

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah
(Survey Pada Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka)

Barin Barlian

Email : bbarlian@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to know and analyze Product Quality and Service Quality to Customer Satisfaction. The object to be studied is PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka.

The research method used is survey method. The collection of data obtained through interviews, questionnaires and literature. Population in this research is Customer at PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka.

By using path analysis, the study found that partially, Product Quality and Service Quality have significant influence on Customer Satisfaction. Simultaneously, Product Quality and Service Quality has a significant influence on Customer Satisfaction, So the hypothesis was verified.

Keywords: Product Quality and Service Quality and Customer Satisfaction

I. PENDAHULUAN

Pergeseran paradigma dari *product oriented* beralih kepada *service oriented* membuat perbankan berkompetisi untuk memikat masyarakat agar percaya sehingga mau menyimpan dananya dan tercapai kepuasan bagi para nasabahnya.

Pelayanan yang diterima nasabah dapat dijadikan standar dalam menilai kinerja suatu bank yang berarti bahwa kepuasan nasabah adalah hal yang utama. PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk berusaha memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah dan fasilitas yang baik untuk mempertahankan nasabah yang sudah ada serta untuk mendapatkan calon nasabah baru. Bank BRI

yang merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) terus berupaya meningkatkan pelayanan terhadap nasabahnya guna mencapai sukses yang di harapkan.

Menurut Fandy Tjiptono (2011: 331) pada prinsipnya kualitas jasa (dalam hal ini adalah kualitas pelayanan) berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik akan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan kebutuhan yang kuat dengan perusahaan. Apabila kualitas pelayanan semakin baik, ditunjukkan dengan pelayanan yang handal, memiliki daya tanggap, memiliki jaminan pelayanan dan empati (rasa perhatian) yang lebih, maka konsumen akan merasa puas.

Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti pada bulan Januari tahun 2017 di BRI Cabang Majalengka, ada nasabah yang mengeluh karena banyaknya antrian nasabah dan kurangnya rasa perhatian dari pihak bank, selain itu juga masih rendahnya kemampuan karyawan BRI Cabang Majalengka dalam melakukan hubungan komunikasi dengan nasabah. Hal ini memungkinkan adanya penurunan kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, yaitu Bank BRI Cabang Majalengka sehingga berdampak pada penurunan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah terlahir karena diberikannya kualitas pelayanan yang baik yang mencakup *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy* (Fandy Tjiptono, 2011: 346-347). Kelima unsur kualitas pelayanan ini, paling tidak akan memberikan kepuasan nasabah bila Bank selalu melayani melebihi harapan nasabahnya.

Tabungan menjadi pilihan dikarenakan sebagai sumber dana murah dengan *fee base income* yang cukup signifikan dibandingkan jenis simpanan yang lain seperti

deposito, perbankan tidak perlu menawarkan bunga deposito yang tinggi bahkan melebihi bunga LPS (Lembaga Penjamin Simpanan) jika memiliki jumlah tabungan yang cukup besar. Senjata paling ampuh untuk meraih kepuasan nasabah adalah dengan kualitas pelayanan atau servis sebagai benteng pertahanan untuk memuaskan nasabah agar tidak lari ke bank pesaing.

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka.
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah baik secara simultan maupun parsial pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka.
2. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah baik secara simultan maupun parsial pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka.

II. KAJIAN PUSTAKA

1. Pengertian Produk

Produk menurut Adrian Payne dalam Ratih Hurriyati (2010 :32) adalah sekumpulan atribut yang nyata dan tidak

nyata di dalamnya suatu tercakup oleh warna, harga, kemasan, plastik, pengecer dan pelayanan dari pabrik serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya

2. Kualitas Produk

Menurut Feingenbaum dalam Aris Marwanto (2015 : 152) Kualitas Produk adalah seluruh gabungan karakteristik produk pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk), dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan-harapan pelanggan

3. Kualitas Pelayanan

Menurut Wykof yang dikutip dari Tjiptono (2008:59) menyatakan bahwa :“Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

4. Kepuasan Pelanggan

Menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) “Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen

III. METODOLOGI PENELITIAN

Waktu dan kegiatan penelitian dilaksanakan selama 8 (delapan) bulan mulai bulan Februari sampai dengan bulan September 2017 dimana penelitian ini dilakukan di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka.

Sumber yang diperoleh peneliti untuk mendapatkan data mengenai objek yang akan diteliti didapat langsung dari PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Majalengka. Untuk menunjang hasil peneliian, maka penulis melakukan pengelompokan data yang diperlukan yaitu dengan menggunakan data Primer.Data primer yaitu data atau segala informasi yang diperoleh dan didapat oleh penulis langsung dari sumber pertama baik individu atau sekelompok bagian dari objek penelitian, seperti hasil kuesioner dan observasi langsung pada objek yang diteliti.

Sebelum analisis data, terlebih dahulu perlu dilakukan uji coba instrumen.Uji coba instrumen ini adalah untuk mengukur validitas dan reliabilitas instrumen penelitian. Sejauh mana ketepatan instrumen yang akan digunakan sehingga instrumen tersebut layak digunakan sebagai alat pengumpul data.

Dalam penelitian ini, analisis jalur (*path analysis*) digunakan untuk mengetahui hubungan sebab akibat, dengan tujuan menerangkan akibat langsung dan akibat tidak langsung seperangkat variabel, sebagai variabel penyebab terhadap variabel lain yang merupakan variabel akibat. Menurut Bambang S Soedibjo (2013:186), bahwa salah satu alat yang sangat populer untuk penelitian adalah analisis path (*path Analysis*) atau dikenal juga dengan analisis jalur. Dalam analisis jalur ini variabel yang dipengaruhi disebut variabel endogen dan variabel yang mempengaruhi disebut variabel eksogen.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah

Untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel X_1 dan variabel X_2 (variabel independen) secara parsial terhadap

variabel Y (variabel dependen) adalah dengan melakukan pengujian SPSS yang hasilnya sebagai berikut:

		Correlations		
		Kualitas Produk	Kualitas Pelayanan	Kepuasan Nasabah
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.458**	.484**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	162	162	162
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	.458**	1	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	162	162	162
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.484**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	162	162	162

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data primer diolah kembali dari hasil SPSS

Dari tabel di atas dapat disimpulkan, bahwa hubungan antara variabel Kualitas Produk (X_1) dengan Kualitas Pelayanan (X_2) didapat nilai sebesar 0,458. Sehingga apabila dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai r (korelasi), mempunyai tingkat hubungan yang sedang dan searah karena nilainya positif. Korelasi X_1 dan X_2 signifikan karena angka signifikansi (0,000) lebih kecil dari pada 0,05.

a. Hasil Pengujian Secara Parsial

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.012	1.416		4.246	.000
	Kualitas Produk	.135	.049	.139	2.756	.007
	Kualitas Pelayanan	.657	.044	.752	14.920	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka secara parsial dapat dilihat dari pengaruh langsung, melalui hubungan korelatif dengan X_2 lalu pengaruhnya secara total.

- a. Pengaruh Langsung

$$= P_{yx1} \times P_{yx1}$$

$$= (0,139) \times (0,139)$$

$$= 0.019321$$
- b. Melalui hubungan korelatif dengan X_2

$$= P_{yx1} \times r_{x1x2} \times P_{yx2}$$

$$= (0,139) \times (0,458) \times (0,752)$$

$$= 0.047873824$$
- c. Pengaruh X_1 secara total

$$= 0.019321 + 0.047873824$$

$$= 0.067194824$$

4.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka secara parsial dapat dilihat dari pengaruh langsung, melalui hubungan korelatif dengan X_1 dan X_3 lalu pengaruhnya secara total.

- a. Pengaruh Langsung

$$= P_{yx2} \times P_{yx2}$$

$$= (0,752) \times (0,752)$$

$$= 0.565504$$
- b. Melalui hubungan korelatif dengan X_2

$$= P_{yx1} \times r_{x1x2} \times P_{yx2}$$

$$= (0,139) \times (0,458) \times (0,752)$$

$$= 0.047873824$$
- c. Pengaruh X_2 secara total

$$= 0.565504 + 0.047873824$$

$$= 0.216517532$$

$$= 0.613377824$$

Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut (Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan) mempunyai pengaruh terhadap

Kepuasan Nasabah. semakin meningkat Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan maka semakin meningkat pula Kepuasan Nasabah.

4.3. Pengaruh antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka

Untuk mengetahui seberapa besar persentase pengaruh kedua variabel X (variabel independen) tersebut secara simultan terhadap variabel Y (variabel dependen) adalah dengan melakukan pengujian dengan koefisien determinasi (R^2) dengan melihat tabel *Model Summary* sebagai berikut:

a. Hasil Pengujian Secara Simultan

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.825 ^a	.681	.677	1.91893

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Dari tabel di atas koefisien diterminasi (total pengaruh) Kualitas Produk (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) dilihat dari *R Square* sebesar 0,681 artinya bahwa kedua variabel tersebut berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah dapat menerangkan sebesar 68.1%. Sedangkan sisanya sebesar 0,319 atau 31,9% merupakan variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini dibuktikan juga dengan penambahan besarnya pengaruh X_1 dan X_2 secara bersama-sama terhadap Y yaitu :

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = (0.825)^2 \times 100\% = 0.681 = 68.1\%$$

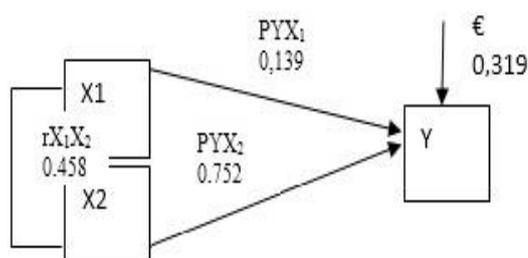
Dari hasil perhitungan pengaruh variabel independen secara parsial didapatkan hasil bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh paling besar terhadap Kepuasan

Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka yaitu sebesar 0.6133.

Persamaan analisis jalur kedua variabel independen yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan ditunjukkan pada tabel 4.36 yang di ambil dari nilai beta maka didapat nilai persamaan struktural sebagai berikut :

$$Y = 0.139X_1 + 0.752X_2 + \epsilon$$

Diagram jalur dari persamaan struktural di atas adalah sebagai berikut :



Nilai Koefisien Jalur Antara Variabel X₁ dan X₂ terhadap Y

Untuk lebih jelasnya besarnya pengaruh pada setiap variabel melalui analisa jalur adalah sebagai berikut :

Nilai Interpretasi Analisa Jalur

Pengaruh X1 terhadap Y secara langsung	0.0193
Pengaruh X1 terhadap Y melalui X2	0.0478
Pengaruh total X1 terhadap Y	0.0671
Pengaruh X2 terhadap Y secara langsung	0.5655
Pengaruh X2 terhadap Y melalui X1	0.0478
Pengaruh total X2 terhadap Y	0.6133
Pengaruh X1 dan X2 secara bersama-sama terhadap Y	0.681
Pengaruh variabel lain	0.319

Sumber : Pengolahan data SPSS

Dari uraian diatas bahwa pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi terhadap Kepuasan Nasabah yaitu sebesar 0.681 atau 68,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis sebesar 0,319 atau 31,9%.

Sesuai dengan hasil penelitian Risnawati (2014) meneliti tentang Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen, hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen perumahan Komplek AMD Permai Banjarmasin. 2. Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen perumahan Komplek AMD Permai Banjarmasin.

Hasil penelitian ini mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Inka Janita Sembiring (2104) yang meneliti mengenai Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan menyebutkan bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa: variabel Kualitas Produk berpengaruh langsung dan signifikan terhadap variabel Kepuasan; variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan; variabel Kepuasan Pelanggan berpengaruh langsung dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan; variabel Kualitas Produk berpengaruh tidak signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1. SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang diselaraskan dengan permasalahan yang diteliti, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara parsial terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk dan

Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.

2. Secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.

5.2. SARAN

Berdasarkan simpulan yang telah dikemukakan di atas, penulis mencoba memberikan saran-saran yang diharapkan dapat member manfaat yang berguna diantaranya :

1. PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka disarankan meningkatkan kualitas produk tabungannya.
2. PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka disarankan meningkatkan Kualitas Pelayanan diantaranya keramahan karyawan, ketepatan pelayanan, kecepatan penanganan keluhan nasabah.
3. PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka disarankan meningkatkan Kepuasan Nasabah dengan mengetahui *customer need*, sehingga PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk Cabang Majalengka akan dapat menerapkan strategi marketing mix yang sesuai untuk dapat meningkatkan dan menjaga Kepuasan Nasabah mereka.
4. Peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, disarankan untuk mencari dan membaca referensi lain lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru terkait dengan variable lainnya seperti loyalitas nasabah yang tidak diteliti oleh penulis

PUSTAKA ACUAN

- Abdul Basith, dkk. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (survei pada pelanggan de'pans pancake and waffle di kota malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 11 No. 1 Juni 2014
- Agustina Shinta. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press), Cetakan Pertama
- Aris Marwanto. 2015. *Marketing Sukses (Ide Cemerlang Seputar Dunia Pemasaran)*. Yogyakarta : Kobis, Cetakan Pertama
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Bambang Setyo Pambudi. 2013. *Buku Ajar Pengantar Manajemen*. Universitas Trunojoyo
- Bambang S. Soedibjo. 2013. *Pengantar Metode Penelitian*. Bandung: STIE-STIMIK Pasim.
- Basrah Saidani dan Samsul Arifin. 2012. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market*. Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) |Vol. 3, No. 1, 2012.
- Buyung Wiranata dan Bambang Haryadi. 2013. *Pengelolaan dan Pengembangan Bisnis Percetakan Pada PT. Ubital Offset Printing*. AGORA Vol. 1, No. 1, (2013)
- Danang Sunyoto. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Yogyakarta: CAPS, Cetakan Pertama
- _____. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS, Cetakan kedua.
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*.

- Yogyakarta: Penerbit Gava Media, Cetakan Pertama
- Donald R.Cooper & Pamela S.Schindler, 2006, "Bussines Research Methods", 9th edition. McGraw-Hill International Edition
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen, Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Evan Jaelani. 2012. *Perencanaan dan Pengembangan Produk dengan Quality Function Deployment (Qfd)*. Jurnal Sains Manajemen & Akuntansi Vol. IV No. 1/Mei/2012
- Fandy Tjiptono dan Chandra, Gregorious dan Adriana, Dedi. 2008. *Pemasaran Strategic*, Yogyakarta: Andi Offset
-
- _____ 2011. *Pemasaran Strategic*, Yogyakarta: Andi Offset
- Ismail Solihin. 2014. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Irawati dan Heri Syahril. 2015. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Modem Smartfren Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area*. Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen, Vol. 1 No. 2 Mei 2015
- Hasibuan, Malayu S. P. 2006, *Manajemen Sumber Daya Manusia* , Edisi Revisi : Jakarta. Bumi Aksara
- Hurriyati Ratih, Dr., M.Si. "*Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*". 2010.Jakarta: Alfabeta CV
- Jenet Manyi Agbor. 2011. *The Relationship between Customer Satisfaction and Service Quality: a study of three Service sectors in Umeå*. Umea: Umea School of Busines, Umea University
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran: Edisi 12, Jilid-2*. PT Indeks, Jakarta
- Kotler Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Ravira Wiranto. 2009. *Gambaran Manajemen*. FKM Universitas Indonesia
- Rini Dwiastuti, dkk. 2012. *Ilmu Prilaku Konsumen*. Malang: Universitas Brawijaya Press (UB Press), Cetakan Pertama
- Risnawati dan Nuril Huda. 2014. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Perumahan Komplek Amd Permai Banjarmasin)*, Jurnal Wawasan Manajemen, Vol. 2, Nomor 1, Februari 2014
- Sadili Samsudin. (2006), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, cetakan ke-1 Bandung : Pustaka Setia
- Sampurno Wibowo. 2009. *Pengantar Manajemen Bisnis*. Bandung: Politeknik Telkom
- Sugiyono. 2007. *Statistika Penulisan*. Bandung: Alfabeta
- _____ 2011. *Statistika Penulisan*. Bandung: Alfabeta
- Terry, George dan Leslie W. Rue. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. Cetakan kesebelas. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Titik Wijayanti. 2014. *Marketing Plan! Dalam Bisnis, Second Edition*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- .