

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP
CUSTOMER SERVICE PADA PT BANK JABAR (PERSERO)
KANTOR CABANG MAJALENGKA**

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana pada
Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen
Universitas Muhammadiyah
Yogyakarta



Oleh :

YAYAT JATNIKA S
20020410401

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA

SKRIPSI

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *CUSTOMER SERVICE*
PADA PT BANK JABAR (PERSERO)
KANTOR CABANG MAJALENGKA**



Telah disetujui Dosen Pembimbing
Pembimbing

Drs. H. Anwarudin, M.S.

Tempat 7 Mei 2007

1954

THE NATIONAL BUREAU OF INVESTIGATION
UNITED STATES DEPARTMENT OF JUSTICE
WASHINGTON, D. C.

Special Agent

WALTER A. TAYLOR
100-10000

Special Agent in Charge
Washington, D. C.



WALTER A. TAYLOR
100-10000

Special Agent

SKRIPSI

**ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP *CUSTOMER SERVICE*
PADA PT BANK JABAR (PERSERO)
KANTOR CABANG MAJALENGKA**

Diajukan oleh

**YAYAT JATNIKA S
20020410401**

Skripsi ini telah Dipertahankan dan Disahkan di depan
Dewan Penguji Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
Tanggal 29 Mei 2007.



Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
Ketua Tim Penguji



Drs. H. Asnawi Asdinarju, M.Si.

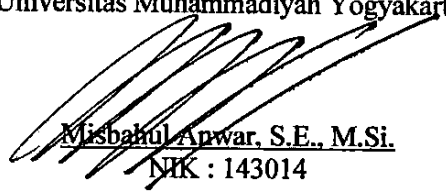
Anggota Tim Penguji



Istihofaina Astuti, S.E., M.Si.

Anggota Tim Penguji

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Misbahul Anwar, S.E., M.Si.
NIK : 143014

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

DEPARTMENT OF CHEMISTRY

PHYSICAL CHEMISTRY

PHYSICAL CHEMISTRY

PHYSICAL CHEMISTRY

PHYSICAL CHEMISTRY

PHYSICAL CHEMISTRY

PHYSICAL CHEMISTRY

PHYSICAL CHEMISTRY

PHYSICAL CHEMISTRY

PHYSICAL CHEMISTRY

PHYSICAL CHEMISTRY

PERNYATAAN

Dengan ini saya,

Nama : Yayat Jatnika S

Nomor Mahasiswa : 20020410401

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul “ Analisis Persepsi Konsumen Terhadap *Customer Service* Pada PT Bank Jabar (Persero) Kantor Cabang Majalengka ” tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka. Apabila ternyata dalam skripsi ini diketahui terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain maka saya bersedia

MOTTO

- Tidaklah mungkin bagi matahari menyusul bulan dan tiada malam mendahului siang. Semua beredar pada falaknya (tempat peredarannya) masing-masing. (yaasiin : 40)
- Maka Maha Suci (Allah) yang di tangan-Nya kekuasaan atas segala sesuatu dan kepada-Nyalah kamu dikembalikan. (yaasiin:22)

INTISARI

Penciptaan kualitas layanan yang baik, merupakan kekuatan awal yang dapat ditampilkan perusahaan kepada konsumennya. Dengan memberikan layanan yang baik diharapkan kepuasan konsumen terhadap perusahaan akan tercapai dan akan terciptanya persepsi yang baik dalam benak konsumen sehingga citra perusahaan akan semakin meningkat.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap *customer service* pada PT Bank Jabar (Persero) Kantor Cabang Majalengka. Hal ini dikarenakan bagian *customer service* berada di gardu depan dan secara langsung memberikan pelayanan kepada nasabah. Analisis yang digunakan untuk menjawab tujuan penelitian tersebut adalah analisis Mean Aritmathic.

Hasil penelitian ini bahwa persepsi konsumen terhadap *customer service* adalah baik dengan nilai rata – rata indikator karyawan sebesar 3,7686, fasilitas fisik sebesar 3,7320, informasi sebesar 3,6898.

Kata Kunci: kualitas layanan, kepuasan konsumen, *customer service*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji dan syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayah-Nya dan memberikan kekuatan, kesabaran serta kemampuan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik. Adapun penulisan ilmiah ini sebagai salah satu syarat mencapai derajat Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, saran-saran, nasehat serta dukungan moril maupun materi dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
2. Drs. H. Asnawi Asdinarju, M.Si. selaku pembimbing yang sudah sangat baik membimbing penulis. Terima kasih atas waktu, saran, dan arahnya.
3. Kedua Orang Tuaku yang telah membesarkan dan memberikan kasih sayang, materi dan motivasi yang tidak ternilai harganya.
4. Keluarga Besarku yang selalu memberikan dukungan, doa dan semangat.
5. Semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan serta masukan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

Mengingat masih terbatasnya pengetahuan, kemampuan dan pengalaman penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan Skripsi ini. Oleh karena itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi melengkapi kekurangan Skripsi ini.

Akhir kata hanya Allah SWT tempat satu-satunya bermohon, semoga bantuan dan dorongan dari semua pihak mendapat balasan setimpal dari-Nya sebagai amal kebaikan. Penulis mengharapkan semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan bagi semua pihak yang membutuhkan. Amin.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAAN.....	v
INTISARI	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Batasan Masalah.....	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian.....	5
E. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori.....	7
1. Pemasaran	7
2. Ruang Lingkup Jasa.....	12
3. Kualitas Jasa.....	19
4. <i>Customer Service</i>	21
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Kerangka Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Obyek Penelitian	33
B. Jenis Penelitian	33

C. Sumber Data.....	34
D. Definisi Operasionalisasi Variabel Penelitian	35
E. Teknik Sampling.....	36
F. Skala Pengukuran	37
G. Uji Kualitas Instrumen Penelitian	38
H. Metode Analisis Data	40

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	41
1. Sejarah Perusahaan	41
2. Misi dan Fungsi	43
3. Struktur Organisasi dan Deskripsi Jabatan	43
4. Produk atau Jasa yang Ditawarkan.....	47
5. Pengembangan Strategi Pemasaran	48
B. Identitas Responden.....	49
C. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas	55
D. Variabel <i>Customer Service</i>	56
E. Analisis <i>Mean Aritmathic</i>	59
F. Pembahasan	60

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	62
B. Saran	62
C. Keterbatasan Penelitian	62

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel <i>Customer Service</i>	35
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis kelamin	50
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	51
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	52
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah	53
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Frekuensi Berhubungan Dengan <i>Customer Service</i>	54
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Sumber Informasi	55
Tabel 4.7 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Dimensi Karyawan <i>Customer Service</i>	57
Tabel 4.8 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Dimensi Fasilitas Fisik <i>Customer Service</i>	58
Tabel 4.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Dimensi Informasi <i>Customer Service</i>	59
Tabel 4.10 Hasil Analisis Mean Aritmatic	60

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian	32
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Pada PT Bank Jabar (Persero)	
Kantor Cabang Meialangka	44