

## **RINGKASAN EKSEKUTIF**

Fokus studi ini adalah consumer banking Bank Lippo cabang Roxy Mas. Produk dan Consumer banking mempunyai masa kadaluwarsa yang pendek (short life cycle) sehingga mereka mudah menjadi komoditi karena tidak ada diferensiasi dalam jenis maupun unsur teknologi atau inovasi. Karena itu penulis berpendapat bahwa mutu pelayanan yang memuaskan dan bersahabat merupakan salah satu sumber daya saing/unggulan bagi Bank Lippo. Untuk menunjang mutu pelayanan yang memuaskan sebagai strategi diperlukan penggunaan teknologi yang sesuai, inovasi, penerapan 3-K dan Nine Golden Rules. Strategi mutu pelayanan yang memuaskan harus dikaji melalui visi, misi, kepemimpinan, manajemen dan brand name Lippo yang terkenal.

Sesuai dengan core competence Bank Lippo, Bank Lippo cabang Roxy Mas disarankan untuk tetap berfokus kepada consumer banking. Market segment dan targetnya adalah pelanggan menengah ke bawah yang dapat menjadi customer base yang kuat bagi kegiatan consumer banking.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, akhirnya studi ini dapat penulis selesaikan. Sejak awal penelitian sampai pada penyelesaian studi ini telah banyak melibatkan orang, baik secara langsung maupun tidak langsung. Mereka itu dengan caranya masing-masing telah banyak memberikan andil dalam mewujudkan studi ini.

Pada kesempatan ini penulis menyatakan penghargaan dan terima kasih atas bantuan yang diberikan kepada :

1. Dr. Salmon Wagiu, selaku Ketua Program Magister Manajemen Universitas Pelita Harapan, atas kesempatan yang telah diberikan, bantuan dan dorongan yang terus menerus, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini.
2. Dr. Amal Abadi Sidarto, selaku pembimbing yang sudah banyak memberikan arahan, bimbingan, semangat yang sangat besar dalam membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.
3. DR. Mochtar Riady yang sudah banyak memberikan arahan, bimbingan, semangat yang sangat besar dalam membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.
4. Serta terima kasih untuk pimpinan Bank Lippo dan rekan-rekan di Bank Lippo cabang Roxy Mas.

Akhirnya kepada semua pihak yang belum disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan mereka semua, penulis tidak dapat berbuat banyak.

Jakarta, Agustus 1998.

Penulis,

Yuliawati Sadeli

## DAFTAR ISI

RINGKASAN EKSEKUTIF	Hal
	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iii
BAB I	: PENDAHULUAN
	1.1. Latar Belakang Masalah .....
	1
	1.2. Signifikansi Dan Ruang Lingkup Studi....
	2
	1.3. Metode Penelitian .....
	3
BAB II	KERANGKA TEORITIS
	2.1. Pengertian Mutu Pelayanan .....
	4
	2.2. Mutu Pelayanan Yang Sangat Memuaskan Sebagai Strategi Pemasaran .....
	7
	2.3. Pengutamaan Mutu Pelayanan Sebagai Strategi Dasar Pemasaran Di Bank Lippo..
	9
BAB III	3.1. Sejarah Perusahaan.....
	37
	3.2. Uraian Tugas.....
	44
	3.3. Kilasan Kegiatan Mutu Pelayanan Sebagai Strategi Dasar Pemasaran Di Bank Lippo..
	47

BAB IV	4.1. Mutu Pelayanan Yang Sangat Memuaskan Untuk Menopang Strategi Pemasaran Menyongsong Abad Ke 21.....	53
	4.2. Program Mutu Pelayanan Sebagai Pelaksanaan Strategi Pemasaran Bank Lippo.....	64
	4.3. Prosedur Pemantauan Mutu Pelayanan Yang Sangat Memuaskan Dan Formulir Yang Dipergunakan.....	67
BAB V	5.1. Kesimpulan.....	71
	5.2. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA		73
LAMPIRAN		

