

SKRIPSI

**Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service*
terhadap Citra Perusahaan**

(Kasus Bank BNI'46 Semarang)

Dosen Pembimbing : Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.



**Diajukan guna Melengkapi Tugas Akhir dan Memenuhi Persyaratan
Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Sosial (S.Sos)**

Oleh :

Vincentia Esthanya Widyatmiko

06 09 03048

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2010**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN *CUSTOMER SERVICE* TERHADAP CITRA PERUSAHAAN

(Kasus Bank BNI'46 Semarang)

SKRIPSI

**Diajukan untuk melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat guna
memperoleh gelar strata satu Program Studi Ilmu Sosial Komunikasi**

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Disusun Oleh :

Vincentia Esthanya Widyatmiko

NIM: 06 09 03048 / KOM

Disetujui Oleh :



Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.

Dosen Pembimbing

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Citra Perusahaan (Kasus Bank BNI'46 Semarang)**

Penyusun : Vincentia Esthanya Widyatmiko

NIM : 06 09 03048

Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan pada sidang ujian skripsi yang diselenggarakan pada,

Hari/ Tanggal : Rabu, 27 Oktober 2010

Waktu : Pk 15.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Fisip Lt.2

Tim Penguji

Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si.

Penguji Utama



Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.

Penguji I

Ike Devi S., M.Si.

Penguji II

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Vincentia Esthanya Widyatmiko
No mahasiswa : 06 09 03048
Program studi : Ilmu Komunikasi
Judul karya tulis : Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service*
Terhadap Citra Perusahaan
(Kasus Bank BNI 46 Semarang)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri.

Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan *plagiarism*, pencurian hasil karya milik orang lain, hasil karya orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lainnya yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir secara orisinal dan otentik.

Bila di kemudian hari diduga kuat ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak atas tekanan atau paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 27 Oktober 2010



Saya yang menyatakan,

(Vincentia Esthanya Widyatmiko)

HALAMAN PERSEMBAHAN



Karya Tulis ini sepenuhnya kupersembahkan untuk:

Sayangku Mama & Papa (+)

Kangenku Kak Esti dan Cintaku Mas Agus

dan Semua Sahabat yang Ku cinta

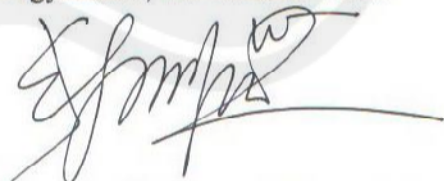
Terima Kasih atas Motivasi dan Doa untukku

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kepada Bunda Maria dan Almarhum Papa, atas cinta-Nya akhirnya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dari pengajuan judul, seminar, penelitian, hingga laporan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan *Customer Service* terhadap Citra Perusahaan”**, dimana skripsi ini telah dinyatakan memenuhi syarat untuk mencapai kelulusan di hadapan tim penguji pada prodi Ilmu Komunikasi FISIP UAJY.

Disadari penulis bahwa skripsi ini masih sarat dengan segala kekurangan dan jauh dari sempurna. Penulis berharap di masa yang akan datang banyak penelitian mengenai topik yang sama yang dapat menjadi tambahan sekaligus koreksi terhadap skripsi ini. Penulis sadar skripsi ini masih banyak hal yang patut dikoreksi, dikritis, dan diinterpretasikan lebih dalam lagi. Skripsi ini bukan tahap akhir, melainkan titik awal lahirnya usaha untuk menjawab sekaligus mengeksplorasi sebuah permasalahan. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi orang lain, baik sebagai pembuka wacana maupun penggerak langkah.

Yogyakarta , 27 Oktober 2010



(Vincentia Esthanya Widyatmiko)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xv
ABSTRAKSI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Kerangka Teori.....	7
1. <i>Customer Relations</i>	7
2. Kualitas Pelayanan.....	13
3. Kepuasan Pelanggan.....	25
4. Citra (<i>Image</i>).....	27
F. Kerangka Konsep.....	35

G. Hipotesis.....	41
H. Definisi Operasional.....	42
I. Metodologi Penelitian.....	45
1. Metode Penelitian.....	45
2. Jenis Penelitian	45
3. Sifat Penelitian.....	46
4. Teknik Pengumpulan Data.....	46
5. Populasi dan Sampel.....	47
6. Validitas dan Reliabilitas.....	50
7. Teknik Pengolahan Data.....	56
8. Teknik Analisis Data.....	57
9. Lokasi Penelitian.....	59
BAB II DESKRIPSI OBYEK PENELITIAN.....	60
A. Sejarah BNI'46.....	60
B. Visi dan Misi BNI'46.....	63
C. Etos dan Budaya BNI'46.....	64
D. Logo BNI'46.....	66
E. Produk BNI'46.....	68
F. Struktur Organisasi BNI'46.....	72
G. <i>Customer Service</i> BNI'46.....	75
H. Prestasi BNI'46.....	80

BAB III ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA.....	82
A. Analisis Data.....	82
1. Deskripsi Variabel Penelitian.....	82
a. Jenis Kelamin.....	83
b. Tingkat Pendidikan.....	83
c. Variabel Kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i>	84
d. Variabel Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	98
e. Variabel Citra Perusahaan.....	103
2. Analisis Regresi Linier Model Jalur.....	116
a. Koefisien Regresi antara Variabel Kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i> , Tingkat Kepuasan Nasabah , dan Citra Perusahaan.....	117
b. Hubungan antara Variabel Kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i> , Tingkat Kepuasan Nasabah , dan Citra Perusahaan.....	118
c. Koefisien Keseuaian Model antara Variabel Kualitas Pelayanan, Tingkat Kepuasan Nasabah , dan Citra Perusahaan.....	119
3. Pengujian Hipotesis.....	118
a. Pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i> (X_1) terhadap Citra Perusahaan (Y).....	120
b. Pengujian Pengaruh Kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i> (X_1) terhadap Citra Perusahaan (Y) melalui Kepuasan Pelanggan (X_2).....	121

B. Interpretasi Data.....	122
BAB IV PENUTUP.....	129
1. Kesimpulan.....	129
2. Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 1	Definisi Operasional.....	42
Tabel 2	Uji Validitas Kualitas layanan <i>Customer Service</i> (X_1).....	52
Tabel 3	Uji Validitas Tingkat Kepuasan Pelanggan (X_2).....	52
Tabel 4	Uji Validitas Tingkat Citra Perusahaan (Y).....	54
Tabel 5	Uji Reliabilitas Kualitas pelayanan <i>Customer Service</i> (X_1), Tingkat Kepuasan Pelanggan (X_2), dan Citra Perusahaan (Y).....	55
Tabel 6	Budaya Kerja BNI'46.....	66
Tabel 7	Jenis Kelamin Responden.....	83
Tabel 8	Tingkat Pendidikan Responden.....	83
Tabel 9	Penilaian Responden Terhadap Kerapian Berpakaian <i>Customer Service</i>	84
Tabel 10	Penilaian Responden Terhadap Gerak Tubuh <i>Customer Service</i> sopan.....	85
Tabel 11	Penilaian Responden Terhadap Kelengkapan Media komunikasi	85
Tabel 12	Penilaian Responden Terhadap Kecepatan Penanganan Transaksi....	86
Tabel 13	Penilaian Responden Terhadap Waktu Pelayanan yang memadai....	87
Tabel 14	Penilaian Responden Terhadap Tanggung Jawab <i>Customer Service</i> ..	87
Tabel 15	Penilaian Responden Terhadap Ketepatan <i>Customer Service</i> dalam Memberikan Informasi.....	88
Tabel 16	Penilaian Responden terhadap Keleluasaan Tingkat Pengetahuan <i>Customer Service</i>	88

Tabel 17	Penilaian Responden terhadap Keterbukaan Informasi.....	89
Tabel 18	Penilaian Responden terhadap Kejelasan dan Keakuratan informasi yang diberikan <i>Customer Service</i>	90
Tabel 19	Penilaian Responden terhadap Kemampuan Komunikasi.....	90
Tabel 20	Penilaian Responden terhadap Penggunaan Bahasa Jargon.....	91
Tabel 21	Penilaian Responden terhadap Ketrampilan <i>Customer Service</i> dalam menjelaskan informasi.....	92
Tabel 22	Penilaian Responden terhadap Keramahan Pelayanan <i>Customer Service</i>	92
Tabel 23	Penilaian Responden terhadap Kesopanan Pelayanan <i>Customer Service</i>	93
Tabel 24	Penilaian Responden terhadap Penguasaan Materi.....	94
Tabel 25	Penilaian Responden terhadap Prioritas <i>Customer Service</i> atas kepentingan nasabah.....	94
Tabel 26	Penilaian Responden terhadap Kesempatan Bertanya Ulang.....	95
Tabel 27	Penilaian Responden terhadap Empati akan Kebutuhan Nasabah.....	96
Tabel 28	Penilaian Responden terhadap Ketulusan Pelayanan yang diberikan <i>Customer Service</i>	96
Tabel 29	Total kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i>	98
Tabel 30	Penilaian Responden terhadap Pelayanan yang Membuat rasa Nyaman.....	99
Tabel 31	Penilaian Responden terhadap Informasi yang diterima telah Menjawab Pertanyaan.....	100

Tabel 32	Penilaian Responden terhadap informasi yang diterima menambah Pengetahuan.....	100
Tabel 33	Penilaian Responden terhadap Informasi yang diterima Sesuai dengan Harapan.....	101
Tabel 34	Penilaian Responden akan Kepuasan yang dirasakan.....	101
Tabel 35	Total Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	103
Tabel 36	Penilaian Responden terhadap Keunggulan Kualitas Pelayanan BNI'46.....	104
Tabel 37	Penilaian Responden terhadap Kredibilitas BNI'46.....	105
Tabel 38	Penilaian Responden terhadap Kepedulian BNI'46 terhadap Masyarakat Sekitar.....	105
Tabel 39	Penilaian Responden terhadap Pelayanan BNI'46 yang Prima.....	106
Tabel 40	Penilaian Responden terhadap Kesigapan BNI'46 dalam Layanan.....	107
Tabel 41	Penilaian Responden terhadap Jaringan Kantor Cabang BNI'46.....	107
Tabel 42	Penilaian Responden terhadap Jaringan <i>Online</i> BNI'46.....	108
Tabel 43	Penilaian Responden terhadap Layanan BNI Multiguna.....	109
Tabel 44	Penilaian Responden terhadap Kepedulian BNI'46 akan Kebutuhan.....	110
Tabel 45	Penilaian Responden terhadap BNI'46 Sebagai <i>Market Leader</i>	110
Tabel 46	Penilaian Responden terhadap BNI'46 Sebagai <i>Service Leader</i>	111
Tabel 47	Penilaian Responden terhadap Identitas Visual BNI'46.....	112
Tabel 48	Penilaian Responden terhadap Slogan BNI'46.....	112
Tabel 49	Penilaian Responden terhadap Misi BNI'46.....	113
Tabel 50	Penilaian Reponden terhadap Layanan BNI Taplus.....	114

Tabel 51	Total Citra Perusahaan.....	116
Tabel 52	Hasil Regresi Linier Model Jalur Metode OLS.....	116
Tabel 53	Hasil Uji t Variabel Kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i> (X_1) terhadap citra BNI'46 (Y)	120
Tabel 54	Hasil Uji t Variabel Kualitas Pelayanan <i>Customer Service</i> (X_1), Tingkat Kepuasan Nasabah (X_2) dan Citra Perusahaan (Y).....	121



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	<i>Gummesson 4 Q Model Of Offering</i>	23
Gambar 2	Elemen Citra Perusahaan.....	30
Gambar 3	Model Hubungan Antar Variabel	40
Gambar 4	Logo Bank Negara Indonesia '46.....	67
Gambar 5	Struktur Organisasi Bank Negara Indonesia'46.....	74
Gambar 6	Interpretasi Model Hubungan Antar Variabel.....	124

ABSTRAKSI

Citra perusahaan merupakan gambaran yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan. Dengan citra yang positif, perusahaan akan diperkuat posisinya dalam persaingan dan mendapat kepercayaan dari para publiknya. Citra perusahaan juga berpengaruh terhadap produk atau layanan yang ditawarkan perusahaan, dengan citra yang positif, konsumen akan lebih mudah untuk memilih produk atau layanan tersebut tersebut.

Hal ini juga berlaku di dunia perbankan, bahkan bagi perusahaan-perusahaan di bidang ini, citra perusahaan sangatlah penting untuk dibangun, karena produk dan layanan perbankan sangat bergantung kepada tingkat kepercayaan konsumen terhadap perusahaan perbankan tersebut. Makin ketatnya persaingan di dunia perbankan dalam menarik nasabah untuk menggunakan produk dan layanan bank membuat perusahaan-perusahaan perbankan bersaing dalam memperbaiki kualitas layanan terhadap nasabah, terutama kualitas layanan *Customer Service* yang secara intensif melayani kebutuhan informasi, keluhan dan menangani masalah nasabah.

Hubungan dengan nasabah merupakan kunci kesuksesan sebuah perusahaan perbankan. Kepuasan nasabah yang dihasilkan oleh produk atau layanan yang baik merupakan suatu permulaan dari hubungan nasabah yang baik dan mendorong rekomendasi untuk mendapatkan calon nasabah lain.

Oleh karena itu kualitas layanan, khususnya oleh *Customer Service*, dapat diharapkan pula membentuk citra positif perusahaan. Hal ini sesuai dengan *4Q Model of Offering Quality* oleh Gumesson, yaitu persepsi pelanggan terhadap kualitas total produk dan layanan perusahaan akan mempengaruhi citra perusahaan di mata pelanggan. Suatu riset dilakukan untuk mengetahui opini publik (tanggapan nasabah) mengenai kualitas pelayanan *Customer Service* dimana kepuasan nasabah pada jasa dan produk sebagai faktor pendukung yang akan mempengaruhi citra perusahaan, dalam ini digunakan kasus BNI⁴⁶ Semarang dan akhirnya diharapkan riset ini dapat memberikan evaluasi bagi pengembangan dan kemajuan perusahaan.

Penelitian ini bersifat eksplanatif, yakni suatu penelitian yang menjelaskan hubungan saling pengaruh antar variabel *independent* (Kualitas Pelayanan *Customer Service*), variabel *intervening* (Tingkat Kepuasan Nasabah), dan variabel *dependent* (Citra BNI⁴⁶) melalui pengujian hipotesis. Penelitian ini menggunakan metode *cross sectional survey* dimana data diambil sekali saja. Penyebaran kuesioner sebanyak 330 orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah Teknik Sampling Kebetulan (*Accidental Sampling*). Cara pengambilan sampel adalah dengan mendatangi lokasi penelitian (Kantor Wilayah BNI⁴⁶ Semarang) dan setiap nasabah yang sedang melakukan transaksi di *Customer Service* BNI⁴⁶ secara acak berhak didatangi dan diminta menjadi salah satu sampel.

Hasil penelitian regresi linier menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan *Customer Service* mempunyai pengaruh signifikan terhadap citra BNI⁴⁶. Hal ini dapat diartikan, jika kualitas pelayanan *Customer Service* meningkat, maka citra BNI⁴⁶ juga mengalami peningkatan yang signifikan. Hasil analisis model jalur menunjukkan koefisien hubungan langsung lebih besar dari koefisien hubungan tidak langsung.

Dengan demikian disimpulkan bahwa hubungan yang sebenarnya adalah langsung dengan kata lain Kualitas Pelayanan *Customer Service* lebih besar pengaruhnya terhadap citra BNI⁴⁶ daripada melalui kepuasan Nasabah.

Kata kunci : *Kualitas pelayanan, Tingkat Kepuasan, Citra.*