

Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank

(The Effect of Service Quality and Product Quality on Bank Customer Satisfaction)

Submit: 27 Aug 2020 Review: 28 Aug 2020 Accepted: 28 Aug 2020 Publish: 28 Aug 2020

Meli Andriyani¹; Riski Eko Ardianto²

ABSTRAK

Bank sebagai perusahaan jasa sangat mementingkan kepuasan melalui layanan dan produk. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Penelitian dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada 100 responden yaitu nasabah Bank yang bertempat tinggal dan memiliki rekening Bank di daerah Cibubur. Data penelitian dianalisis menggunakan analisis regresi linier ganda. Penelitian menghasilkan temuan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah sedangkan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan arah positif.

Keywords: Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah **JEL Codes:**

ABSTRACT

The bank as a service company places great importance on satisfaction through services and products. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and product quality on customer satisfaction. The research was conducted by distributing questionnaires to 100 respondents, namely bank customers who live and have bank accounts in the Cibubur area. The research data were analyzed using multiple linear regression analysis. The study found that service quality did not affect customer satisfaction, while product quality had a positive effect on customer satisfaction.

Kata kunci: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction *Kode JEL:*

¹ Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWI Jakarta; myodah@gmail.com

² Universitas Pelita Bangsa; Riskiekoardianto@pelitabangsa.ac.id

1. Pendahuluan

Kepuasan nasabah menjadi hal yang selalu dipegang oleh perusahaan yang berhubungan dengan jasa keuangan. Kepuasan diharapkan akan membuat nasabah loyal terhadap perusahaan sebagai penyedia jasa. Akan tetapi, membuat nasabah puas bukanlah sebuah pekerjaan yang mudah. Nasabah cenderung memiliki tuntutan yang semakin tinggi, memiliki harapan yang selalu lebih dari apa yang diberikan oleh perusahaan sebagai penyedia jasa.

Bank merupakan salah satu penyedia jasa keuangan sebagaimana fungsinya yaitu mengumpulkan dana masyarakat baik dalam bentuk tabungan, deposito, atau bentuk lainnya dan menyalurkannya kepada pihak lain dalam bentuk pinjaman atau pembiayaan lainnya. Sesuai dengan aktivitas utamanya, Bank bekerja di dua sisi yaitu yang langsung berkaitan dengan produk dan layanan tambahan yang mendukung dikonsumsinya produk tersebut oleh nasabah. Dua hal utama kegiatan bank tersebut sangat berkaitan dengan nasabah yang menggunakan produk perbankan.

Nasabah adalah orang yang berhubungan dengan atau menjadi pelanggan tetap dan sering berinteraksi dalam waktu yang cukup lama, nasabah dalam perbankan dibagi menjadi dua yaitu debitur dan kreditur. Debitur atau peminjam adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit atau pembiayaan bank dengan melewati proses perjanjian dengan bank yang telah dilakukan sebelumnya. Sedangkan kreditur atau penyimpan adalah nasabah yang menempatkan dananya dibank dalam bentuk simpanan yang disebut tabungan, dengan melewati proses perjanjian antara bank dan nasabah sebelumnya.

Bank sangat berkepentingan dengan nasabah baik kreditur maupun debitur. Oleh karena itu kepuasan nasabah menjadi hal yang sangat penting dalam rangka memperoleh kepercayaan, komitmen dan loyalitas dari para nasabah. Untuk memberikan kepuasan kepada para nasabah bukan perkara yang mudah karena bank harus sigap dalam menangani berbgai keluhan dan tuntutan nasabah. Nasabah yang keluhan atau tuntutannya telah terpenuhi seringkali memiliki harapan baru sehingga sering dikatakan bahwa nasabah tidak akan dapat terpuaskan sepenuhnya.

Begitu pentingnya kepuasan, maka banyak penelitian tentang kepuasan nasabah di industri perbankan (Tumangkeng, 2013; Putra, 2014; Primasari, 2016; Sondakh, 2014; Cahyani, 2016; Putri, 2016). Penelitian juga tidak hanya dilakukan untuk perbankan tetapi juga di pegadaian (Pramudya, 2019) dan Baitul Mal Wat Tamil (Tho'in, 2011). Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian kembali tentang kepuasan nasabah Bank karena ketidakpuasan banyak terjadi pada nasabah Bank di daerah Cibubur.

Banyak faktor yang dapat menyebabkan kurangnya kepuasan nasabah seperti kualitas pelayanan, suku bunga, kualitas produk (Tumangkeng, 2013). Faktor lainnya adalah keunggulan produk (Exnawati, 2014), citra merek (Sondakh, 2014), mutu pelayanan (Putri, 2016).

Kualitas layanan menjadi faktor yang penting diteliti kembali karena merupakan hal dasar yang dibutuhkan nasabah. Kualitas pelayanan sangat diperlukan dengan memberikan dan memenuhi fasilitas dan respon sesuai keinginan nasabah. Kualitas layanan yang makin baik seperti memberikan respon yang cepat, tanggap terhadap keluhan nasabah, memberikan pelayanan yang ramah serta tata krama yang baik akan akan dapat memuaskan nasabah (Putra, 2014). Kualitas layanan merupakan faktor yang berpengaruh dominan atau pelayanan merupakan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Exmawati, 2014).

Kulitas produk menjadi faktor yang penting diteliti berikutnya karena produk dengan berbagai fitur yang melekat di dalamnya merupakan hal dasar yang dapat dipegang nasabah. Hanya produk dengan fitur yang sesuai dengan kebutuhan, kondisi dan harapan nasabah yang akan dibeli oleh nasabah. Keunggulan, kualitas atau superioritas produk seperti keunikan, nilai dan keuntungan yang ditawarkan akan lebih memberikan kepuasan kepada nasabah (Exnawati, 2014). Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah karna produk yang berkualitas seperti memiliki daya tahan lama, kegunaan sesuai keinginan dan jaminan bila ada kesalahan dalam produk akan memuaskan nasabah (Pramudya, 2019).

2. Metodologi

Penelitian ini diadakan di daerah Cibubur yaitu terhadap nasabah Bank tidak secara spesifik untuk nasabah bank tertentu. Penelitian dilaksanakan selama 2 (dua) bulan yaitu Januari dan Februari 2020.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah explanatory research tipe kausal yang berupaya menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Terdapat 3 variabel penelitian yaitu, 2 variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang pertama yaitu Kualitas Pelayanan dan variable independen kedua yaitu Kualitas Produk. Satu variabel dependen dalam penelitian ini yaitu kepuasan nasabah.

Masing-masing variabel penelitian diukur menggunakan kuesioner tertutup 5 (lima) skala interval yang dikembangkan dari indikator penelitian yang disajikan pada tabel 1. Kuesioner yang disusun kemudian disebarkan kepada 100 responden yaitu nasabah Bank yang bertempat tinggal dan memiliki rekening Bank yang ada di daerah Cibubur. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode accidental sampling.

Data hasil kuesioner kemudian diolah dan digunakan sebagai analisis untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Oleh karena itu lingkup penelitian ini adalah menguji pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah bak di daerah Cibubur.

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel/ Konsep		Indikator	Skala
Kualitas layanan adalah tingkat	1.	Wujud	Interval
penyampaian yang diinginkan	2.	Empati	
konsumen dalam rangka pemenuhan	3.	Respon	
dan keinginan mendapatkan produk	4.	Keandalan	
(Tjiptono, 2014)	5.	Jaminan	
Kualitas produk adalah tingkat	1.	Performance	Interval
kebaikan yang diharapkan dari sebuah	2.	Fitur	
produk untuk memenuhi kebutuhan	3.	Daya tahan	
dan keinginan (Tjiptono, 2014)	4.	Serviceability,	
	5.	Perceived Quality	
Kepuasan nasabah adalah tanggapan	1.	Senang	Interval
emosional positif pada evaluasi	2.	Suka	
pengalaman menggunakan sesuatu	3.	Puas	
(Tjiptono, 2014)			

Analisisi regresi linier ganda merupakan analisis utama yang digunakan untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Analisis didahului dengan uji persyaratan analisis analisis yang disebut uji asumsi klasik agar penaksiran tidak bias, linier dan konsisten. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas (Mulyanto dan Wulandari, 2010: 181). Normalitas harus terpenuhi dimana dalam penelitian ini dilakukan secara grafik yaitu menggunakan Normal P-P Plot dengan kriteria titik-titik residual pada grafik Normal P-P Plot menyebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal grafik. Multikolinieritas tidak boleh terjadi atau monokolinieritas harus terpenuhi yaitu tidak terjadi korelasi yang sangat kuat antar variabel bebas ditandai dengan diperolehnya nilai tolerance seluruh variabel independen mendekati angka 1 dan nilai VIF kurang dari 10. Autokorelasi tidak boleh terjadi dimana persyaratan ini terpenuhi jika nilai Durbin-Watson antara 1,65 sampai dengan 2,35. Heteroskedastisitas tidak boleh terjadi dimana persyaratan terpenuhi jika titik-titik residual pada grafik scatter plot tersebar acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu.

Analisis dilanjutkan ke tahap kedua yaitu uji model menggunakan nilai koefisien determinasi yang disesuaikan atau Adjusted R Square (Adj. R2) dan uji-F. Layak tidaknya model persamaan regresi linier ganda yang dihasilkan dalam analisis dilakukan dengan melihat besaran nilai Adjusted R Square dan uji-F yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig F) terhadap taraf uji penelitian (α = 0.05). Analisis bisa dilanjutkan jika Adjusted R Square mendekati atau lebih dari 50% dan nilai Sig. F kurang dari 0,05..

Langkah terakhir adalah pengujian hipotesis yang dilakukan terhadap model persamaan regresi linier ganda dan uji-t. Nilai yang digunakan adalah koefisien regresi dari variabel independen pertama (X1) kualitas layanan dengan simbol

b1 dan variabel independen kedua (X2) kualitas produk dengan simbol b2 terhadap variabel dependen kepuasan nasabah (Y) dalam persamaan:

$$Y = a + b1X1 + b2X2...$$
 1)

Hipotesis diterima jika memenuhi dua kriteria yaitu nilai koefisien regresi tidak sama dengan nol dan nilai sig. t kurang dari 0,05.

3. Hasil

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini memenuhi kriteria dan dapat dipakai untuk analisis karena telah valid dan reliabel. Tabel 2 menunjukkan bahwa data penelitian dari kuesioner untuk kualitas layanan 5 valid, kualitas produk 5 valid dan kepuasan nasabah 4 valid. Seluruh variabel penelitian reliabel karena seluruhnya memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6.

Tabel 2. Uji Instrumen

Variabel	N Valid	Cronbach Alpha	Kesimpulan
Kualitas Layanan	5	0,934	Reliabel
Kualitas Produk	5	0,881	Reliabel
Kepuasan Nasabah	4	0,846	Reliabel

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Syarat awal analisis regresi linier ganda terpenuhi karena data hasil kuesioner bertipe interval. Persyaratan analisis melalui uji asumsi terpenuhi sebagaimana ditunjukkan pada tabel 3. Normalitas dan Heteroskedastisitas terpenuhi berdasarkan hasil Normal P-P Plot dan Scatter Plot pada tabel 3. Persyaratan analisis multikolineritas 0,297 telah mendekati 1 dan VIF 3,381 sudah kurang dari 10. Autokorelasi terpenuhi karena nilai Durbin-Waton 1,948 berada pada rentang nilai 1,65 sampai dengan 2,35.

Tabel 3.

Variabel	Normal P-P	Colinie	rity	Durbin	Scatter Plot	
v ariabei	Plot	Tolerance	VIF	Watson	Scatter Flot	
Kualitas Layanan	Residual dekat	0,297	3,381		Residual	
,	dan di			1,948	tersebar acak,	
Kualitas Produk	sepanjang garis	0,297	3,381	1,940	antara -2 s.d 2,	
	diagonal		-		tidak berpola	

Dependen Variabel: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Model persamaan regresi linier ganda hasil analisis layak digunakan untuk menjelaskan pengaruh variabel independen kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Kelayakan ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi 0,712 dan nilai Sig. 0,000 lebih kecil dari 0,05 sebagaimana tabel 4.

Tabel 4. Uji Model

Model	R	R ²	Adj. R²	Std. Error of the Estimate	F	Sig.
1	0,843a	0,712	0,698	0,694	45,892	0,000

a. Predictor: Kualitas Layanan, Kualitas Produk

b. Dependen Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Analisis terakhir adalah pengujian hipotesis. Pengujian hipotesis dilakukan berdasar hasil analisis yang terangkum pada tabel 5.

Tabel 5. Uji Hipotesis

Coefficientsa						
Model -	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Т	Sig.	
1120 0101	В	Std. Error	Beta	-	0.	
(Constant)	0,524	1,374		0,380	0,705	
1 Kualitas Layanan	0,109	0,058	0,314	1,941	0,061	
Kualitas Produk	0,187	0,055	0,561	3,469	0,002	

a. Kepuasan Nasabah

Sumber: Data penelitian yang diolah, 2020

Model persamaan regresi linier ganda hasil analisis berdasar tabel 5 adalah sebagai berikut:

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini bahwa Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank di daerah Cibubur. Analisis menghasilkan temuan bahwa nilai koefisien regresi kualitas layanan sebesar b1 = 0.109 dengan nilai sig. =0,061. Nilai Sig t untuk kualitas layanan lebih besar dari taraf uji penelitian (0,061 > 0,05) sehingga tidak signifikan atau hipotesis ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank di daerah Cibubur. Analisis menghasilkan temuan bahwa nilai koefisien regresi kualitas produk sebesar b2 = 0.187 dengan nilai sig. =0,002. Nilai Sig t untuk kualitas layanan lebih kecil dari taraf uji penelitian (0,002 < 0,05) sehingga signifikan atau hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh dengan arah positif terhadap kepuasan nasabah.

4. Pembahasan

Penelitian menghasilkan temuan dari data penelitian yang telah valid dan reliabel. Penelitian juga telah menghasilkan model yang layak karena variabel independen kualitas layanan dan kualitas produk mampu menjelaskan 71,2% variasi kepuasan nasabah.

Kualitas Layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, artinya kualitas pelayanan bukan faktor yang secara langsung mempengaruhi kepuasan konsumen. Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu (Exmawati, 2014) yang justru menunjukan bahwa faktor pelayanan merupakan faktor yang paling berpengaruh atau dominan terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini juga tidak sejalan oleh penelitiann terdahulu (Sondakh, 2014) yang menunjukan bahwa Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan. Meskipun tidak berpengaruh, bukan berarti kualitas layanan merupakan variabel yang tidak penting. Tidak berpengaruh bisa juga disebabkan adanya variabel lain yang menjembatani pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu bisa juga karena layanan nasabah saat ini banyak dilakukan menggunakan alat dan tidak langsung tatap muka dengan nasabah sehingga nasabah menganggap layanan sudah menjadi standar sehingga tidak khawatir dengan layanan. Mengapa bisa tidak berpengaruh dan variabel apa yang dapat memediasi justru merupakan permasalahan yang dapat ditindaklanjuti pada penelitian berikutnya.

Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dengan arah positif, artinya makin baik kualitas produk maka kepuasan nasabah akan semakin tinggi. Penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya (Pramudya, 2019). Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian lain (Tumangkeng, 2013). Perhatian terhadap produk khususnya fitur yang melengkapi nilai produk hendaknya menjadi perhatian Bank yang melayani nasabah di daerah Cibubur. Selain itu perlu selalu ditambahkan pada produk yang berkaitan dengan performance, daya tahan, serviceability dan perceived quality.

5. Kesimpulan

Kualitas layanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas produk berpengaruh dengan arah positif terhadap kepuasan nasabah Bank yang ada di daerah Cibubur.

Kualitas produk khususnya berkaitan dengan performance, fitur, Daya tahan, Serviceability dan Perceived Quality hendaknya menjadi prioritas dalam rangka memberikan kepuasan kepada nasabah. Meskipun tidak berpengaruh, kualitas layanan hendaknya tidak dihilangkan begitu saja.

Penelitian berikutnya diharapkan menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah atau bahkan mengupas mengapa bisa terjadi. Penelitian

berikutnya dapat pula mencari variabel yang dapat memediasi pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasna nasabah.

Daftar Pustaka

- Tjiptono, Fandy., 2014, *Pemasaran Jasa Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Mulyanto, Heru dan Anna Wulandari, 2010, Penelitian: Metode dan analisis, CV Agung, Semarang.
- Exmawati, Septiana Dwi., 2014, Pengaruh Pelayanan dan Keunggulan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah di Bank Muamalat Tulung Agung, eprint.radenpatah.ac.id
- Tumangkeng, Gerardo Andrew, 2013, Kualitas Produk, Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado, *Jurnal EMBA* Vol 1, No 4: HAL 1 – 115
- Putra, Rizky Pratama., 2014, Pengaruh Kualitas Pelayanan Islami Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank BRI Syariah Surabaya, *JESTT* Vol. 1 No. 9.
- Primasari, Destika., 2016, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran, *Skripsi*, IAIN Salatiga
- Pramudya, Fitri Novianti., 2019, Pengaruh Kualitas Poduk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan AR-Rum Di Pegadaian Syariah, *Skripsi*, repository-radenintan.ac.id
- Sondakh, Conny., 2014, Kualitas Layanan, Citra Merek dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado), *ejournal.unsrat.ac.id*
- Cahyani, Putri Dwi, 2016, Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta, SENSI: Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 6 No. 2, DOI: 10.15408/ess.v6i2.3570, Journal.uinjkt.ac.id.
- Tho'in, Muhammad, 2011, Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Mal Wat Tamwil (BMT) Tekun Karanggede Boyolali, MUQTASID Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah 2 (1), 73-89
- Putri, Novia Hardiyanti, 2016, Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan mutu pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Pandan wangi Balikpapan, *Psikoborneo*. e-journals.unmul.ac.id