di medsos, mengembangkan seluruh kantor cabang milik PT. Bank XS, dan melakukan penataan yang baik dan tepat.

**DAFTAR PUSTAKA**

- [1] Sigit P., R. D. dan Oktavani, F., "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi Kasus pada IFI Futsal Bandung)," *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, vol. 1, no. 1, p. 1-13, September 2014.
- [2] Panjaitan, J. E. dan Yuliati, A. L. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung," *DeReMa Jurnal Manajemen*, vol. 11, no. 2, p. 265-289, September 2016.
- [3] Prihastono, E. "Pengukuran Kepuasan Konsumen pada Kualitas Pelayanan *Customer Service* Berbasis Web," *Dinamika Teknik*, vol. 6, no, 1, p. 14-24, Januari 2012.
- [4] Nurhayati, S. "Analisis Kebutuhan Proses Bisnis Menggunakan Metode Kano," Tesis Teknik Komputer, UNIKOM Bandung, 2009.
- [5] Lasalewo, T. "Integrasi Model Kano dan Teknik QFD dalam Kegiatan Pengembangan Produk: Suatu Tinjauan Kritis," dalam *Seminar Nasional Seni dan Desain*, Surabaya, 2017.