

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAN NASABAH PD BANK PERKREDITAN RAKYAT KANTOR KAS
RAU KOTA SERANG**Raga Aquino¹ragasetya77@gmail.comAmalia Tussoliha²Amalia.tussoliha@gmail.comSekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Banten¹⁻²**Abstrak**

This research was conducted to determine the effect of service quality and product quality partially or simultaneously on customer satisfaction of PD Bank Perkreditan Rakyat, Rau Cash Office, Serang City. This type of research is a quantitative survey, with data collection techniques through primary data in the form of observations and questionnaires.

The results of the analysis show that service quality has a positive effect on customer satisfaction by 0.398 and the results of the partial t test are obtained with a tcount greater than ttable ($4779 > 1.984$) with sig. $0.00 < 0.05$ so that H_0 is rejected and H_a is accepted. The results of the analysis show that product quality has a positive effect on customer satisfaction of 0.697 and the results of the partial t test are obtained with a tcount greater than ttable ($8.190 > 1.984$) with sig. $0.00 < 0.05$ so that H_0 is rejected and H_a is accepted. The results of the analysis show that the value of $F_{count} > F_{table}$ ($132.279 > 3.19$) and the value of sig $F < (0.00 < 0.05)$. So it can be concluded that H_0 is rejected and H_a is accepted, so that there is an effect of service quality and product quality together on customer satisfaction of PD Bank Perkreditan Rakyat, Rau Cash Office, Serang City. As much as 75.2% that customer satisfaction is explained by the variables of service quality and product quality.

Keywords: *Service Quality, Product Quality, Customers*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang. Jenis penelitian ini adalah survei kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui data primer berupa observasi dan angket.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,398 dan dari hasil uji t secara parsial diperoleh thitung lebih besar dari ttabel ($4779 > 1,984$) dengan sig. $0,00 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,697 dan dari hasil uji t parsial diperoleh thitung lebih besar dari ttabel ($8,190 > 1,984$) dengan sig. $0,00 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($132,279 > 3,19$) dan nilai sig $F < (0,00 < 0,05)$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga ada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang. Sebanyak 75,2% kepuasan pelanggan dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Kata Kunci: *Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Pelanggan*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Era globalisasi saat ini, membuat persaingan bisnis menjadi sangat ketat, baik di pasar domestik maupun pasar global. Perusahaan yang mampu bersaing dalam kondisi ini adalah perusahaan yang mampu menciptakan produk baik barang atau jasa yang berkualitas sehingga mampu menciptakan kepuasan terhadap nasabahnya. Kepuasan nasabah akan berdampak terhadap peningkatan jumlah nasabah dari waktu ke waktu, peningkatan jumlah nasabah adalah sesuatu yang mutlak harus diupayakan oleh perusahaan karena pelanggan adalah sumber penghasilan bagi perusahaan. Semakin banyak nasabah perusahaan, maka akan semakin besar pemasukan yang di dapatkan. Keinginan dari kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat tidak hanya pada produk, tetapi juga kebutuhan akan pelayanan yang berkualitas (mokoagauw, dkk, 2018). saham saja (Pratomo dan Nugraha, 2015).

Tuntutan dan kebutuhan masyarakat akan jasa produk perbankan semakin meningkat, seiring meningkatnya pengetahuan atau kemajuan. Pada situasi persaingan perbankan, bank-bank membutuhkan usaha yang keras untuk mendapat calon nasabah dan mempertahankan yang sudah ada ditangan. Agar masyarakat mau menyimpan uangnya di bank, maka pihak perusahaan yang beroperasi dalam sektor jasa terutama perusahaan perbankan memberikan rangsangan berupa balas jasa yang akan diberikan kepada para nasabah (Adam dan Sumartana, 2018). Perbankan merupakan suatu lembaga keuangan yang ada di Indonesia yang memiliki peranan penting bagi kelangsungan perekonomian Indonesia. Oleh karena itu kepuasan nasabah menjadi hal yang sangat penting

dalam rangka memperoleh kepercayaan, komitmen dan loyalitas dari para nasabah. Nasabah yang keluhan atau tuntutannya telah terpenuhi seringkali memiliki harapan baru sehingga sering dikatakan bahwa nasabah tidak akan dapat terpuaskan sepenuhnya (Andriyani dan Andriyanto, 2020). Nasabah menginginkan produk dan layanan berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Terdapat hubungan yang erat antara kualitas dan kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan dua hal yang harus diperhatikan perusahaan pelayanan yang berkualitas akan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang akan memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan serta adanya rekomendasi kepada orang lain dari mulut ke mulut, sehingga akan tercipta pelanggan baru (Engkur, 2018). Bank Perkreditan Rakyat (BPR) adalah bank yang melaksanakan kegiatan usaha secara konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Sebagai bank, BPR tetap memiliki fungsi utama untuk menjalankan fungsi intermediasi atau perantara keuangan. Yaitu mengumpulkan dana masyarakat dan menyalurkan kembali ke masyarakat. Baik dalam bentuk kredit atau dalam bentuk lainnya dengan tujuan mendorong kegiatan usaha masyarakat. Terutama untuk disalurkan pada usaha retail dan kredit kecil

Kegiatan BPR memang tak seluas kegiatan bank umum. Karena pada dasarnya, bpr itu memang ditujukan sebagai institusi keuangan mikro. Oleh karena itu, bpr juga identik sebagai bank yang melayani pengusaha mikro, kecil, dan menengah yang lokasinya tak jauh dari jangkauan BPR. BPR memang hadir untuk melayani kebutuhan modal untuk

masyarakat dengan prosedur kredit yang sederhana. Dari sisi produk, yang ditawarkan BPR memang lebih terbatas dari pada bank umum. Keterbatasan produk yang dirilis oleh BPR ini memang sudah mengikuti amanat undang-undang perbankan. Adapun layanan produk yang diberikan oleh BPR kepada nasabahnya yaitu berupa tabungan, deposito, kredit, sertifikat bank indonesia (sbi). Berdasarkan fenomena pada latar belakang masalah, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang tertuang dalam judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang”**.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Salah satu strategi yang dipakai perusahaan untuk bisa memenangkan persaingan adalah dengan kualitas layanan yang baik. Pelanggan tertarik membeli sebuah produk atau jasa karena kualitas layanan yang baik. Kualitas adalah keseluruhan fitur dan karakteristik dari suatu produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat (Kotler dan Keller, 2018:156).

Prinsip-Prinsip Meningkatkan Kualitas Pelayanan

Prinsip-prinsip kualitas pelayanan dimaksudkan agar perusahaan mampu menciptakan, meningkatkan, dan mempertahankan kualitas pelayanannya. Prinsip-prinsip yang terdapat dalam kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2016:75) adalah sebagai berikut :

1. Kepemimpinan
2. Perencanaan
3. Review

4. Komunikasi
5. Penghargaan dan Pengukuran
6. Pendidikan

Manfaat Kualitas Pelayanan

Blison dalam Sujana (2020:191) menyatakan bahwa salah satu faktor yang sangat penting dalam keberhasilan suatu bisnis adalah pelayanan yang berkualitas baik yang mampu untuk memberikan beberapa manfaat.

Indikator Kualitas Pelayanan

Terdapat terdapat lima faktor dominan atau penentu kualitas pelayanan jasa (Tjiptono, 2016:284), kelima faktor dominan tersebut diantaranya yaitu :

1. Berwujud (*Tangible*)
2. Empati (*Empathy*)
3. Cepat tanggap (*Responsiveness*)
4. Keandalan (*Reliability*)
5. Kepastian (*Assurance*)

Kualitas Produk

Kualitas Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Nasabah akan menggunakan produk kalau merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan nasabah. Kualitas produk adalah, karakteristik suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler dan Armstrong, 2017:230).

Tingkatan Produk

Perusahaan harus mengetahui beberapa tingkatan produk ketika akan mengembangkan produknya. Menurut Kotler dan Armstrong (2017:250) bahwa ada tiga tingkatan di dalamnya:

1. Tingkat Dasar/Inti Produk (*Core Customer Value*)
2. Aktual Produk (*Actual Product*)
3. Aktual Produk (*Actual Product*)
4. Tambahan Produk (*Augmented Product*)

Indikator Kualitas Produk

Menurut Kotler dalam Zulkarnain, Taufik dan Ramdanyah (2020:5) terdapat beberapa indikator kualitas produk meliputi:

1. Kinerja (*performance*): melibatkan berbagai karakteristik operasional utama.
2. Pelayanan (*serviceability*): mencerminkan kemampuan memberikan pelayanan pada produk tersebut.
3. Ketahanan (*durability*): mencerminkan umur ekonomis dari produk tersebut.
4. Keandalan (*reliability*): konsistensi dari kinerja yang dihasilkan suatu produk dari satu tabungan ke tabungan berikutnya.
5. Karakteristik produk (*features*): bagian bagian tambahan dari produk (*features*).
6. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance with specifications*): merupakan pandangan mengenai kualitas proses sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan.

Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan

tersebut. Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:292), bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman berbagai intensitas respon aktif. Tipe respon efektif dan tingkat intensitas yang mungkin dialami nasabah pada waktu penentuan spesifik dan durasi terbatas, yang ditujukan bagi aspek penting dalam perolehan dan atau konsumsi produk.

Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller (2018:54), terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran.
2. Survei kepuasan pelanggan.
3. *Ghost shopping*.
4. Analisa pelanggan yang hilang.

Manfaat Pengukuran Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:202), kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat bagi perusahaan dan bagi nasabah itu sendiri. Manfaat yang dapat diperoleh dari kepuasan nasabah antara lain :

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis
2. Memberikan dasar yang lebih baik untuk pembelian ulang
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas nasabah
4. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan
5. Reputasi perusahaan menjadi baik
6. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Elemen Kepuasan Nasabah

Menurut donni juni priansa (2017:210), terdapat lima elemen yang menyangkut kepuasan nasabah adalah sebagai berikut :

1. Harapan (*expectations*)
2. Kinerja (*performance*)
3. Perbandingan (*camparison*)
4. Pengalaman (*experience*)

Indikator Kualitas Produk

Menurut Kotler dalam Zulkarnain, Taufik dan Ramdanyah (2020:5) terdapat beberapa indikator kualitas produk meliputi:

1. Kinerja (*performance*): melibatkan berbagai karakteristik operasional utama.
2. Pelayanan (*serviceability*): mencerminkan kemampuan memberikan pelayanan pada produk tersebut.
3. Ketahanan (*durability*): mencerminkan umur ekonomis dari produk tersebut.
4. Keandalan (*reliability*): konsistensi dari kinerja yang dihasilkan suatu produk dari satu tabungan ke tabungan berikutnya.
5. Karakteristik produk (*features*): bagian-bagian tambahan dari produk (*features*).
6. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance with specifications*): merupakan pandangan mengenai kualitas proses sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan.
7. Hasil (*fit and finish*) mengarah kepada kualitas yang dirasakan yang melibatkan enam dimensi sebelumnya. Jika perusahaan tidak dapat

menghasilkan "hasil akhir" produk yang baik maka kemungkinan produk tersebut tidak akan mempunyai atribut kualitas lain yang penting.

Indikator kualitas produk, menurut David Garvin di jurnal Sulaiman (2017), terdiri dari lima indikator, yaitu :

1. *Performance*, hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu barang dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli barang tersebut.
2. *Features*, yaitu aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.
3. *Reliability*, hal yang berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu barang berhasil menjalankan fungsinya setiap kali digunakan dalam periode waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu pula.
4. *Conformance To Specifications*, berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.
5. *Aesthetics*, merupakan karakteristik yang bersifat subjektif mengenai nilai-nilai estetika yang berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual.

Indikator Kepuasan Nasabah

Didalam lingkungan yang kompetitif,

indikator yang dapat menunjukkan kepuasan konsumen adalah apakah konsumen tersebut akan membeli kembali dan menggunakan produk tersebut di waktu yang akan datang. Adapun indikator kepuasan pelanggan menurut Irawan (2015:37), yaitu :

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)
2. Selalu menggunakan produk
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

Indikator kepuasan nasabah yang dipilih dan dipandang tepat dengan objek yang diteliti menurut jurnal Hayati (2020:30) adalah :

1. Rasa senang,
2. Kesesuaian harapan,
3. Tidak komplain,
4. Rekomendasi kepada keluarga

Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan penjelasan sementara terhadap gejala yang menjadi objek permasalahan. Gejala tersebut harus diuraikan berdasarkan teori maupun jurnal relevan yang berhubungan antar variabel bebas terhadap variabel tetap.

Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian yang dilakukan Sujana (2018), Zulkarnaen, Taufik dan Ramdanyah (2020) dan Khalik (2019) diketahui bahwa kepuasan nasabah secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Hal ini menandakan bahwa kepuasan nasabah terhadap suatu bank sangat tergantung pada tingkat kualitas pelayanan diperoleh nasabah. Apabila penyedia jasa dalam hal ini perbankan memberikan kualitas pelayanan yang melampaui apa yang diharapkan oleh nasabah/konsumen,

maka nasabah sebagai penerima jasa akan memiliki persepsi positif.

Hubungan Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian Afrina dan Hastuti (2018), Nugroho, dkk (2020) dan Hayati dan Sekartaji (2015) menunjukkan bahwa terdapat sifat keeratan hubungan yang cukup kuat dan bernilai positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan. Selain itu, juga diperoleh bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Hasil penelitian yang dilakukan Sulaiman (2017), Hartadi dan Husda (2020) dan Dewi dan Sudiarta (2018) didapatkan bahwa secara simultan diketahui bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dan kualitas produk sangat penting, karena kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan suatu profit strategy (strategi laba) untuk mengikat lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada serta menghindari berpindahnya pelanggan dan menciptakan keunggulan khusus.

Hipotesis Penelitian

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.

H2 : Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau

Kota Serang.

H3 : Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang

Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey dan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2017:35) metode penelitian survey adalah Penelitian dengan menggunakan angket sebagai salah satu alat penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian relatif, distribusi, dan hubungan antar variabel, sosiologis maupun psikologis.

Menurut Sugiyono (2017:15) bahwa penelitian kuantitatif merupakan suatu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, serta digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data tersebut menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya.

Definisi Variabel dan Operasionalisasi Variabel

Terdapat 2 variabel dalam penelitian ini, variabel bebas (independen) yaitu Kualitas pelayanan (X_1) dan Kualitas produk (X_2) dan variabel terikat (dependen) yaitu Kepuasan nasabah pada PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.

Kualitas pelayanan (X_1)

Kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan

pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah (Sangadji dan Sopiah, 2017:100).

Kualitas produk (X_2)

Kualitas produk adalah, karakteristik suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler dan Armstrong, 2017:230).

Kepuasan nasabah (Y)

Menurut Tjiptono dan Chandra (2016:292), bahwa kepuasan pelanggan adalah rangkuman berbagai intensitas respon aktif. Tipe respon efektif dan tingkat intensitas yang mungkin dialami nasabah pada waktu penentuan spesifik dan durasi terbatas, yang ditujukan bagi aspek penting dalam perolehan dan atau konsumsi produk.

Informasi Umum PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau KotaSerang

Pada awalnya, dalam upaya pengembangan kesempatan berusaha dan kesempatan kerja yang mengarah kepada peningkatan pendapatan masyarakat pedesaan, Kecamatan - Kecamatan dan telah mendapat izin usaha dari Menteri Keuangan sebagai Bank. Namun demikian, pendirian BANK KARYA PRODUKSI DESA (BKPD) ini tidak seluruh didirikan disetiap Kecamatan, di Wilayah Banten justru tidak pernah berdiri BANK KARYA PRODUKSI DESA (BKPD). Sehubungan dengan adanya Surat Edaran Menteri Keuangan yang melarang Lembaga Keuangan Pedesaan dengan memakai nama

Bank, maka sejak tahun 1972 untuk Kabupaten yang belum memiliki BKPD dibentuk Lembaga Keuangan Pedesaan dengan menggunakan nama LEMBAGA PERKREDITAN KECAMATAN (LPK) yang terdiri dari :

- a) Lembaga Perkreditan Kecamatan Serang
- b) Lembaga Perkreditan Kecamatan Kasemen.
- c) Lembaga Perkreditan Kecamatan Pontang
- d) Lembaga Perkreditan Kecamatan Kragilan
- e) Lembaga Perkreditan Kecamatan Carenang
- f) Lembaga Perkreditan Kecamatan Anyar
- g) Lembaga Perkreditan Kecamatan Cinangka
- h) Lembaga Perkreditan Kecamatan Ciomas
- i) Lembaga Perkreditan Kecamatan Padarincang
- j) Lembaga Perkreditan Kecamatan Bojonegara

Lembaga Perkreditan Kecamatan (LPK) ini, semula seluruhnya milik Pemerintah Kabupaten Serang, namun perkembangan permodalannya relative lemah, sehingga fungsi LPK sebagai penyalur kredit untuk memenuhi kebutuhan permodalan masyarakat pedesaan relative tidak tercapai, maka kepemilikan LPK menjadi milik bersama antara Pemerintah Kabupaten Serang dengan Pemerintah Propinsi Jawa Barat, kebijakannya ini ditetapkan dengan peraturan Daerah Propinsi Jawa Barat. Nomor 3 Tahun 1987 dengan modal dasar Rp. 25.000.000,- (Dua puluh lima juta rupiah).

Data Kualitatif

Data Kualitatif disini yaitu data yang bukan dalam bentuk angka-angka atau tidak dapat dihitung atau dalam bentuk informasi baik secara lisan maupun lisan, dan diperoleh dari hasil wawancara dengan pimpinan perusahaan dan konsumen PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang serta informasi-informasi yang diperoleh dari pihak lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti

Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

Sumber Data Primer

Data primer mengacu pada informasi yang diperoleh dari tangan pertama oleh peneliti yang berkaitan dengan tujuan spesifik penelitian. Data primer yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data tentang karakteristik responden dan persepsi responden terhadap variabel variabel penelitian meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah.

Sumber Data Sekunder

Data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari

sumber yang telah ada. Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data profil perusahaan PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,79653429
Most Extreme Differences	Absolute	,064
	Positive	,063
	Negative	-,064
Test Statistic		,064
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

Rau Kota Serang.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dengan cara mendatangi perusahaan yang bersangkutan untuk melakukan pengamatan langsung terhadap kegiatan perusahaan serta memperoleh data dan informasi mengenai masalah yang diteliti. Untuk memperoleh data tersebut, penulis menggunakan cara sebagai berikut:

Teknik Analisis Data

Teknik analisa data yang digunakan yaitu analisis regresi berganda Dalam mengolah data yang diperoleh dari hasil penelitian, penulis menggunakan bantuan software SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 26.0.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Deskriptif

Deskriptif data penelitian disini menjelaskan mengenai responden yang diteliti yaitu Nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau sebanyak 100 Nasabah. Karakteristik responden berguna untuk menguraikan deskripsi identitas responden menurut sampel penelitian yang telah ditetapkan. Salah satu tujuan dengan karakteristik responden adalah memberikan gambaran yang menjadi sampel dalam penelitian ini.

Uji Normalitas

Uji Normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak, uji normalitas disini menggunakan uji kolmogorov smirnov.

Tabel 4.14

Uji Normalitas Data dengan *Kolmogorov-*

Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

sumber: Data Hasil Olah SPSS 26.0

Berdasarkan tabel 5 hasil uji *Kolmogorov-Smirnov Unstandardized Residual* didapatkan nilai Asymp. Sig. Sebesar (2-tailed) $0,200 > 0,05$. sehingga data berdistribusi normal.

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linear didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal variabel bebas dengan variabel tak bebas. Analisis regresi digunakan untuk memprediksi seberapa jauh perubahan nilai variabel tak bebas dan juga untuk mengetahui arah hubungan antara variabel bebas dengan tak bebas apakah variabel bebas berhubungan positif atau negatif, apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan. Manfaat dari hasil analisis regresi linear adalah untuk membuat keputusan apakah naik dan turunnya variabel tak bebas dapat dilakukan melalui peningkatan variabel tak bebas atau tidak.

Tabel 4.16

Hasil Uji Regresi Linear

Model		Unstan dardize d Coeffici ents Std. Error	Standa rdized Coeffici ents Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-3,940	1,100	-3,581	,001
	Kualitas pelayanan	,396	,083	,342	,000
	Kualitas produk	,697	,085	,586	,000

- Berdasarkan persamaan regresi di atas adalah nilai konstanta variabel kepuasan nasabah adalah sebesar -3,940, hal ini berarti jika Kualitas pelayanan dan kualitas produk sebesar 0, maka kepuasan nasabah akan tetap sebesar -3,940 satuan.
- Berdasarkan persamaan regresi di atas, nilai koefisien gradien (b_1) sebesar 0,396 berarti Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah dan apabila variabel Kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dan kualitas produk dianggap 0, maka akan berpengaruh meningkatkan kepuasan nasabah sebesar 0,396 satuan.
- Berdasarkan persamaan regresi di atas, nilai koefisien gradien (b_2) sebesar 0,697 berarti kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan apabila variabel kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1 satuan dan Kualitas

Pengujian Hipotesis

Uji -t

Uji-t adalah uji yang dipakai untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel bebas secara parsial. Berikut adalah hasil output SPSS mengenai untuk uji secara parsial :

- Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat**

Kantor Kas Rau.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.
- $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.

Dari tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,779 dengan df (*degree of freedom*) = $n-2 = 100-2 = 98$ didapat nilai t_{tabel} sebesar 1.984. Daerah keputusan untuk menolak H_0 atau menerima H_a dengan derajat bebas 98 taraf nyata 5% untuk uji dua arah menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($4,779 > 1.984$) dengan sig. $0.00 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh signifikan dan positif antara Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.

1. Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.
- $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh kualitas produk

terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.

Berdasarkan tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 8,190 dengan df (*degree of freedom*) = $n-2 = 100-2 = 98$ didapat nilai t_{tabel} sebesar 1.984. Daerah keputusan untuk menolak H_0 atau menerima H_a dengan derajat bebas 98 taraf nyata 5% untuk uji dua arah menunjukkan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($8,190 > 1.984$) dengan $sig. 0.00 < 0.05$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti terdapat pengaruh signifikan dan positif antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.

UJI F

Uji F ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen. Jika Nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $sig F < 0,05$ maka menerima H_a dan menolak H_0 artinya.

Adapun Hipotesis dalam uji-F ini adalah sebagai berikut :

- a. $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak artinya tidak ada pengaruh Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.
- b. $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima artinya ada pengaruh Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor

Kas Rau Kota Serang.

Berdasarkan tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai $F_{hitung} = 132,279$ dengan taraf nyata sebesar 5%, nilai derajat bebas untuk pembilang df_1 ($k-1$) $3-1=2$ dan df_2 ($n-k$) adalah $100-3 = 97$, Maka nilai $F_{tabel} = 3,09$

Berdasarkan penjelasan diatas, diketahui bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($132,279 > 3,19$) dan nilai $sig F < \alpha$ ($0,00 < 0,05$). Maka dapat diambil kesimpulan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan penelitian ini, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Rata-rata tanggapan responden atas variabel Kualitas pelayanan dalam keadaan cukup baik, dimana nilai rata-rata skor jawaban responden sebesar 314 berada pada skala 260-339.
2. Rata-rata tanggapan responden atas variabel kualitas produk dalam keadaan cukup baik, dimana nilai rata-rata skor jawaban responden sebesar 328 beradapada skala 260-339.
3. Rata-rata tanggapan responden atas variabel kepuasan nasabah dalam keadaan cukup baik, dimana nilai rata-rata skor jawaban

- responden sebesar 294 berada pada skala 260-339.
4. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.
 5. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.
 6. Berdasarkan hasil pengujian didapatkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PD Bank Perkreditan Rakyat Kantor Kas Rau Kota Serang.
1. ini pihak BPR Kantor Kas Rau untuk dapat mempertahankan dan apabila memungkinkan meningkatkan kualitas pelayanan, sehingga akan berdampak pada kepuasan nasabah.
 2. Pengaruh yang dihasilkan produk terhadap kepuasan nasabah, maka dari itu pihak Bank BPR Kantor Kas Rau lebih berinovatif dalam menciptakan produk tabungan yang dapat menarik minat nasabah sehingga menjadikan nasabah puas atas produk yang ada di BPR Kantor Kas Rau.
 3. Untuk penelitian selanjutnya,

disarankan untuk menambah variabel lain selain kualitas pelayanan dan kualitas produk, hal ini dikarenakan masih dimungkinkan faktor variabel bebas lain yang mungkin mempunyai hubungan terhadap kepuasan nasabah.

Saran

Disarankan agar investor dapat memilih produk reksadana dari manajer investasi yang memiliki kemampuan *stock selection* paling tinggi karena lebih memberikan kemungkinan terjadinya kenaikan *return* dana yang di investasikan. Selain itu juga disarankan agar investor dapat memilih produk reksadana saham dengan manajer investasi yang memiliki kemampuan *market timing* yang tepat sehingga dapat meningkatkan kinerja yang dihasilkan.

Penelitian selanjutnya disarankan dapat menggunakan periode pengamatan yang berbeda, dan memungkinkan menggunakan pengukuran pada jenis reksadana yang berbeda juga baik itu dari sisi bentuk seperti obligasi ataupun campuran, maupun dari sisi sumbernya yaitu syariah.

DAFTAR PUSTAKA

- Afnina dan Yulia Hastuti. 2018. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. (Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, Vol 9, NO 1)
- Apriyani, Dwi Aliyyah dan Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo). (Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 51 No. 2)

- Alma, Buchari. 2017. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi*. Bandung : CV Alfabeta.
- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers
- Caniago, Chandra, et.al. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderating Pada Toko Sinar Bintang Photo Pematangsiantar. (Jurnal Manajemen dan Keuangan, Volume: 7 No: 2)
- Fandy Tjiptono dan Gregorius chandra. 2017. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi
- Handoko, Bagus. 2016. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Titipan Kilat Jne Medan. (Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Vol. 17, No. 01)
- Haryoko, Ugeng Budi., Veta Lidya Delimah Pasaribu dan Ardiyansyah. 2020. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (WO). (Jurnal Ekonomi dan Manajemen Vol. 2, No. 1)
- Hermina, Tinneke dan Iyan Pauzi. 2017. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Smartphone Sony Pada PT. Maju Jaya Cicaheum Bandung. (Jurnal Wacana Ekonomi, Vol. 16; No. 02)
- Hartadi, Nikie dan Nur Elfi Husda. 2020. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan pada PT Tanjung Uncang Di Kota Batam. (Jurnal EMBA, Vol.8 No.3)
- Hayati, Yetty Husnul dan Gracia Sekartaji. 2015. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen Di Restoran Bebek Dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo. (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi, Volume 1 No. 1)