

Analisis kualitas layanan customer service lembaga keuangan non-bank (kasus : PT BFI Finance Indonesia, Tbk)

Nana Lerisca, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20338968&lokasi=lokal>

Abstrak

Persaingan jasa dari perusahaan multiinance atau yang biasa disebut juga sebagai lembaga keuangan non-bank dari tahun ke tahun semakin menjarnur. Salah satu pemainnya didalamnya adalah PT BFI Finance Indonesia Tbk (BFI). Ditengah maraknya persaingan lembaga keuangan non-bank, BFI juga menggunakan jasa Customer Service sebagai salah satu cara untuk mencapai kepuasan bagi pma pelanggannya.

Mengingat pentingnya kepuasan pelanggan yang dapat diukur dari pelayanan yang diberikan, maka tesis ini membahas mengenai kepuasan pelanggan alas kualitas jasa Customer Service yang mereka miliki.

Kualitas layanan dalam penelitian ini, ditinjau dari 5 faktor utama dalam Servqual (Service Quality) yaitu Assurance, Empathy, Reliability, Responsiveness dan Tangible.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif Data primer didapatkan melalui penyebaran kuesioner dengan 200 responden sebagai sampel. 200 kuesioner tersebut seluruhnya dapat digunakan dan diolah yang selanjutnya menjadi dasar perhitungan dalam penelitian. Kuesioner dianalisis untuk mengetahui tingkat kepuasan, tingkat kesesuaian dan kesenjangan antara pengalaman dan harapan pelanggan, serta dibuat diagram Importance and Performance Matrix untuk mengetahui skala prioritas dari faktor-faktor Servqual tersebut.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan paling tinggi pelanggan berdasarkan lima dimensi Service Quality terdapat pada dimensi tangible (penampilan fisik / kasat mata) dan paling rendah adalah pada dimensi reliability. Ditingkat kedua pada tingkat kepuasan pelanggan adalah pada dimensi assurance dan ditingkat ketiga adalah dimensi responsiveness dan empathy.

Mengingat dari tahun ke tahun jumlah lembaga keuangan non-bank terus meningkat, maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan atas jasa layanan lembaga keuangan non-bank harus terus ditingkatkan dan dipertahankan, salah satunya melalui layanan customer servicenya. Hal ini juga dilakukan sebagai salah satu cara dalam memcnangkan pelanggan dalam persaingan yang semakin ketat.

.....The competition in multiinance company or finance institution non-bank is spreading year by year. One of players in the multiinance company business is PT BFI Finance Indonesia Tbk (BFI). In the multiinance company competition, BFI uses Customer Service as one of the ways to achieve customer satisfaction. Since the importance of customer satisfaction can be evaluated according to its service quality granted to the customer, thus this thesis shall analyze the customer satisfaction regarding they Customer Service quality.

The service quality in this research is based on main five factors in ServQual (Service Quality) namely Assurance, Empathy Reliability Responsiveness and Tangible.

This nesarach is using the quantitative method. Primary data is obtained through questioner distribution with 200 respondents as sample, and all questionexs C811 be processed and later become the basic for calculation in research. Questioner is analyzed to identify the satisfaction level, conformity level and the gap between experience and customer expectation, and Importance and Performance Matrix Diagram is prepared to identify the priority scale of such Servqual factors.

The research result indicates that the highest customer satisfaction level is based on the Servqual five dimensions is on the tangible dimension (physical appearance) and the lowest is the reliability dimension. In customer satisfaction second rank is on the assurance dimension and on the third rank are responsiveness dimension and empathy dimension.

The number of multibrand company is increased every year, so it can be concluded that the customer satisfaction level should be improved, one of its way is through the customer service. It is also executed to win the customers in the tight competition.