

ABSTRAK

Pada era globalisasi, kualitas dipandang sebagai hal penting untuk mencapai keunggulan kompetitif dengan perusahaan pesaing. Kualitas pelayanan yang baik akan menjadi salah satu faktor bagi konsumen untuk menentukan produk atau jasa. BCA sebagai salah satu Bank terbesar yang memiliki 1.062 cabang di seluruh provinsi tentu saja menginginkan pelayanan terbaik bagi para nasabah. BCA KCP Wlingi, Blitar menyadari bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya diukur berdasarkan *product* yang ditawarkan tetapi aspek-aspek yang berhubungan dengan nasabah (pelayanan) menjadi kunci kepuasan nasabah BCA. Dengan adanya layanan yang berkualitas dan memuaskan maka BCA dapat mencapai kepuasan pelanggan sehingga mendapatkan loyalitas pelanggan dan tidak akan kehilangan nasabah akibat persaingan yang semakin ketat.

Atas dasar permasalahan yang dialami oleh BCA KCP Wlingi, maka dilakukan penelitian dengan melakukan integrasi 3 metode pengukuran kualitas yakni (i) SERVQUAL, metode yang digunakan untuk mengetahui layanan apa yang sudah atau belum memenuhi kepuasan nasabah; (ii) Kano, metode yang digunakan untuk mengkategorikan atribut layanan ke dalam *attractive*, *one-dimensional*, *must-be* dan *indifferent*; (iii) *Kansei Engineering*, metode yang digunakan untuk mengidentifikasi kebutuhan emosional serta mengukur kepuasan emosional dari nasabah. Untuk memperoleh solusi perbaikan yang tepat, maka digunakan metode (iv) QFD melalui matriks *House of Quality*.

Berdasarkan hasil survei terhadap 100 responden (nasabah) didapatkan bahwa nilai *mean* harapan terbesar terdapat pada atribut layanan berikut: kemudahan dalam menyampaikan keluhan; *customer service*, *teller* dan satpam memberikan perhatian penuh dengan tidak bercakap-cakap dengan karyawan lain pada saat melayani nasabah. Nilai *mean* kenyataan terbesar terdapat pada atribut layanan: penampilan *teller* yang rapi dan menarik; rasa yakin dan aman saat melakukan transaksi di BCA. Sedangkan nilai *mean* *Kansei Word* terbesar terdapat pada *Kansei Word* "Tidak Ribut". Dari ke-22 atribut layanan SERVQUAL tersebut, terdapat 10 atribut layanan yang memiliki skor kepuasan negatif dan 12 atribut layanan yang memiliki skor kepuasan positif. Berdasarkan analisis model Kano dengan menggunakan *Better and Worse analysis* didapatkan 3 atribut layanan kategori *attractive*, 8 atribut layanan kategori *one-dimensional*, 9 atribut layanan kategori *must-be* dan 2 atribut layanan kategori *indifferent*.

Dari hasil integrasi yang dilakukan, terdapat 10 atribut layanan yang memiliki skor kepuasan negatif berkategori *attractive*, *one-dimensional* dan *must-be* serta memiliki hubungan signifikan dengan *Kansei Word* tertentu, kemudian akan dilakukan perbaikan. Solusi perbaikan yang dapat dilakukan untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan adalah: pengadaan *training* untuk karyawan BCA KCP Wlingi; pembuatan SOP pelayanan nasabah oleh *teller*, *customer service* dan satpam; melakukan pembuatan pengalokasian karyawan di tempat kerja.

Kata Kunci: SERVQUAL, Kano, *Kansei Engineering*, Kepuasan Pelanggan, BCA