

## USULAN PERBAIKAN KUALITAS PELAYANAN NASABAH BANK DENGAN MENGGUNAKAN MODEL KANO

<sup>1</sup>Vera Devani, <sup>2</sup>Ryan Ardiman

<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN SUSKA Riau  
JL.HR Soebrantas NO. 155, Panam Pekanbaru, Telp. 0761-8359937 Fax. 0761-859428  
Email: <sup>1</sup>veradevani@gmail.com

### ABSTRAK

Tingginya tingkat ketidakpuasan nasabah menuntut Bank Riau Kepri Kedai Pasar Sail untuk melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Tujuan penelitian ini adalah menentukan tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan dan menentukan usulan perbaikan pelayanan terhadap nasabah Bank Riau Kepri Kedai Pasar Sail. Model Kano adalah model yang dapat digunakan untuk memetakan preferensi pelanggan dalam memahami atribut-atribut pelayanan yang diharapkan dan dipilih oleh pelanggan dalam memperoleh kepuasan. Sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 96 nasabah yang menggunakan jasa pelayanan di Bank Riau Kepri Kedai Pasar Sail dengan menggunakan teknik random sampling. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kategori yang perlu diperhatikan kualitas pelayanannya yaitu kategori *must be*. Pada kategori ini diperlukan usulan perbaikan yaitu memberikan contoh setoran yang sudah diisi di meja setoran sebagai acuan pengisian atau menempatkan pegawai bank untuk memberikan petunjuk pengisian, di setiap kotak yang berisi lembar setoran diberi tanda sesuai dengan lembar setoran, selalu menambahkan lembar setoran jika lembar tersebut mulai habis, penambahan mesin ATM, melakukan pengecekan pada mesin ATM, menambahkan lahan parkir atau memanfaatkan lahan kosong di sekitar wilayah bank terutama untuk parkir mobil, memberikan kanopi untuk parkir kendaraan roda dua, melengkapi slip yang sesuai dengan kebutuhan nasabah, memberikan papan nama yang lebih besar, melakukan pelatihan kepada karyawan bank, mampu menjaga kerahasiaan nasabah, menempatkan petugas keamanan baik di luar maupun di dalam ruangan, karyawan bank harus menanyakan kembali kebutuhan, serta karyawan bank harus tanggap dengan nasabah yang belum memahami transaksi yang akan dilakukan.

**Kata kunci:** kepuasan pelanggan, kualitas jasa, model kano

### A. PENDAHULUAN

Bank adalah sebuah lembaga intermediasi keuangan umumnya didirikan dengan kewenangan untuk menerima simpanan uang, meminjamkan uang, dan menerbitkan promes atau yang dikenal sebagai *banknote*. Bank adalah sebuah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lain dengan tujuan untuk meningkatkan taraf hidup orang banyak [1]. badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya ke masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat banyak [2].

Industri perbankan telah mengalami perubahan besar dalam beberapa tahun terakhir. industri ini menjadi lebih kompetitif karena deregulasi peraturan. Saat ini, bank memiliki fleksibilitas pada layanan yang mereka tawarkan, lokasi tempat mereka beroperasi, dan tarif yang mereka bayar untuk simpanan deposito.

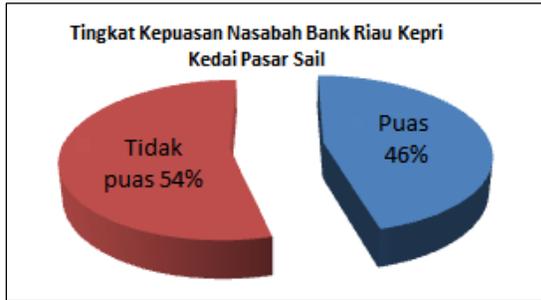
Masalah yang dihadapi oleh beberapa bank biasanya adalah ketidakpuasan para nasabah terhadap pelayanan bank tersebut. Baik itu keramahan karyawan dalam melayani nasabah yang datang,

kenyamanan nasabah dalam melakukan transaksi, proses pelayanan yang tidak terlalu lama, ataupun tingkat keamanan yang ada di bank itu sendiri. Apabila tidak terjalin suatu kenyamanan/kepuasan nasabah maka tidak heran akan terjadi kesenjangan pelayanan (gap) yang mengakibatkan para nasabah tidak percaya untuk melakukan transaksi di bank tersebut.

Kualitas layanan dapat berpengaruh kepada kepuasan nasabah dan berdampak terhadap kepercayaan, serta dapat menimbulkan loyalitas nasabah. Kualitas pelayanan kepada nasabah berkontribusi signifikan bagi penciptaan diferensiasi, *positioning*, dan strategi bersaing setiap organisasi perbankan.

Kepuasan nasabah merupakan sebuah perbandingan dari apa yang diharapkan dengan apa yang diterima nasabah. Apabila yang diterima oleh nasabah melebihi harapannya, maka nasabah tersebut dapat meraih kepuasan. Sebaliknya, apabila harapan nasabah lebih tinggi dari yang didapatkan, maka nasabah tersebut belum terpuaskan. Dalam hal ini perusahaan harus mampu meningkatkan kepuasan tersebut sehingga nasabah tidak beralih kepada bank lain.

Dari kuesioner yang disebar pada survey pendahuluan di Bank Riau Kepri Kedai Pasar Sail, diperoleh beberapa masalah yang belum memenuhi keinginan nasabah. Beberapa diantaranya adalah masalah tata letak parkir, petunjuk slip setoran, dan luas ruangan. Berikut adalah gambar grafik pie tingkat kepuasan nasabah terhadap pelayanan di Bank Riau Kepri Cabang Pasar Sail.



Gambar 1. Persentase tingkat kepuasan nasabah

Berdasarkan Gambar 1 di atas terlihat bahwa 54% nasabah merasa tidak puas terhadap pelayanan bank dan 46% nasabah menyatakan puas. Dengan menggunakan model Kano pihak manajemen bank dapat mengkategorikan setiap atribut layanan berdasarkan seberapa baik pelayan tersebut mampu memuaskan kebutuhan para nasabah sehingga pihak manajemen bank dapat menentukan langkah yang tepat dalam meningkatkan kualitas pelayanan.

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah menentukan tingkat kepuasan nasabah terhadap kualitas pelayanan, menentukan atribut-atribut yang berpengaruh dalam pelayanan nasabah serta menentukan usulan perbaikan pelayanan terhadap nasabah Bank.

Penelitian yang dilakukan oleh [3] tentang Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa kepuasan pelanggan tentang kualitas pelayanan di bank syariah telah di atas moderat (cukup tinggi). Faktor yang memberikan efek besar bagi kepuasan pelanggan di perbankan syariah adalah faktor *responsiveness*, *compliance*, dan *empathy*. Dengan analisis varians disimpulkan bahwa kualitas setiap bank syariah tidak memiliki perbedaan yang signifikan.

Penelitian tentang Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Hubungan terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri [4]. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa nilai nasabah, kualitas layanan dan kualitas hubungan berpengaruh secara langsung terhadap loyalitas serta pengaruh tidak langsung memiliki koefisien lebih besar

terhadap loyalitas dibandingkan dengan pengaruh langsung.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor atau ukuran keberhasilan bagi setiap pengembangan dan implementasi sistem informasi pada suatu perusahaan. Citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia layanan, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelanggan yang menikmati layanan perusahaan yang menentukan kualitas layanan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu layanan.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya [5]. Kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis [6].

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran kinerja produk total sebuah organisasi dibandingkan serangkaian keperluan pelanggan (*customer requirements*) [7].

Jasa merupakan suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketakberwujudan (*intangibility*) yang berhubungan dengannya, yang melibatkan beberapa interaksi dengan properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan [8]. Jasa adalah tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak yang lain yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud (*intangible*) dan tidak menghasilkan kepemilikan terhadap sesuatu [5].

*Service* sebagai suatu system [9]. Dalam perspektif ini, setiap bisnis jasa dipandang sebagai sistem yang terdiri dari dua komponen yaitu operasi jasa (*service operation*), dimana masukan (input) diproses dan elemen-elemen produk jasa diciptakan dan penyampaian jasa (*service delivery*), dimana elemen-elemen produk jasa tersebut dirakit, dirampungkan dan disampaikan kepada pelanggan. Lima karakteristik utama jasa [9] yaitu:

- (1) *Intangibility* (tidak berwujud)

Wujud jasa berbeda dengan barang. Bila barang merupakan suatu objek, alat, atau benda maka jasa adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (performance) atau usaha.

(2) *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)

Barang biasa diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

(3) *Variability / heterogeneity* (berubah-ubah)

Jasa bersifat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis tergantung kepada siapa, kapan dan dimana jasa tersebut diproduksi.

(4) *Perishability* (tidak tahan lama)

Jasa tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

(5) *Lack of Ownership* (tidak dapat dimiliki)

Pada pembelian barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya.

Lima prinsip dasar yang sering digunakan dalam menilai kualitas pelayanan [9] yaitu:

- (1) Bukti langsung (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan sarana komunikasi serta penampilan karyawan.
- (2) Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan memberikan penjelasan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- (3) Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang secara cepat.
- (4) Jaminan (*assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh karyawan, bebas dari biaya, resiko dan keragu-raguan. Jaminan juga berarti bahwa karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan serta keterampilan yang dibutuhkan untuk menanggapi setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
- (5) Empati (*empaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

## B. MODEL KANO

Model Kano dikembangkan oleh Dr. Nariaki Kano. Kepuasan pelanggan merupakan fungsi non linier dari *service functionality* dan terdiri dari tiga komponen *attractive component*, *proportional (one dimensional) component* dan *must be compont* [9]. Kategori ini didasarkan pada kemampuan atribut produk/jasa dalam memuaskan kebutuhan pelanggan.

Kategori Kano tentang persepsi kualitas [9] adalah sebagai berikut:

(1) *Attractive quality elements*

*Attractive quality elements* dapat digambarkan sebagai atribut kejutan dan senang, atribut ini memberikan kepuasan ketika tercapai sepenuhnya, tetapi tidak menyebabkan ketidakpuasan bila tidak terpenuhi.

(2) *One dimensional quality elements*

Untuk kebutuhan pelanggan ini, kepuasan pelanggan merupakan fungsi linear dari kinerja atribut pelayanan. Kinerja atribut tinggi mengarah kepada kepuasan pelanggan yang tinggi.

(3) *Indifferent quality elements*

*Indifferent quality elements* mengacu pada hal yang tidak baik atau buruk. Kinerja atribut pelayanan tidak menghasilkan kepuasan atau ketidakpuasan bagi pelanggan.

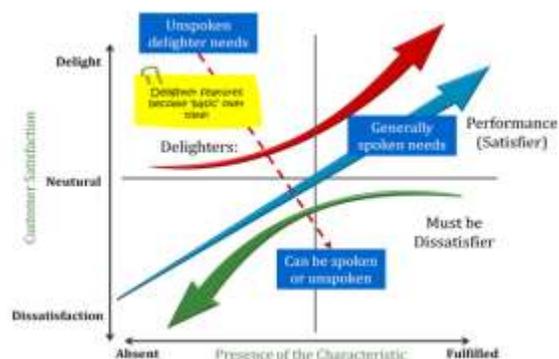
(4) *Must-be quality elements*

Untuk kebutuhan pelanggan ini, pelanggan menjadi tidak puas ketika kinerja dari atribut pelayanan rendah. Namun, kepuasan pelanggan tidak akan meningkat di atas normal walaupun kinerja dari produk/jasa tinggi.

(5) *Reverse quality elements*

Untuk kebutuhan ini, pelanggan menjadi tidak puas ketika kinerja atribut pelayanan yang tinggi. Hal ini mengacu pada rendahnya prestasi mengakibatkan kepuasan.

Grafik model Kano dapat dilihat pada Gambar 2.



Gambar 2. Grafik model Kano

Keuntungan dari model Kano [10] adalah sebagai berikut:

- (1) Penggunaan model Kano dapat menuntun dalam mengembangkan berbagai diferensiasi produk/jasa dengan memeriksa *attractive quality elements*. Unsur-unsur *attractive quality*

*elements* adalah kunci untuk mengalahkan kompetisi pasar.

- (2) Model Kano mempromosikan realisasi persyaratan produk/jasa bagi pelanggan. Atribut yang memiliki kepentingan besar pada kepuasan pelanggan dapat ditentukan.
- (3) Model Kano dapat memberikan panduan yang berharga dalam situasi pasar berikut, jika dua atribut produk tidak dapat dipromosikan secara bersamaan karena penyebab ekonomi atau teknis, atribut yang memiliki kepentingan yang lebih besar pada kepuasan pelanggan dapat diidentifikasi.

### C. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif analisis, yaitu suatu penelitian yang menggambarkan kejadian di lapangan kemudian dipadukan dengan hasil jawaban nasabah dan wawancara. Kuesioner yang telah disusun disebarkan kepada 96 nasabah Bank Riau Kepri Kedai Pasar Sail. Indikator pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner berdasarkan atas lima dimensi pelayanan (*Servqual*) yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* [9].

Setelah kuesioner diisi pelanggan, maka akan dilakukan uji validitas dan realibilitas. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan menghasilkan nilai yang sesuai dengan tujuan alat ukur tersebut. Uji validitas menggunakan rumus *Bivariate Pearson* (Korelasi *Pearson Product Moment*). Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikansi 0,05. Kriteria pengujian adalah jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$  maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid) [11].

Validitas suatu pertanyaan dilihat dari nilai koefisien korelasi antara taraf signifikan 0,05 dengan melihat  $r_{tabel}$  dengan derajat kebebasan ( $df = n - 2$ ). Maka didapat nilai ( $df = 28$ ). Maka nilai  $r_{tabel}$  untuk 28 sampel dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,361.

Uji realibilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran kuesioner yang digunakan relatif konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih pada responden yang berbeda. Realibilitas kuesioner berkaitan dengan skor hasil pengukuran terbebas dari kesalahan pengukuran. Metode yang digunakan dalam uji reliabilitas adalah metode *Cronbach's Alpha*. Metode *Cronbach's Alpha* sangat cocok digunakan pada skor berbentuk skala atau skor rentangan. Pengujian reliabilitas menggunakan batasan: reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik[11].

Langkah-langkah mengklasifikasikan atribut berdasarkan model Kano adalah sebagai berikut:

- (1) Menentukan atribut tiap responden  
 Atribut kategori Kano dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Penentuan kategori Kano [12]

Requirement	Customer		Disfunctional			
	1	2	3	4	5	
Functional	1	Q	A	A	A	O
	2	R	I	I	I	M
	3	R	I	I	I	M
	4	R	I	I	I	M
	5	R	R	R	R	0

Keterangan:

- Q = *Questionable* 1. Suka
- R = *Reverse* 2. Mengharapkan
- A = *Attractive* 3. Netral
- I = *Indifferent* 4. Memberikan Toleransi
- O = *One dimensional* 5. Tidak Suka
- M = *Must be*

- (2) Menghitung jumlah masing-masing kategori Kano dalam tiap-tiap atribut
- (3) Menentukan kategori Kano untuk tiap atribut dengan menggunakan Blauth Formula sebagai berikut:
  - (a) Jika  $(one\text{-}dimensional + attractive + must\ be) > (indifferent + reverse + questionable)$  maka *grade* diperoleh dari yang paling maksimum dari (*one-dimensional, attractive, must be*).
  - (b) Jika  $(one\text{-}dimensional + attractive + must\ be) < (Indifferent + reverse + questionable)$  maka *grade* diperoleh dari yang paling maksimum dari (*indifferent, reverse, questionable*).
- (4) Menghitung nilai kepuasan pelanggan (*better*) dan ketidakpuasan pelanggan (*worse*). *Better* mengindikasikan seberapa banyak kenaikan kepuasan pelanggan (A dan O). *Worse* mengindikasikan seberapa banyak penurunan kepuasan pelanggan (O dan M). Menghitung *Worse* dan *Better* adalah sebagai berikut [13]:

$$Better = \frac{A + O}{A + O + M + I}$$

$$Worse = \frac{O + M}{A + O + M + I}$$

- (5) Tindakan perbaikan. Secara umum paduan bagi organisasi dalam menentukan target untuk kategori Kano adalah berupaya memenuhi semua atribut *must be*, mempunyai kinerja lebih

baik dari pada kompetitor pada atribut *one-dimensional* dan memuaskan atribut *attractive* yang berbeda dengan kompetitor.

#### D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan model Kano (Lampiran 1) dapat dianalisa sebagai penentu usulan perbaikan kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan nasabah. Penentuan usulan perbaikan dilakukan berdasarkan posisi masing-masing variable pada kategori model Kano. Kategori model Kano adalah sebagai berikut:

- (1) Kategori *Attractive* yaitu:
  - (a) Kondisi ruangan tidak bersih.
  - (b) Meja teller tidak rapi.
  - (c) Tidak tersedia alat tulis di meja pengisian setoran.
  - (d) Ruangan panas dan sempit.
  - (e) Tata letak ruang yang berantakan.
  - (f) Susunan antrian tidak teratur.
  - (g) Tanggapan karyawan bank yang sigap dalam melayani nasabah.
  - (h) Selalu mendahulukan nasabah yang memilki status sosial lebih tinggi.
  - (i) Tidak ada kesan baik dan mendalam.
  - (j) Kurang perhatian terhadap keinginan nasabah.
- (2) Kategori *one dimensional* yaitu:
  - (a) Tidak adanya petunjuk pengisian setoran
  - (b) Kesiediaan karyawan bank untuk membantu nasabah.
  - (c) Tidak ada menanyakan kembali keinginan lainnya setelah nasabah melakukan transaksi.
- (3) Kategori *indifferent* yaitu:
  - (a) Tidak terdapat petunjuk untuk membedakan tiap lembar setoran.
  - (b) Penyediaan slip setoran tidak lengkap.
  - (c) Meja pengisian setoran tidak luas untuk pengisian setoran.
  - (d) Slip setoran sesuai kebutuhan nasabah tidak tersedia dengan lengkap.
  - (e) Lokasi bank yang langsung tampak dari jalan besar.
- (4) Kategori *must be* yaitu:
  - (a) Mesin ATM tidak mencukupi.
  - (b) Mesin ATM selalu mengalami kendala yang berarti.
  - (c) Mengantri tidak terlalu lama
  - (d) Karyawan bank lambat melakukan transaksi bank
  - (e) Pengawai bank kurang memiliki pengetahuan dalam memberikan informasi.
  - (f) Tidak ada jaminan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan.

- (g) Kurangnya keamanan saat melakukan transaksi.
- (h) Tempat parkir sempit.
- (i) Tempat parkir kendaraan roda dua terkena terik matahari.

Berdasarkan nilai yang diperoleh melalui peningkatan dan penurunan (*better* dan *worse*) maka diperoleh diagram Kano yang menyatakan pertanyaan-pertanyaan yang dianggap perlu untuk dikembangkan ataupun dilakukan perbaikan agar menjadi lebih baik dan meningkatkan kepuasan nasabah (Lampiran 1). Perbaikan yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Perbaikan yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kepuasan nasabah

No	Pertanyaan	Usulan perbaikan yang dilakukan
<b>Berwujud</b>		
1	Adanya petunjuk pengisian setoran	Memberikan contoh setoran yang sudah diisi pada meja setoran sebagai acuan pengisian, atau menempatkan pegawai bank untuk memberikan petunjuk pengisian
2	Terdapat petunjuk untuk membedakan tiap lembar setoran	Di setiap kotak yang berisi lembar setoran diberi tanda sesuai dengan lembar setoran
3	Menyediakan slip setoran dengan lengkap	Selalu menambahkan lembar setoran jika lembar setoran mulai habis.
4	Jumlah mesin ATM	Penambahan mesin ATM
5	Mesin ATM tidak mengalami kendala yang berarti	Melakukan pengecekan pada mesin ATM yang ada
6	Tempat parkir yang cukup luas	Menambahkan lahan parkir, ataupun memanfaatkan lahan kosong di sekitar wilayah bank. terutama untuk parkir mobil
7	Parkir sejuk dan terhindar dari terik matahari	Memberikan kanopi di lahan parkir untuk kendaraan roda dua
<b>Keandalan</b>		
1	Kesesuaian slip setoran sesuai kebutuhan nasabah	Melengkapi slip yang sesuai dengan kebutuhan nasabah
2	Lokasi bank yang langsung tampak dari jalan besar (tidak tersembunyi)	Memberikan papan nama yang lebih besar
3	Mengantri tidak terlalu lama	Karyawan bank lebih cekatan dalam melayani nasabah
<b>Daya Tanggap</b>		
1	Cepatnya proses transaksi yang dilakukan oleh	Melakukan pelatihan kepada karyawan bank dalam melakukan transaksi

No	Pertanyaan	Usulan perbaikan yang dilakukan
2	karyawan bank Karyawan bank mempunyai pengetahuan yang memadai dalam memberikan informasi	sehingga lebih cepat Melakukan training terhadap karyawan bank
<b>Jaminan</b>		
1	Jaminan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan	Mampu menjaga kerahasiaan para nasabah
2	Keamanan dalam proses transaksi berlangsung	Menempatkan petugas keamanan baik di luar maupun di dalam ruangan
<b>Empati</b>		
1	Karyawan bank menanyakan kembali keinginan yang lain setelah nasabah melakukan transaksi	Karyawan bank harus menanyakan kembali kebutuhan nasabah setelah melakukan transaksi.
2	Kesediaan karyawan bank untuk membantu nasabah	Karyawan bank harus tanggap dengan nasabah yang belum memahami transaksi yang akan dilakukan

## E. KESIMPULAN

Berdasarkan dari tujuan penelitian maka disimpulkan sebagai berikut:

- (1) Berdasarkan kategori Kano, diperoleh dalam persentase pada setiap kategori. Kategori *one dimensional* adalah sebesar 25% kategori *must be* adalah sebesar 34% kategori *attractive* adalah sebesar 16% kategori *indifferent* adalah sebesar 23% dan kategori *Reverse* adalah sebesar 0,7% Dalam hal ini pelayanan dari Bank Riau Kepri Kedai Pasal Sail masih belum mendapatkan tingkat kepuasan yang baik karena tidak berada pada kategori *One dimensional* dan *Must be*.
- (2) Usulan perbaikan yang dilakukan adalah fasilitas-fasilitas yang berada pada kategori *must be* yang dianggap perlu untuk dilakukan perbaikan agar kepuasan pelanggan terpenuhi. Perbaikan yang dilakukan adalah sebagai berikut:
  - (a) Menambahkan mesin ATM
  - (b) Melakukan pengecekan pada mesin ATM yang ada.
  - (c) Karyawan bank lebih cekatan dalam melayani nasabah.
  - (d) Melakukan pelatihan kepada karyawan bank sehingga lebih cepat dalam pelayanan dan memiliki pengetahuan dalam memberikan informasi kepada nasabah.

- (e) Menambahkan lahan parkir, ataupun memanfaatkan lahan kosong di sekitar bank.
- (f) Memberikan kanopi di lahan parker kendaraan roda dua.
- (g) Menempatkan petugas keamanan baik di luar maupun di dalam ruangan
- (h) Karywan bank lebih menjaga kerahasiaan nasabah.

## REFERENSI

- [1] Undang-undang RI nomor 10 Tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang Perbankan
- [2] Koestanto. T.H. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 10. Hal. 1-18. 2014.
- [3] Cahyani, P.D. Tingkat Kepuasan Nasabah terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Volume 6 (2), Hal. 151-162. Oktober 2016
- [4] Kurniawan. S. dan Muchsin S. Shihab. Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Hubungan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vol.13 No.2. Hal. 199-2016. Juni 2015.
- [5] Atina. Analisis Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan dalam Memberikan Pelayanan Kesehatan di Rumah Sakit Menggunakan Metode Importance Performance Analysis dan Potential Gain in Customer Value's. Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri. Fakultas Teknik Industri. Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2010.
- [6] Aryani, D. dan Febrina Rosinta. Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi. Hal. 114-126. Mei-Agus 2010.
- [7] Tjiptono. F. 2012. Service Management. Yogyakarta: Andi
- [8] Rachmansyah. A. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Dok dan Perkapalan Surabaya (Persero). Jurnal Ilmu & Riset Manajemen. Vol. 2 No. 12. 2013.
- [9] Tjiptono. F. 2016. Service, Quality dan Satisfaction. Yogyakarta: Andi
- [10] Fajar, A. D. Desain Prosedur Penilaian Kepuasan Pelanggan dalam Rangka Implementasi ISO 9001:2008 dengan Menggunakan Metode Servqual dan Model Kano di sebuah Perusahaan Jasa Transportasi Alat Berat. Skripsi Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Indonesia. 2011.
- [11] Priyatno, D. 2010. Paham Analisa Statistika Data dengan SPSS. Yogyakarta: MediaKom..
- [12] Rao, A. 1996. Total Quality Management: A Cross Functional Perspective. John Willey and Sons.
- [13] Hashim, A dan Siti Zawiah Md Dawal. Kano Model and QFD integration approach for Ergonomic Design

Improvement. Elsevier. Procedia - Social and Behavioral Sciences. No. 57. Hal. 22-32. 2012.

**LAMPIRAN 1. GRAFIK MODEL KANO KEPUASAN NASABAH BANK RIAU KEPRI KEDAI PASAR SAIL**

