

**PENGARUH *SERVICE QUALITY & PRODUCT QUALITY* TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH PADA PT. BPR TRIDANA KENCANA  
KC PAITON**

**SKRIPSI**



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ**  
Oleh:  
**Lailia Utami**  
NIM: 205105010022

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 2024**

**PENGARUH *SERVICE QUALITY & PRODUCT QUALITY* TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH PADA PT. BPR TRIDANA KENCANA  
KC PAITON**

**SKRIPSI**

diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Oleh:

**Lailia Utami**  
**NIM: 205105010022**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
JUNI 2024**

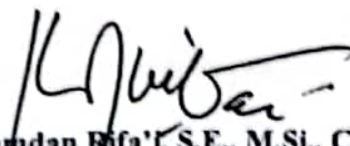
**PENGARUH *SERVICE QUALITY & PRODUCT QUALITY* TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH PADA PT. BPR TRIDANA KENCANA  
KC PAITON**

**SKRIPSI**

diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember  
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R**  
Disetujui Pembimbing

  
**Prof. Dr. Khandan Rifa'i, S.E., M.Si., CHRA**  
NIP/196808072000031001

**PENGARUH SERVICE QUALITY & PRODUCT QUALITY TERHADAP  
KEPUASAN NASABAH PADA PT. BPR TRIDANA KENCANA  
KC PAITON**

**SKRIPSI**

Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah  
satu persyaratan memperoleh  
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Program Studi Perbankan Syariah

Hari : Rabu

Tanggal : 12 Juni 2024

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris

Nadia Azalia Putri, M.M.  
NIP. 199403042019032019

Mohammad Mirza Pratama, S.ST.,M.M  
NIP. 190112052023211022

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Anggota :

1. Dr Moh. Haris Balady, S.E., M.M
2. Prof. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E, M.Si., CHRA

Menyetujui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. H. Ubaidillah, M. Ag.  
NIP. 196812101996031007

## MOTTO

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ  
سُنْبُلَةٍ مِائَةٌ حَبَّةٌ وَاللَّهُ يُضْعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ ﴿٢٦١﴾

Artinya : Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui. ( QS. Al-Baqarah : 261 )<sup>1</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

<sup>1</sup> <https://quran.nu.or.id/al-baqarah/261>

## PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji Allah SWT dengan kemurahan dan ridho-Nya, skripsi ini dapat ditulis dengan baik dan lancar hingga selesai. Dengan ini Penulis mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. Ucapan syukur Alhamdulillah atas kebesaran dan keagungan Allah SWT serta junjungan kita Nabi Muhammad SAW.
2. Skripsi ini saya persembahkan untuk ayah dan ibu yang telah mengisi dunia saya dengan begitu banyak kebahagiaan sehingga seumur hidup tidak cukup untuk menikmati semuanya. Terima kasih atas semua cinta yang telah ayah dan ibu berikan kepada saya.
3. Keluarga besar yang tiada hentinya memberikan do'a, dukungan dan pengertian sehingga membuat saya semangat untuk menyelesaikan skripsi.
4. Teman-teman seangkatan ( PS1, PS2, PS3, PS4 2020 ) yang telah berjuang bersama dari semester awal hingga akhir tugas kuliah.
5. Teman-teman sekaligus sahabat saya yang dinamakan "group enjoy" di grup WhatsApp: Sella, Sinta, Dini, Fitra dan Lika.
6. Bapak Prof. Dr. Khamdan Rifa'i, SE, M.Si., CHRA selaku Dosen Pembimbing yang telah membimbing penulis selama menyusun skripsi.
7. Dan terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung penulis sampai sejauh ini serta memotivasi penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada penulis dalam menyelesaikan Skripsi ini, yang semua itu tentunya semata-mata hidayah-Nya. Sholawat dan salam tetap terlimpahkan kepada Nabi kita Muhammad SAW yang telah membawa kita pada kehidupan yang penuh cakrawala pengetahuan seperti saat ini.

Puji syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT karena atas izin Nyapenulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Service Quality Dan Product Quality Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton“ dengan lancar sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program sarjana stars (S1) di UIN Khas Jember. Terlepas dari hal tersebut, kurangnya pengetahuan penulis tentu berpengaruh terhadap penulisan Skripsi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari semua pihak merupakan hal yang berharga bagi penulis.

Tanpa motivasi, bantuan, bimbingan serta arahan dari berbagai pihak, tentunya penulis skripsi ini tidak bisa berjalan dengan baik dan benar. Seiring dengan itu, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag.,M.M., CPEM selaku Rektor UIN Khas Jember yang selalu memberikan fasilitas yang memadai selama kami menuntut ilmu di UIN Khas Jember.
2. Bapak Dr. H. Ubaidillah, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Khas Jember.

3. Ibu Ana PratiwiI, M.S.A. selaku Koordinator Program Studi Perbankan Syariah UIN Khas Jember yang selalu membimbing kami dalam perkuliahan.
4. Bapak Dr. Abdul Wadud Nafis, Lc, MEI. Dosen Penasehat Akademik yang selama ini telah memberikan bimbingan dan nasehat dalam kegiatan akademik.
5. Bapak Prof. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si., CHRA. Selaku Dosen pembimbing skripsi yang selalu memberikan arahan dan bimbingan serta bersedia meluangkan waktunya demi kelancaran Skripsi ini.
6. Kepada pimpinan PT. BPR Tridana KC Paiton dan segenap karyawan yang telah memberikan izin sekaligus memberikan kelancaran penelitian yang dilakukan oleh penulis.
7. Semua pihak yang terlibat dan telah berjasa dalam penulisan Skripsi ini yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Akhirnya hanya kepada Allah SWT penulis memohon agar selalu dalam lindungan dan hidayah-Nya. Semoga Proposal ini dapat bermanfaat bagi penulis kususya dan bagi masyarakat pada umumnya. Amin.

Jember, 05 Mei 2024

Penulis

Lailia Utami



## ABSTRAK

**Lailia Utami, Prof. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si., CHRA. 2024** : “*Pengaruh Service Quality & Product Quality Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton*”

Bank Pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton merupakan salah satu Bank BPR yang sukses dengan produk usaha mikro, kecil, menengah nya Ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dalam menggunakan produk di PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan.

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu: (1) Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton?. (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton?. (3) Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton?

Tujuan penelitian pada skripsi ini yaitu: (1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton. (2) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton. (3) Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *field research*. Data primer diperoleh melalui pengumpulan data berupa kuesioner dan hasil wawancara langsung dari sumber terkait. Populasi penelitian ini yaitu seluruh nasabah. Sedangkan pengambilan sample dengan teknik *accident sampling* menyatakan adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan. Penelitian ini menggunakan 108 responden dan menggunakan alat analisis uji validasi dan reabilitas, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda, uji hipotesis dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan bantuan program IBM SPSS Statistics versi 25.0.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa: (1) Tidak berpengaruh secara signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. (2) Berpengaruh secara signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. (3) Berdasarkan hasil uji F bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan nasabah.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

## ABSTRAK

**Lailia Utami, Prof. Dr. Khamdan Rifa'i, S.E., M.Si., CHRA. 2024:**"The Influence of *Service Quality & Product Quality* on Customer Satisfaction at PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton"

Bank at PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton is one of the successful BPR banks with its micro, small and medium business products. There are several factors that can influence customer satisfaction in using products at PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton, namely product quality and service quality.

The formulation of the problem in this research is: (1) Does product quality have a significant effect on customer satisfaction at PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton?. (2) Does service quality have a significant effect on customer satisfaction at PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton?. (3) Do product quality and service quality simultaneously have a significant effect on customer satisfaction at PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton?

The research objectives of this thesis are: (1) To determine the effect that product quality has on customer satisfaction at PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton. (2) To determine the effect that service quality has a significant effect on customer satisfaction at PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton. (3) To determine the effect of product quality and service quality simultaneously having a significant effect on customer satisfaction at PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton.

This research uses a quantitative approach with a field research type of research. Primary data was obtained through data collection in the form of questionnaires and direct interview results from related sources. The population of this research is all customers. Meanwhile, sampling using the accident sampling technique states that it is a technique for determining samples based on chance. This research used 108 respondents and used validation and reliability test analysis tools, classic assumption tests and multiple linear regression analysis, hypothesis testing and coefficient of determination (R<sup>2</sup>) tests with the help of the IBM SPSS Statistics version 25.0 program.

The results of this research can be concluded that: (1) There is no significant effect between product quality and customer satisfaction. (2) There is a significant influence between service quality on customer satisfaction. (3) Based on the results of the F test, product quality and service quality simultaneously (together) influence customer satisfaction.

**Keywords:** Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
PERSETUAN PEMBIMBING .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	ii
MOTTO .....	iii
PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Ruang Lingkup Penelitian .....	10
1. Variabel Penelitian .....	10
2. Indikator Penelitian .....	11
F. Definisi Operasional .....	12
G. Asumsi Penelitian .....	13
H. Hipotesis .....	13
I. Sistematika Pembahasan .....	14

<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>16</b>
A. Penelitian Terdahulu .....	16
B. Kajian Teori .....	27
1. Kualitas Produk .....	27
2. Kualitas Pelayanan .....	28
3. Kepuasan Nasabah .....	32
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>36</b>
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	36
B. Populasi dan Sampel .....	36
C. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data .....	37
D. Analisis Data .....	38
<b>BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>45</b>
A. Gambaran Obyek Penelitian .....	45
1. Sejarah Bank BPR Tridana Kencana KC Paiton .....	45
2. Visi dan Misi Perusahaan .....	47
3. Tugas Pokok Masing-Masing Profesi BPR Tridana Kencana KC Paiton .....	48
4. Letak Geografis Bank BPR Tridana Kencana KC Paiton .....	60
B. Penyajian Data .....	61
C. Analisis dan Pengujian Hipotesis .....	65
D. Pembahasan .....	77
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>82</b>
A. Simpulan .....	82

B. Saran .....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## DAFTAR TABEL

Table 1 Indikator Variabel .....	11
Table 2 Penelitian yang Relevan .....	25
Table 3 Skala Likert .....	38
Table 4 Data Skor ( <i>Skala Likert</i> ).....	61
Table 5 Jenis Kelamin .....	62
Table 6 Pendidikan Terakhir .....	63
Table 7 Usia.....	63
Table 8 Lama Menjadi Nasabah.....	64
Table 9 LAMA MENJADI NASABAH .....	65
Table 10 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	66
Table 11 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	66
Table 12 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah.....	67
Table 13 Hasil Uji Reabilitas.....	68
Table 14 Hasil Uji Normalitas.....	69
Table 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	70
Table 16 Hasil Uji Multikolinearitas.....	71
Table 17 Hasil Uji Agresi Linear Beganda .....	71
Table 18 Uji t ( Parsial ) .....	744
Table 19 Hasil Uji F ( Simultan ).....	76
Table 20 Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	77

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Struktur Organisasi..... 48



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Seiring dengan berkembangnya aktivitas ekonomi yang dilakukan oleh masyarakat di Indonesia menyebabkan masyarakat membutuhkan institusi keuangan yang dapat mengelola uang yang mereka miliki. Institusi keuangan khususnya perbankan pada masa kini terus mengalami pertumbuhan. Pertumbuhan ini dapat dilihat melalui jumlah dana yang mampu diserap masyarakat kemudian disalurkan kembali. Dengan kata lain bahwa perbankan terus bertumbuh dalam jumlah nasabah yang semakin meningkat. Perkembangan ini diiringi pula dengan pertumbuhan keingintahuan masyarakat akan aktivitas apa saja yang berada pada lembaga keuangan dan begitu pula dengan produk-produk keuangan yang terus meningkat. Perubahan yang terjadi di dunia keuangan juga diikuti dengan pola pikir masyarakat yang selalu ingin diberikan berbagai macam kemudahan dan kenyamanan. Karenanya perusahaan dituntut untuk bagaimana menyediakan produk yang berkualitas terkhusus pelayanannya untuk tetap diperhatikan agar pelanggan tidak berpindah ke perusahaan lain yang menyediakan produk sama, serta manajer perusahaan haruslah mampu untuk membaca peluang dan keinginan yang diharapkan oleh konsumen karena sekarang bukan jaman di mana produsen memaksakan kehendak terhadap konsumen. Dasar dari orientasi pemasaran yang dibentuk dengan baik adalah dengan pelanggan yang kuat.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Idak, "Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Unit Baraka Kabupaten Enrekang", (Skripsi, UIN Alauddin Makassar, 2018), 4.



Secara sederhana Bank diartikan sebagai lembaga yang kegiatan usahanya menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya. Sedangkan yang dimaksud dengan lembaga keuangan adalah setiap perusahaan yang bergerak di bidang keuangan dimana kegiatannya hanya menghimpun dana atau hanya menyalurkan dana atau kedua-duanya menghimpun dan menyalurkan dana. Salah satu bentuk perekonomian Indonesia adalah usaha kecil, seperti petani, pedagang, dan lain-lain yang merupakan landasan bagi pembangunan ekonomi. Dengan adanya lembaga ini, mereka bisa membuka usaha disamping itu pihak bank juga memberikan kredit dengan bunga yang rendah. Karena konsumen terbesarnya adalah petani dan pedagang yang pada umumnya berada dalam kategori kecil, maka lembaga bank memberikan transaksi kredit kepada pengusaha kecil, agar mudah didalam proses pemberian kredit.<sup>3</sup>

Persaingan dalam bisnis perbankan yang semakin ketat mendorong para pelaku bisnis menciptakan atau menyediakan produk-produk yang inovatif sehingga dapat memberikan hal yang menarik bagi para pelanggannya, dukungan teknologi menjadi pilihan agar penciptaan produk menjadi bermutu tinggi, pelayanan yang baik dan kemudahan bagi pelanggan dapat terwujud. Penerapan teknologi informasi menjadi salah satu faktor penentu keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis yang semakin tajam.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> Kasmir, Pemasaran Bank (Jakarta: PT. Predana Media, 2004), 8-9

<sup>4</sup> Ali Mahmudi, "Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di BMT Tumang Cabang Salatiga", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2015), 3

Kualitas produk bank itu sendiri merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Nasabah membeli jasa untuk memenuhi kebutuhannya dan nasabah akan memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan pelanggan berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang diterimanya. Kualitas produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut.<sup>5</sup> Saat ini, Bank BPR seyogyanya membangun sistem kualitas yang modern agar mampu mempertahankan pelanggan yang telah ada (customer loyalty) dan menarik konsumen (pelanggan potensial) menjadi pelanggan dari kegiatan tersebut. Memfokuskan dan mendengarkan suara pelanggan/anggota berarti menjamin bahwa kualitas dibangun dalam produk atau versi produk baru yang sudah ada dalam tahap desain awal. Produk-produk yang dihasilkan bank harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Dengan terpenuhinya kebutuhan, maka nasabah akan tetap memilih bank tersebut dan tidak pindah ke bank lainnya. Selain itu nasabah akan tertarik untuk memilih bank tersebut jika nasabah merasa bahwa produk perbankan dapat memenuhi kebutuhannya. Nasabah akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang baik serta keistimewaan yang mencolok. Produk perbankan yang ditawarkan oleh bank pada umumnya bermacam-macam, seperti produk

<sup>5</sup>Intan Kamila, Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug). (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta 2017), h.6

tabungan, pinjaman, deposito, kartu kredit dan lain lain.

Faktor berikutnya adalah kualitas layanan. Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang memiliki nilai di pasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan pelayanan yang unggul dan terus menyempurnakan. Pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. Perbaikan kualitas pelayanan akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang tahan lama. Secara parsial kualitas layanan dan kualitas produk dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, secara simultan kualitas layanan dan kualitas produk juga dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.<sup>6</sup>

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negatif. Bagi perusahaan perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa Perusahaan

<sup>6</sup> Dewi, C., & Sudiartha, I. G. M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. E-Jurnal Manajemen Unud, 7(8).

tersebut. Pada perusahaan yang bergerak di bidang jasa yang berorientasi kepada kepuasan nasabah (pelanggan), perusahaan harus senantiasa memperhatikan komunikasi dengan menjalin kegiatan pelayanan yang prima yang dapat merangsang pembelian dan kepuasan pelanggan. Jasa pelayanan yang dilaksanakan perusahaan tersebut dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan, menimbulkan kepercayaan terhadap pihak nasabah, yang merupakan prioritas utama dari penerapan pelayanan yang prima, karena kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah melihat dan merasakan kinerja hasil yang dia dapatkan.

Salah satu lembaga keuangan yang menyalurkan dana kepada masyarakat, khususnya UMKM yaitu Bank Perkreditan Rakyat (BPR). BPR merupakan lembaga keuangan yang tepat dan strategis untuk melayani jasa perbankan bagi masyarakat. BPR sebagai lembaga keuangan yang selama ini telah memberikan jasa pelayanan terutama kepada UMKM dan masyarakat pedesaan diakui memiliki peran dalam perekonomian Indonesia terutama dalam mendukung perkembangan UMKM.<sup>7</sup>

Bank BPR Tridana Kencana hadir dalam membantu kegiatan usaha, dengan memberikan pinjaman kredit kepada masyarakat terutama masyarakat pedesaan atau kabupaten yang memang tidak terjangkau oleh bank umum . Bank BPR tridana Kencana telah berdiri sejak tahun 1990 dan memiliki beberapa cabang di kota salah satunya di Paiton, Probolinggo yang berdiri pada tahun 2014. Usaha kecil dan menengah (UKM) juga merupakan salah

<sup>7</sup> Dewi Ratih Wijayanti, "Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Bank Terhadap Penyaluran Kredit (Studi Kasus Bank Perkreditan Rakyat Jawa Timur)", (Jurnal Ilmiah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Brawijaya, 2015), 1.

satu bagian penting dari perekonomian suatu negara ataupun daerah yang dalam kenyataannya UKM kurang mendapat perhatian dari pemerintah. Tidak sekomples bank pada umumnya, peranan Bank BPR sangat sederhana yaitu menerima Kredit, Deposito dan Tabungan yang berasal dari individu yang memiliki anggaran ekstra dan menyalurkannya lagi untuk membantu individu yang menginginkan keuangan untuk modal kerja, sehingga sektor riil bisa sejalan dengan kebijakan pemerintah yaitu meningkatkan perekonomian dan mengurangi angka kemiskinan. Untuk menjaga Perkembangan Bank BPR Tridana Kencana dengan selalu meningkatkan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan untuk selalu menjaga kepercayaan nasabah. Bank BPR Tridana Kencana memiliki beberapa produk diantaranya Kredit, Kredit Flat, Kredit Pokok Jatuh Tempo (PJT), Kredit Rekening Koran (RK), Tabungan dan Deposito. Untuk mempermudah nasabah menikmati produk yang ada pada BPR Tridana Kencana bisa dilakukan secara online dan bisa langsung mendatangi kantor terdekat, jam operasional bank 08.00 WIB -16.00 WIB.<sup>8</sup>

Alasan peneliti mengambil objek di Bank BPR Tridana Kencana KC Paiton karena ada hal yang menarik peneliti untuk melakukan penelitian di Bank BPR Tridana Kencana, dengan melihat adanya beberapa kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ada pada BPR Tridana Kencana, Terutama Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap masyarakat di Jawa Timur, daerah Paiton Probolinggo, Situbondo dan sekitarnya, yang sebagian besarnya nasabahnya dari pertanian, Guru, sampai Pengusaha, begitupun dengan

<sup>8</sup> karyawan PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton, wawancara, 15 september 2023.

Kualitas Pelayanan mempermudah nasabah untuk berinteraksi. Kualitas Produk merupakan faktor yang sangat dominan terhadap keberhasilan suatu Bank, jika produk di Bank BPR tridana Kencana KC Paiton dapat diterima oleh nasabah maka nasabah akan merasa puas. Kualitas pelayanannya diterima dengan baik atau sesuai harapan nasabah, jadi nasabah Bank BPR itu merasa puas terhadap produk dan juga pelayanannya untuk itu nasabah Bank BPR Tridana Kencana ini menjadi loyal. Kualitas produk dan jasa (pelayanan), kepuasan pelanggan, dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat. Semakin tinggi tingkat kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan. Berdasarkan fenomena pada latar belakang masalah, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang tertuang dalam judul **“Pengaruh *Service Quality* Dan *Product Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton”**.

## **B. Rumusan Masalah**

Bagian ini akan mencantumkan semua rumusan masalah ya dicari jawabannya melalui proses penelitian. Perumusan masalah harus disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.<sup>9</sup> Dalam fokus penelitian ini akan membahas tentang “Pengaruh *Service Quality* Dan *Product Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton”. Dimana akan dijabarkan fokus penelitian sebagai berikut:

<sup>9</sup> Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: IAIN Jember Press, 2016), 37.

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton?

### C. Tujuan Penelitian

Secara umum tujuan penelitian adalah untuk menemukan. Mengembangkan dan membuktikan pengetahuan. Sedangkan secara khusus tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk menemukan, menemukan berarti sebelumnya belum pernah ada atau belum diketahui.<sup>10</sup> Maka dalam penelitian ini tujuan yang akan dicapai sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton.

<sup>10</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D (Bandung: Alfabeta, 2016), 290



#### D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai penelitian. adapun manfaat yang diharapkan dalam penelitian ini adalah:

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana untuk menambah pengetahuan di bidang keilmuan maupun pengembangan ilmiah dari penulis maupun pembaca tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a) Bagi penulis

Melakukan penelitian ini dapat memberikan banyak pengetahuan tentang lembaga bank syariah.

###### b) Bagi perusahaan

Penelitian ini dapat menjadi evaluasi perusahaan tentang kekurangan yang dimiliki serta dapat lebih mengembangkan perusahaan.

###### c) Bagi Lembaga

Sebagai tambahan pustaka yang dapat dimanfaatkan oleh mahasiswa UIN Khas Jember program studi Perbankan Syariah.

###### d) Bagi pembaca

Semoga dapat bermanfaat sebagai tambahan wacana bacaan serta tambahan informasi dan pengetahuan yang dimiliki.



## E. Ruang Lingkup Penelitian

### 1. Variabel Penelitian

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>11</sup> Adapun yang menjadi permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana Kc Paiton. Sehingga penulis membatasi ruang lingkup variabel sebagai berikut. Adapun ruang lingkup penelitian variabel. Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi penelitian suatu peneliti.<sup>12</sup> Yang digunakan:

#### a) Variabel Bebas (Independen)

Variabel bebas (independen) adalah variabel yang menjadi sebab atau merubah, timbul atau mempengaruhi variabel terikat (variable dependen) yang pada umumnya berada dalam urusan catatan waktu yang telah terjadi lebih dulu.<sup>13</sup> Adapun yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini dan yang disimbolkan dengan X1 adalah kualitas produk dan X2 kualitas pelayanan.

#### b) Variabel Terikat (Dependen)

Variabel dependen merupakan variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel ini sering disebut sebagai

<sup>11</sup> Ibid., 38.

<sup>12</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: Rineka Cipta Grafindo Persada, 2006), 118.

<sup>13</sup> Ibid., 61.

output, kriteria, konsekuen. Adapun yang menjadi variabel terikat dalam penelitian ini adalah yang disimbolkan dengan Y adalah kepuasan nasabah.

## 2. Indikator Variabel

Indikator variabel merupakan rujukan empiris dari variabel yang telah diteliti. Indikator ini nantinya akan dijadikan sebagai dasar membuat butirbutir atau item pertanyaan dalam angket, interview dan observasi.<sup>14</sup>

**Table 1**  
**Indikator Variabel**

Variabel	Indikator	Sumber Referensi
Kualitas Produk (X1)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Performance (kinerja)</li> <li>2. Durability (daya tahan)</li> <li>3. Conformance to specifications (kesesuaian)</li> <li>4. Features (fitur).</li> <li>5. Reliability (reliabilitas)</li> <li>6. Aesthetics (estetika)</li> <li>7. Perceived quality (kesan kualitas)</li> <li>8. Serviceability (Kemampuan Pelayanan)</li> </ol>	Agustino, Syaifullah (2020) <i>Pengaruh kualitas produk dan product knowledge terhadap Keputusan pembelian konsumen pada PT. Long Time</i>
Kualitas Pelayanan (X2)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tangibles (produk-produk fisik)</li> <li>2. Raliability (kehandalan)</li> <li>3. Responsiveness (daya tanggap)</li> <li>4. Assurance (jaminan)</li> <li>5. Empathy (empati)</li> </ol>	Intan Monica Alma Sangi, Lucky Franky Tamengkel, Danny D.S Mukuan (2022) <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana</i>

<sup>14</sup> Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: IAIN Jember Press, 2016), hal 39

Kepuasan Nasabah (Y)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Harapan (Expectation)</li> <li>2. Daya Guna (Performance)</li> <li>3. Perbandingan (Comparison)</li> <li>4. Penguat (Confirmation)</li> <li>5. Ketidaksesuaian (Discrepancy)</li> </ol>	Miming Okta Nur Aini (2018), <i>Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Keunggulan Produk terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah KCP Ponorogo</i>
----------------------	---	---

**Sumber:** Data diolah

## F. Definisi Operasional

### 1. Pengaruh

Merupakan daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang atau benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perubahan seseorang.

### 2. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

### 3. Kualitas Produk

Kualitas Produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil kinerja yang sesuai atau melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

### 4. Kepuasan Nasabah

Kepuasan adalah respon akan terpenuhinya ekspektasi konsumen. Itu adalah sebuah pertimbangan bahwa fitur dari sebuah produk atau jasa memberikan sebuah tingkat kenikmatan terpenuhinya ekspektasi konsumen.

### G. Asumsi Penelitian

Asumsi adalah pernyataan yang dapat di uji kebenarannya secara empiris berdasarkan pada penemuan, pengamatan dan percobaan dalam penelitian yang dilakukan sebelumnya. Jika berbicara mengenai asumsi, maka tidak terlepas keterkaitan antara asumsi, postulat, prinsip. Asumsi penelitian biasa disebut juga sebagai anggapan dasar atau postulat, yaitu sebuah titik tolak pemikiran yang kebenarannya diterima oleh peneliti. Anggapan dasar harus dirumuskan secara jelas sebelum peneliti melangkah mengumpulkan data.<sup>15</sup>

### H. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empirik.<sup>16</sup> Adapun hipotesis dalam penelitian ini:

1. Kualitas Produk terhadap kepuasan nasabah

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton.

<sup>15</sup> Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, 41

<sup>16</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, 64.

2. Kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

H<sub>2</sub>: Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton.

3. Kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

H<sub>a</sub>: Terdapat pengaruh secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton.

## I. Sistematika Pembahasan

Penulisan Sistematika Pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga pada bab penutup yang dapat dipahami oleh pembaca.

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab Awal yang berisi dasar penelitian yang terdiri dari: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, definisi operasional, asumsi penelitian, hipotesis, sistematika pembahasan.

### **BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN**

Bab ini membahas tentang kajian kepustakaan yang berisi: penelitian terdahulu dan kajian teori.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab yang berisi mengenai metode penelitian yang meliputi: pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel. Teknik dan instrument pengumpulan data, analisis data.

#### **BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS**

Bab ini membahas mengenai penyajian data dan analisis yang meliputi: gambaran objek penelitian, penyajian data, analisis dan pengujian hipotesis, pembahasan.

#### **BAB V PENUTUP**

Bab akhir yang membahas mengenai simpulan dan saran terhadap pembaca dan penulis.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan beberapa hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau terpublikasikan. Dengan melakukan langkah ini, maka dapat dilihat sejauh mana keaslian karya tulis, persamaan dan perbedaan yang hendak dilakukan.<sup>17</sup> Penelitian terdahulu perlu untuk dikaji sebab untuk menguasai teori yang relevan dengan topik atau masalah penelitian yang dipakai. Dengan penelitian ini ada beberapa penelitian terdahulu yang akan dilakukan penelitian, beberapa diantaranya sebagai berikut :

1. Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto, *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manado”*, (2018). Perbedaan penelitian ini terdapat pada variabel X (Harga). Persamaan pada variabel X (Kualitas Pelayanan), (Kualitas produk) dan Variabel Y (Kepuasan Pelanggan). Hasil penelitian Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado dapat diterima. Kualitas produk, secara

<sup>17</sup> Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, institute Agama Islam Negeri Jember, 81

parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado dapat diterima. Harga, secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado dapat diterima. Kualitas pelayanan, secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT. Air Manado dapat diterima.<sup>18</sup>

2. Fery Siswadi, Hari Muharam, Sufrin Haman, *“Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Perpustakaan Institut Pertanian Bogor”*, (2018). Perbedaan penelitian pada Variabel Y terdapat (loyalitas Pelanggan). Persamaan penelitian dengan peneliti terdapat pada Variabel X (kualitas Pelayanan) Variabel Y (kepuasan pelanggan). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh positif langsung Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan. Terdapat Pengaruh positif langsung Kepuasan terhadap Loyalitas. Terdapat pengaruh positif langsung Kualitas Pelayanan terhadap

<sup>18</sup> Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. AIR MANADO”, (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado, 2018).



Loyalitas. Terdapat pengaruh positif tidak langsung Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Loyalitas.<sup>19</sup>

3. Novianti, Endri, dan Darlius. "*Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan*", (2018).

Perbedaan penelitian pada variabel X (promosi) Variabel Y (loyalitas) Persamaan penelitian dengan peneliti Variabel X (Pelayanan) dan Variabel Y (kepuasan Pelanggan). Hasil penelitian hasil penelitian dan pembahasan, maka simpulan yang bisa diambil adalah bahwa kualitas layanan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan dan terhadap loyalitas pelanggan. Promosi secara langsung berpengaruh positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan, sedangkan terhadap loyalitas pelanggan, promosi berpengaruh negatif signifikan. Kepuasan pelanggan secara langsung berpengaruh positif dan signifikan dengan loyalitas pelanggan. Pengaruh tidak langsung juga disimpulkan signifikan dalam penelitian ini. Kualitas layanan juga mempunyai pengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Promosi mempunyai pengaruh tidak langsung positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan.<sup>20</sup>

4. Joko Bagio Santoso, "*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Konsumen (Studi Pada*

<sup>19</sup> Fery Siswadi , Hari Muharam, Sufrin Hannan, " Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Perpustakaan Institut Pertanian Bogor)", (Program Studi Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Pakuan, Bogor, 2018)

<sup>20</sup> Novianti, Endri, dan Darlius, "Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan" (Program Magister Manajemen – Universitas Satya Negara, Universitas Mercu Buana, 2018).

*Konsumen Geprek Benu Rawamangun*”, (2019). Perbedaan penelitian ini pada Variabel X (Harga) dan (Promosi) sedangkan Variabel Y (Loyalitas pelanggan). Persamaan penelitian dengan peneliti Variabel X (pelayanan dan produk) Variabel Y (Kepuasan Pelanggan). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, yaitu sebesar 0,292. kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yaitu sebesar 0,009. harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yaitu sebesar 0,000. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, yaitu sebesar 0,080, kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, yaitu sebesar 0,003, harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, yaitu sebesar 0,015, kepuasan konsumen berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, yaitu sebesar 0,000, kualitas produk tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen harga berpengaruh terhadap loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen.<sup>21</sup>

5. Muhammad Ryan Fauzi, “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Untuk Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*”. (2019). Perbedaan pada penelitian ini pada Variabel X (inovasi Promosi) variabel Y (Loyalitas pelanggan). Persamaan penelitian dengan peneliti pada variabel X (kualitas produk) dan (pelayanan) Variabel Y (kepuasan pelanggan). Hasil Penelitian

<sup>21</sup> Joko Bagio Santoso, " pengaruh kualitas produk kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen (studi pada konsumen geprek benu Rawamangun)". (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, 2019).

berdasarkan hasil analisis, ditemukan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, dan inovasi produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen. Implikasi teoritis yang diperoleh adalah berupa kontribusi teori mengenai loyalitas pelanggan khususnya dalam hal komitmen, pembelian ulang, dan pemberian rekomendasi kepada pelanggan lain, sedangkan implikasi praktisnya untuk memberikan evaluasi terhadap perusahaan untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan, kualitas produk, serta inovasi produk agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang kemudian akan meningkatkan loyalitas pelanggan.<sup>22</sup>

6. Abdul Gofur, “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan*”, (2019). Perbedaan dari penelitian variabel X (harga). Persamaan penelitian dengan peneliti variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan nasabah). Hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan secara parsial kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu perusahaan wajib memperbaiki dan meningkatkan kualitas pelayanan secara terus menerus untuk menarik konsumen agar merasa nyaman dan senang ketika berbelanja. Perusahaan juga perlu mempertimbangkan kebijakan

<sup>22</sup> Muhammad Rian Fauzi, "pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan inovasi produk terhadap kepuasan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan, 2019).

penetapan harga agar disesuaikan dengan para kompetitor lainnya terutama berorientasi dengan manfaat yang dirasakan oleh pelanggan, agar terciptanya kepuasan pelanggan yang nantinya diharapkan dapat meningkatkan penjualan Perusahaan.<sup>23</sup>

7. Ika Puspita Ardani, “ *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Serba Bisa Pada PD. BPR BKK Kota Semarang Periode Juni 2019*”. (2020). Perbedaan penelitian pada Variabel X (Harga) Persamaan penelitian dengan peneliti Variabel X (kualitas pelayanan) dan (Produk) sedangkan variabel Y (Kepuasan Nasabah). Hasil dari penelitian ini melihat dari hasil uji F menunjukkan bahwa kualitas layanan, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Kredit Serba Bisa pada PD. BPR BKK Kota Semarang. Selanjutnya hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas layanan, kualitas produk, dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Kredit Serba Bisa pada PD. BPR BKK Kota Semarang. Hal tersebut didasarkan pendahuluan Variabel kualitas layanan, kualitas produk, dan harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Kredit Serba Bisa pada PD. BPR BKK Kota Semarang Periode Juni 2019. Variabel kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Kredit Serba Bisa pada PD. BPR BKK Kota Semarang Periode Juni 2019. Variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap

<sup>23</sup> Abdul Gofur, "Pengaruh kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Fakultas ilmu administrasi institut ilmu sosial dan manajemen stiami Jakarta, 2019).

kepuasan nasabah Kredit Serba Bisa pada PD. BPR BKK Kota Semarang Periode Juni 2019. Variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Kredit. Serba Bisa pada PD. BPR BKK Kota Semarang Periode Juni 2019.<sup>24</sup>

8. Shanaz Amarin, Tri Indra Wijaksana, "*Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung)*", (2021). Perbedaan penelitian pada variabel X (kualitas sistem dan kualitas informasi). Persamaan Penelitian dengan peneliti pada Variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan Nasabah). Hasil penelitian dari pengujian koefisien determinasi didapat nilai R-Square adalah 74,5%. Sementara itu sisanya, 25,5% dapat disebabkan pengaruh variabel yang tidak meliputi untuk diteliti pada penelitian ini. Kualitas informasi dan kualitas layanan terbukti secara parsial memiliki kaitan parsial terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai signifikan  $< 0,005$ . Sedangkan kualitas sistem tidak berkaitan parsial atas kepuasan konsumen. Kualitas informasi memiliki nilai signifikan 0,000, kualitas informasi signifikansi bernilai 0,002, serta kualitas sistem signifikansi bernilai 0,238. Kualitas sistem, kualitas informasi, dan kualitas layanan terbukti memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen diperoleh nilai f hitung 5,546

<sup>24</sup> Ika Puspita, Ardani jati Handayani, (2020), "Pengaruh kualitas layanan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan nasabah kredit serba bisa pada PD BPR BKK kota Semarang periode Juni 2019

dengan nilai signifikansi 0,001. Karena nilai  $f$  hitung  $(5,546) > (2,67)$ , serta signifikansi  $(0,001) < 0,005$ .<sup>25</sup>

9. Ibnu Haris Nasution, Agtovia Frimayasa, “*Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. Bank Rakyat Indonesia KCP Kota Wisata Kabupaten Bogor*”, (2022). Pengumpulan data diambil dari hasil penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Itu Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Accidental Metode pengambilan sampel dan penelitian ini menggunakan linier berganda teknik analisis data regresi. Perbedaan penelitian pada Variabel X (Promosi). Persamaan penelitian Variabel X (Kualitas Pelayanan dan Produk) sedangkan Variabel Y (Kepuasan Nasabah). Hasil penelitian Variabel Kualitas Produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah pada BRI KCP Kota wisata. Variabel Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada BRI KCP Kota wisata. Variabel Kualitas Layanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Nasabah pada BRI KCP Kota wisata. Variabel Kualitas Produk dan Promosi secara bersamaan mempunyai pengaruh yang berbeda terhadap Loyalitas Nasabah pada BRI KCP Kota wisata.<sup>26</sup>

<sup>25</sup> Shanaz Amarin, Tri Indra Wijaksana, "Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung)", (Administrasi Bisnis, Universitas Telkom, Bandung, 2021)

<sup>26</sup> Ibnu Haris Nasution, Agtovia Frimayasa, “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. Bank Rakyat Indonesia KCP Kota Wisata Kabupaten Bogor”, (Universitas Dian Nusantara, Jakarta, 2022)

10. Cynthia Monica, “ *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Nagari*”, (2023), Perbedaan pada penelitian ini dengan variabel X (Tangible, Reliability, Responsiveness, Emphaty, Assurance). Persamaan penelitian ini dengan peneliti Variabel Y (kepuasan Nasabah). Hasil penelitian Tangible/Bukti Fisik (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh, artinya semakin baik Tangible/bukti fisik bagi nasabah maka kepuasan nasabah Bank Nagari semakin meningkat. Reliability/Keandalan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh, artinya semakin baik Reliability/Keandalan bagi nasabah maka kepuasan nasabah Bank Nagari semakin meningkat. Responsiveness/Ketanggapan (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh, artinya semakin baik Responsiveness/Ketanggapan bagi nasabah maka kepuasan nasabah Bank Nagari semakin meningkat. Emphaty/Empati (X4) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh, artinya semakin baik Emphaty/Empati bagi nasabah maka kepuasan nasabah Bank Nagari semakin meningkat. Assurance/Jaminan (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah Bank Nagari cabang Muaralabuh, artinya semakin baik Assurance/Jaminan bagi nasabah maka kepuasan nasabah Bank Nagari semakin meningkat.<sup>27</sup>

---

<sup>27</sup> Cynthia Monica, "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada bank nagari".  
digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id digilib.uinkhas.ac.id



**Table 2**  
**Penelitian yang Relevan**

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Fery Siswadi (2018)	<i>Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan, (Studi pada Perpustakaan Institut Pertanian Bogor).</i>	Persamaan penelitian dengan peneliti terdapat pada Variabel X (kualitas pelayanan) Variabel Y (kepuasan pelanggan)	Perbedaan penelitian pada Variabel Y terdapat (Loyalitas Pelanggan)
2.	Novianti (2018)	<i>Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan.</i>	Persamaan penelitian dengan peneliti variabel X (pelayanan) dan variabel Y (kepuasan pelanggan)	Perbedaan penelitian pada variabel X (Promosi) Variabel Y (Loyalitas)
3.	Freekley Steyfli Maramis (2018)	<i>Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Air Manado.</i>	Persamaan pada variabel X (Kualitas Pelayanan), (Kualitas produk) dan Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).	Perbedaan penelitian ini terdapat pada variabel X ( Harga)
4.	Joko Bagio Santoso (2019)	<i>Pengaruh kualitas produk kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen (studi pada konsumen geprek bensu Rawamangun).</i>	Persamaan penelitian dengan peneliti Variabel X (pelayanan dan produk) Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	Perbedaan penelitian ini pada Variabel X (Harga) dan (Promosi) sedangkan Variabel Y (Loyalitas pelanggan)
5.	Muhammad ryan fauzi (2019)	<i>Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan inovasi produk terhadap</i>	Persamaan penelitian dengan peneliti pada variabel X	Perbedaan pada penelitian ini pada Variabel X (inovasi Promosi)

(Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi KB P2) dan Akademi Keuangan dan Perbankan Padang, 2023).



		<i>kepuasan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.</i>	(kualitas produk) dan (pelayanan) Variabel Y (kepuasan pelanggan)	variabel Y (loyalitas pelanggan)
6.	Abdul Gofur (2019)	<i>Pengaruh kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan.</i>	Persamaan penelitian dengan peneliti variabel X (kualitas pelayanan) dan/1 variabel Y (kepuasan nasabah)	Perbedaan dari penelitian variabel X (harga)
7.	Ika Puspita Ardani (2020)	<i>Pengaruh kualitas layanan kualitas produk dan harga terhadap kepuasan nasabah kredit serba bisa pada PD BPR BKK kota Semarang periode Juni 2019.</i>	Persamaan penelitian dengan peneliti Variabel X (kualitas pelayanan) dan (Produk) sedangkan variabel Y (Kepuasan Nasabah)	Perbedaan penelitian pada Variabel X (Harga)
8.	Shanaz Amarin (2021)	<i>Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung).</i>	Persamaan Penelitian dengan peneliti pada Variabel X (kualitas pelayanan) dan variabel Y (kepuasan Nasabah)	Perbedaan penelitian pada variabel X (kualitas sistem dan kualitas informasi)
9.	Ibnu Haris Nasution (2022)	<i>Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT. Bank Rakyat Indonesia KCP Kota Wisata Kabupaten Bogor.</i>	Persamaan penelitian Variabel X (Kualitas Pelayanan dan Produk) sedangkan Variabel Y (Kepuasan Nasabah).	Perbedaan penelitian pada Variabel X (Promosi).
10.	Chintia Monica	<i>Pengaruh Kualitas Pelayanan</i>	Persamaan penelitian ini	Persamaan penelitian

	(2023)	<i>Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Nagari.</i>	dengan peneliti Variabel Y (kepuasan nasabah)	penelitian ini dengan variabel X (Tangible, Reliability, Responsiveness, Empathy, Assurance)
--	--------	--	--	--

## B. Kajian Teori

Bagian ini tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai dasar pinjakan dalam penelitian. Pembahasan secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan penelitian dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.<sup>28</sup>

### 1. Kualitas Pelayanan

Kata pelayanan, secara etimologis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”.

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Kualitas Pelayanan merupakan “suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan servis yang dihasilkan perusahaan”. Loyalitas pelanggan akan semakin tinggi apabila semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.<sup>29</sup>

<sup>28</sup> Tim Penyusun, Pedoman Penulisan Karya Ilmiah, 81

<sup>29</sup> Alma, Buchari. (2018). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta. . (2018). hal 286

Metode *Service Quality* (SERVQUAL) membagi kualitas pelayanan kedalam 5 (lima) dimensi kualitas layanan yang dikembangkan oleh Parasuraman et.al, yaitu:

- a. *Tangible* yaitu meliputi penampilan dan performansi dari fasilitas-fasilitas fisik, peralatan, personal, dan material-material komunikasi yang digunakan dalam proses penyampaian layanan.
- b. *Reliability* yaitu meliputi kemampuan pihak penyedia jasa dalam memberikan jasa pelayanan secara tepat dan akurat sehingga konsumen dapat mempercayai dan mengandalkannya.
- c. *Responsive* meliputi kemauan atau keinginan pihak penyedia untuk segera memberikan bantuan pelayanan yang dibutuhkan dengan tanggap.
- d. *Assurance*, yaitu pemahaman dan sikap sopan santun dari layanan (contact personal) dikaitkan dengan kemampuan mereka dalam memberikan keyakinan kepada konsumen bahwa pihak penyedia jasa mampu memberikan pelayanan dan sebaik-baiknya.
- e. *Empaty*, yaitu pemahaman karyawan terhadap kebutuhan konsumen serta perhatian yang diberikan oleh karyawan.<sup>30</sup>

## 2. Kualitas Produk

Setiap organisasi (baik profit maupun non-profit) didirikan dengan tujuan-tujuan tertentu, di antaranya meraih laba, mendapatkan pangsa pasar spesifik, mempertahankan eksistensi, meraih tingkat penjualan

<sup>30</sup>Algifari, Mengukur Kualitas Layanan dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance Performance Analysis (IPA) dan Model Kano, Yogyakarta:BPFE

tertentu, mencapai tingkat pertumbuhan tertentu, memberikan pelayanan sosial, dan sebagainya. Dalam rangka merealisasikan tujuan tersebut, organisasi atau produsen berupaya menghasilkan suatu produk (baik yang bersifat konkrit maupun abstrak) yang kemudian ditawarkan kepada pasar individual maupun organisasional.<sup>31</sup>

Produk adalah suatu barang nyata yang dapat terlihat atau berwujud dan bahkan dapat dipegang yang dirancang untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen seperti computer, mobil, gosok gigi, makanan dan lain-lain. Produk dapat didenifikasikan sebagai hasil produksi yang meliputi konsep total. Secara terpadu konsep tersebut meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminannya.<sup>32</sup>

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.<sup>33</sup> Dalam dunia perbankan di mana produk yang dihasilkan berbentuk jasa, maka ciri-ciri produk yang berbentuk jasa adalah sebagai berikut:

- a. Tidak berwujud, artinya tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli atau dikonsumsi. Oleh karena itu, jasa tidak memiliki wujud tertentu sehingga harus dibeli dahulu.

<sup>31</sup> Tjiptono. Pemasaran Jasa. CV. Andi Offset. Yogyakarta, 2014: 104)

<sup>32</sup> Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran, 232

<sup>33</sup> Kotler, P. dan G. Amstrong. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi Ketiga belas. Jilid 1. Erlangga. Jakarta, (2012: 283),

- b. Tidak terpisahkan, artinya antara si pembeli jasa dengan si penjual jasa saling berkaitan satu sama lainnya, tidak dapat dititipkan melalui orang lain.
- c. Beraneka ragam, artinya jasa dapat diperjualbelikan dalam berbagai bentuk atau wahana seperti tempat, waktu, atau sifat.
- d. Tidak tahan lama, artinya jasa tidak bisa disimpan begitu saja, jika dibeli maka harus segera dikonsumsi.<sup>34</sup>

Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Dimensi kualitas produk yaitu sebagai berikut:

- a. Kinerja (performance)  
Berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- b. Daya tahan (durability)

Merupakan umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.

<sup>34</sup> Kasmir, Pemasaran Bank, Edisi Revisi. Kencana, Jakarta. ( 2008: 123):

c. Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specification)

Yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.

d. Fitur (features)

Merupakan karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.

e. Reliabilitas (reliability)

Merupakan probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.

f. Estetika (aesthetic)

Berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.

g. Kesan Kualitas (perceived quality)

Merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan negara asal.<sup>35</sup>

<sup>35</sup> Santosa, A. 2012. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hasil Produksi “Tjiwi Kimia” di Surabaya Selatan. Media Mahardhika 9(3): 41-57.

Peningkatan kualitas produk merupakan suatu yang sangat penting, dengan demikian produk perusahaan semakin lama semakin tinggi kualitasnya. Apabila peningkatan kualitas produk dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dapat tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen.

Era ini dapat berdampak buruk bagi pemerintah yang gagap dan tidak bisa memanfaatkan perkembangan teknologi yang cepat. Pemanfaatan teknologi di berbagai bidang salah satunya di bidang ekonomi, mendorong kita berfikir keras untuk mengeluarkan inovasi-inovasi agar tidak tertelan seiring perkembangan zaman.<sup>36</sup>

Aplikasi layanan yang diluncurkan oleh bank adalah pelayanan online untuk memudahkan layanan sehari-hari mulai dari tabungan, membayar cicilan sampai pada kebutuhan pulsa, listrik dan yang lain menggunakan satu aplikasi. Sehingga, melalui aplikasi ini transaksi menjadi lebih mudah dan biaya juga murah.<sup>37</sup>

### 3. Kepuasan Nasabah

Setiap perusahaan terutama perusahaan perbankan pasti memiliki tujuan untuk menciptakan kepuasan pelanggan atau nasabah secara umum kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena perbandingan kinerja yang diperoleh produk atau

<sup>36</sup> Nurul setianingrum, "Tansformasi Digital Sebagai Inovasi Layanan Prima BSI Kepada Nasabah" (vol 1, jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital, 2024) hal 612

<sup>37</sup> Nikmatul Masruroh, Ilfanny Dwi Azalia, Miftahul Jannah, Julia Citra Anggraini "LITERASI SISTEM TRANSFORMASI DIGITAL DALAM OPTIMALISASI LAYANAN NASABAH", (vol 2, jurnal abdi masyarakat, 2024), hal 2

hasil terhadap ekspektasi mereka, jika terhadap kinerja mereka mengalami kegagalan maka berdampak pada suatu nasabah yang tidak merasa puas atas kinerja yang telah dilakukan karyawan pada perusahaan tersebut begitupun sebaliknya ketika kinerja karyawan pada perusahaan sesuai dengan ekspektasi pelanggan maka pelanggan akan merasa sangat puas dan senang.<sup>38</sup>

Melihat pada situasi yang saat ini banyak persaingan antara perusahaan satu dengan yang lainnya kinerja suatu perusahaan harus ditingkatkan dalam memenuhi kepuasan pelanggan, pelanggan akan tetap bertahan pada perusahaan tersebut jika merasa puas akan produk yang ditawarkan oleh perusahaan, apabila kinerja perusahaan kecil maka sedikit kemungkinan perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih besar.

Menurut Sumarwan, kepuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.<sup>39</sup>

Kotler, Zeitham, Berry, dan Parasuraman menyatakan kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah ia membandingkan antara kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

<sup>38</sup> Rambat Lupiyoadi, Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi (Jakarta: Salemba Empat, 2014), 139

<sup>39</sup> Ujang Sumarwan, Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2003), 32.



Menurut Engel kepuasan pelanggan merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedang ketidakpuasan timbul bila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan.<sup>40</sup>

Dari beberapa definisi yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengonsumsi atau menggunakan produk yang dibeli.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah antara lain:

- a. Kualitas produk, pelanggan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk tersebut ternyata kualitas produknya baik.
- b. Harga, untuk pelanggan yang sensitive, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan value for money yang tinggi.
- c. Service Quality, kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Kualitas pelayanan merupakan driver yang mempunyai banyak dimensi, salah satunya yang populer adalah Servqual.
- d. Emotional Factor, pelanggan akan merasa puas (bangga) karena adanya emosional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

<sup>40</sup> Tjiptono, Engel. Strategi Pemasaran. CV. Andi Offset, Yogyakarta {2007:24}

- e. Biaya dan kemudahan, pelanggan akan semakin puas apabila relative mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.<sup>41</sup>



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>41</sup> Hendy Irawan Junandi, *Kepuasan Pelayanan Jasa* (Jakarta: Erlangga, 2004), 37.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian Kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.<sup>42</sup>

Jenis penelitian ini adalah penelitian *asosiatif*. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih.<sup>43</sup> Penelitian ini mencari pengaruh antara variabel bebas Kualitas Produk dan Kualitas Layanan (X), terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y).

#### B. Populasi Dan Sampel

Pengertian populasi dan sampel juga dijelaskan oleh Nursalam. Beliau menjelaskan bahwa populasi merupakan suatu keseluruhan dari variabel penting yang akan diteliti.<sup>44</sup> Populasi dalam penelitian ini bersifat *infinite* yang berarti tidak terbatas, tidak terhingga atau jumlahnya tidak diketahui.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling insidental*. Sampling insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel,

<sup>42</sup> Kuntjojo. Metodologi Penelitian. Bandung: Remaja Karya. (2008:149)

<sup>43</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. (Bandung: Alfabeta 2016) 112

<sup>44</sup> Nursalam Pariani, Pendekatan Praktis Metodologi Riset Keperawatan. (Sagung Seto, Jakarta. 2003) 91

bila di pandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.<sup>45</sup>

Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah para nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton.

Penentuan jumlah responden dalam penelitian ini dapat dilakukan berdasarkan beberapa cara. Salah satu adalah berdasarkan pendapat Ferdinand bahwa dalam menentukan jumlah sampel yang *representative* adalah tergantung pada jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Syarat jumlah sampel 100 hingga 200 responden.<sup>46</sup> Dengan sampel minimal 100 responden, sehingga jumlah sampel yang representatif pada penelitian ialah  $18 \times 6 = 108$  responden.

### C. Teknik Dan Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner (Angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan terbuka atau tertutup dan dapat diberikan kepada responden secara langsung ataupun tidak langsung.<sup>47</sup>

Pengukuran data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok kejadian atau gejala sosial.<sup>48</sup>

<sup>45</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Bisnis (Bandung: Alfabeta, 2018), 144.

<sup>46</sup> Ferdinand Augusty, Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen (Semarang: Universitas Diponegoro, 2006), 191.

<sup>47</sup> Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. (Bandung: Alfabeta 2016) 118

<sup>48</sup> Ridwan dan Sunarto, Pengantar Statistika (Bandung: Alfabeta, 2013), 20.

Sedangkan skalanya ialah skala likert yang memiliki tujuan untuk menilai dan sebagai indikator ukur dari respon, pendapat para responden. Pengambilan sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling.<sup>49</sup>

**Table 3**  
**Skala Likert**

Pertanyaan	Skala Positif
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

**Sumber:** Data diolah

#### **D. Analisis Data**

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan bagian menguraikan jenis analisis statistic yang digunakan. Dilihat dari metodenya, ada dua jenis statistic yang dipilih, statistic deskriptif dan inferensial. Dalam ststistik inferensial terdapat statistik parametrik dan non parametrik.<sup>50</sup>

##### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji data yang menggunakan daftar pernyataan dan kuesioner untuk melihat pertanyaan dalam kuisisioner yang di isi oleh responden tersebut layanan atau belum pertanyaan-pertanyaan digunakan untuk mengambil data.

<sup>49</sup> Siti Indah Purwaning Yuwana, "Pengaruh Brand Pride, Web Desain Quality, E-service Quality Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention E-Commerce Shoppe Pada Konsumen Milenial Mahasiswa Febi UIN Khas Jember" (Vol 3, ekonomi dan bisnis islam) hal 114

<sup>50</sup> Tim Penyusun Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember, 82

a. Uji Validitas

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu kuesioner dianggap valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh peneliti. Dengan demikian, pada prinsipnya uji validitas berguna untuk mengukur apakah pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner yang telah di buat betul-betul mampu mengukur apa yang hendak diteliti. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pearson correlation. Pengujian validitas instrument dilakukan dengan menggunakan statistik dengan kriteria berikut:

1. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut dinyatakan valid.
2. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.<sup>51</sup>

b. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas menunjukkan konsistensi dari suatu skor (skala pengukuran). Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Butir kuesioner dikatakan reliable (layak) jika cronbach's alpha  $> 0,60$  dan dikatakan tidak reliabel jika cronbach's alpha  $< 0,60$ .<sup>52</sup>

<sup>51</sup>Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. (Yogyakarta: Universitas Diponegoro. 2013),52

<sup>52</sup> Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. (Yogyakarta: Universitas Diponegoro. 2013),47

## 2. Uji Asumsi Klasik

Untuk mendapatkan model regresi yang baik harus terbebas dari penyimpangan data terdiri dari normalitas dan heteroskedastisitas dan multikolonieralitas. Uji asumsi klasik yang digunakan sebagai berikut:

### a. Uji Multikolinearitas

Bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independen.<sup>53</sup> Uji multikolinearitas diukur dengan menggunakan nilai VIF (Variance Inflation Factor) dan nilai tolerance. Jika nilai VIF kurang dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10, maka tidak terjadi multikolinearitas.<sup>54</sup>

### b. Uji Heteroskedastisitas

Berarti ada varian variabel pada model regresi yang tidak sama (konstan). Sebaliknya jika varian variabel pada model regresi memiliki nilai yang sama (konstan) maka disebut dengan homoskedastisitas. Yang diharapkan pada model regresi adalah yang homoskedastisitas. Masalah heteroskedastisitas sering terjadi pada penelitian yang menggunakan data *cross-section*. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik scatterplot, yaitu jika plotting titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu

<sup>53</sup> Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. (Yogyakarta: Universitas Diponegoro. 2013),103

<sup>54</sup> Gujarati, D. N. Dasar-Dasar Ekonometrika, Terjemahan Mangunsong, R. C. (Jakarta: Salemba, 2012), 432

tempat, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.<sup>55</sup>

c. Uji Normalitas

Uji Normalitas merupakan syarat dalam analisis parametric dimana distribusi data harus normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov untuk mengetahui apakah distribusi data pada tiap-tiap variabel normal atau tidak. Jika nilai probabilitas (asymtotic significance) pada uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 maka residual berdistribusi normal. Sebaliknya bila nilai signifikansi pada uji *Kolmogorov-Smirnov* lebih kecil dari 0,05 maka residual tidak berdistribusi normal.<sup>56</sup>

3. Analisis Agresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda diperlukan guna mengetahui koefisien-koefisien regresi serta signifikan sehingga dapat dipergunakan untuk menjawab hipotesis.

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan

- Y = Kepuasan Nasabah  
 A = Nilai intercept constant  
 X1 = Variabel Kualitas Produk  
 X2 = Variabel Kualitas Pelayanan  
 $\beta_1 \beta_2$  = Koefisien Regresi Variabel Bebas  
 e = Standart Error Tingkat Kesalahan

<sup>55</sup> Ibid., 95.

<sup>56</sup> Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. (Yogyakarta: Universitas Diponegoro. 2013),154



#### 4. Koefisien Determinasi $\{R^2\}$

Determinan ( $R^2$ ) pada dasarnya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0-1. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

#### 5. Uji Hipotesis

##### a. Analisis Uji Signifikan Parsial (Uji T-Test)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan

variabel dependen. Adapun hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$H_0$  = variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen kepuasan nasabah.

$H_a$  = variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah.

Dasar pengambilan keputusannya dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

1) Jika probabilitas  $t > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

2) Jika probabilitas  $t < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Cara kedua uji t dalam penelitian ini adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Adapun dasar pengambilan keputusannya adalah:

b. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F pada dasarnya untuk menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/variabel terikat. Adapun hipotesis yang digunakan adalah:

$H_0$  = variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) tidak berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah.

$H_a$  = variabel independen (kualitas produk dan kualitas pelayanan) berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah.

Dasar pengambilan keputusannya dengan menggunakan angka probabilitas signifikansi, yaitu:

- 1) Jika probabilitas  $f > 0,05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.
- 2) Jika probabilitas  $f < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

Selain itu dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai F hitung dengan F tabel. Adapun dasar pengambilan yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1)  $F_{hitung} > F_{tabel}$  = maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
- 2)  $F_{hitung} < F_{tabel}$  = maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## BAB IV

### PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

#### A. Gambaran Obyek Penelitian

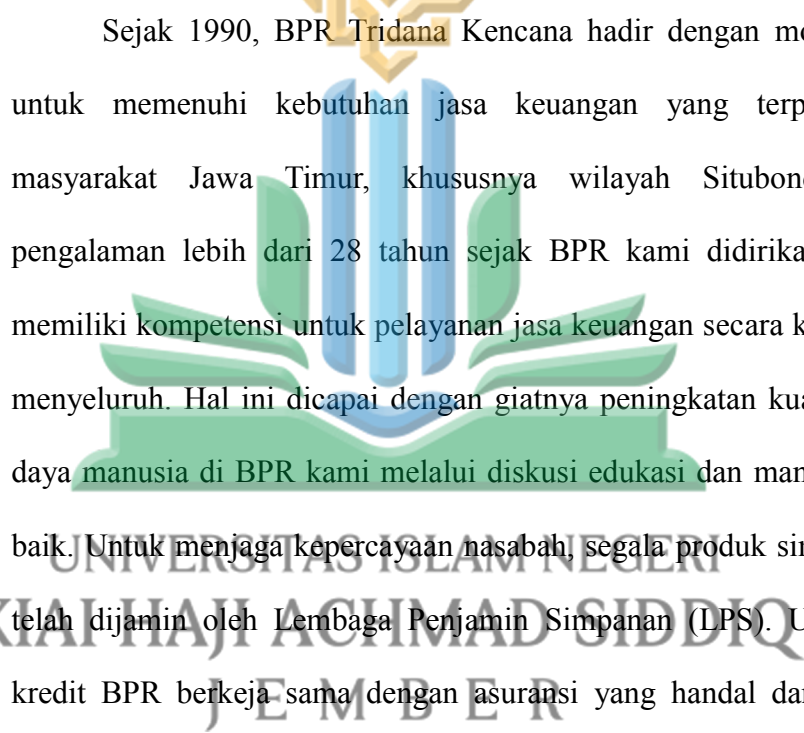
Gambaran obyek penelitian mendeskripsikan gambaran umum obyek penelitian dan diikuti oleh sub-sub bahasan disesuaikan dengan masalah yang akan diteliti.

##### 1. Sejarah PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton

Pada tanggal 23 Mei 1990, BPR Tridana Kencana dan mulai beroperasi di kantor pusat beralamat Jl. Raya Panji. Modal awal BPR Tridana Kencana berasal dari keluarga Tan Tjek Yam, dapat dikatakan BPR Tridana Kencana merupakan perusahaan keluarga yang kemudian di mandatkan kepada salah seorang dari mereka yaitu Bapak Andi Sudarno S.E yang menjabat sebagai Direktur Utama. Pada masa ini, terjadi perubahan kepemimpinan pada struktur organisasi perusahaan. Ongko Dwitanto yang masih merupakan anggota dari keluarga Tan Tjek Yam mengambil alih saham mayoritas perusahaan dan secara otomatis membuat Bapak Ongko Dwi tanto berkedudukan sebagai pemegang saham mayoritas dan sekaligus komisaris utama. Dan pada tahun 2009, kantor pusat pindah kepertokoan Tanjung Sari Situbondo. Pada tahun 2011, BPR Tridana Kencana membuka cabang pertama dengan pembukaan cabang Bajulmati, Banyuwangi.

Pada Tahun 2013, BPR Tridana Kencana membuka kantor kas di Besuki, hal ini guna menjangkau nasabah-nasabah yang berlokasi jauh dari

kantor pusat BPR Tridana Kencana di Situbondo. Pada tahun 2014, kembali BPR tridana Kencana membuat langkah baru dengan pembukaan cabang di Paiton, Probolinggo. Hal ini sekaligus membuktikan bahwa dari tahun ke tahun BPR Tridana Kencana semakin dipercaya oleh masyarakat.<sup>57</sup>



Sejak 1990, BPR Tridana Kencana hadir dengan motivasi tinggi untuk memenuhi kebutuhan jasa keuangan yang terpercaya bagi masyarakat Jawa Timur, khususnya wilayah Situbondo. Dengan pengalaman lebih dari 28 tahun sejak BPR kami didirikan, staf kami memiliki kompetensi untuk pelayanan jasa keuangan secara kompeten dan menyeluruh. Hal ini dicapai dengan giatnya peningkatan kualitas sumber daya manusia di BPR kami melalui diskusi edukasi dan manajemen yang baik. Untuk menjaga kepercayaan nasabah, segala produk simpanan kami telah dijamin oleh Lembaga Penjamin Simpanan (LPS). Untuk produk kredit BPR berkeja sama dengan asuransi yang handal dan terpercaya, sehingga BPR Tridana Kencana dapat memberikan pelayanan yang cepat dan aman dengan prosedur pelayanan yang mudah.

Kantor BPR menyediakan penyaluran kredit untuk pembiayaan modal kerja ataupun pembiayaan lainnya. Selain produk yang diperuntukkan bagi masyarakat luas, Kantor BPR juga melayani jasa apengiriman uang yang berhubungan dengan bank umum ataupun BPR lain. Selain itu, BPR Tridana Kencana memiliki beberapa produk

---

<sup>57</sup> Sejarah Tridana Kencana <https://bprtridanakencana.co.id>

unggulan, diantaranya: Program Kredit yang terdiri dari 3 varian (Kredit sistem flat, kredit sistem pokok jatuh tempo dan, kredit sistem rekening koran), Produk Deposito berjangka yang terdiri dari (1 bulan, 3 bulan, 6 bulan, 12 bulan dan, lebih dari 12 bulan) serta produk tabungan.

## 2. Visi dan Misi Perusahaan

### a. Visi PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton

- 1) Menjadikan PT BPR Tridana Kencana yang terdepan, sehat dan terpercaya dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat

### b. Misi PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton

- 1) Memberikan pelayanan cepat dan terpercaya kepada nasabah.
- 2) Mendukung program kerja pemerintah untuk mengembangkan UMKM melalui penghimpunan dana masyarakat dan menyalurkan

kembali dalam bentuk pinjaman.

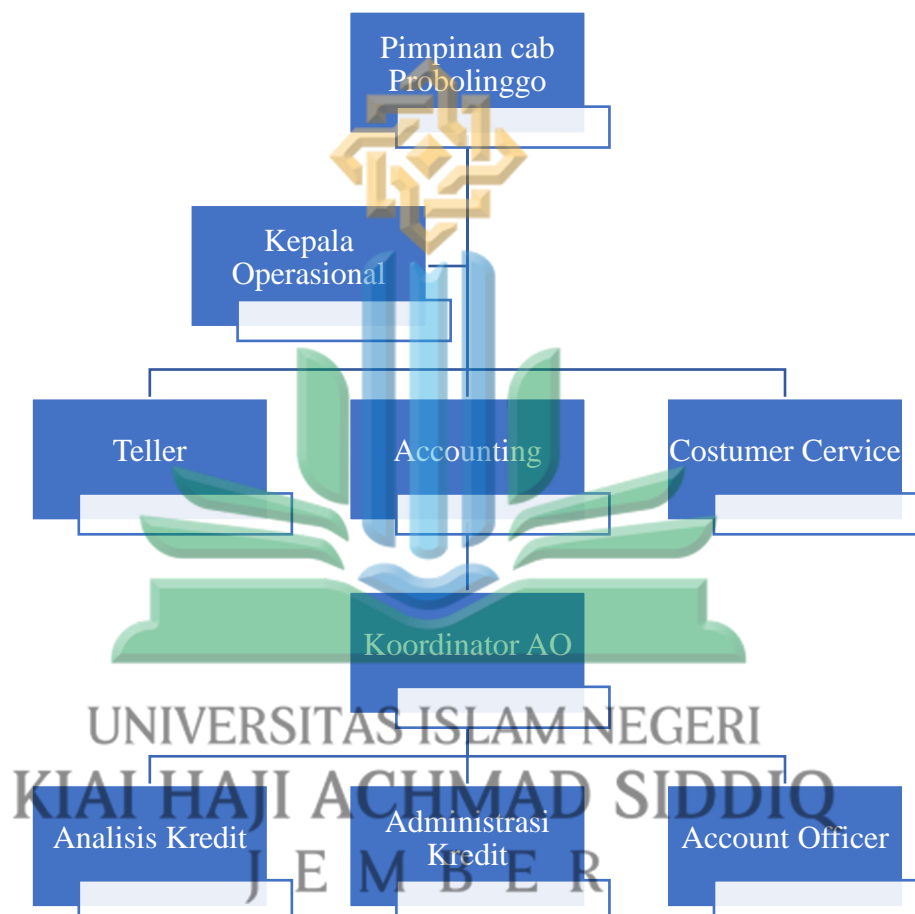
- 3) Meningkatkan nilai saham perusahaan untuk memberikan rasa aman dan kesejahteraan kepada para pengurus dan seluruh karyawan Perusahaan.

- 4) Menjaga sinergi dengan lembaga-lembaga keuangan yang lain dan bersama membangun perekonomian daerah.<sup>58</sup>

<sup>58</sup> <https://bprtridanakencana.co.id/tentang-perusahaan/>

### 3. Struktur Organisasi PT. BPR Tidana Kencana KC Paiton

**Gambar 1**  
**Struktur Organisasi**



### 4. Tugas Masing-Masing Bagian pada PT. BPR Tridana Kencana KC

#### **Paiton**

Tugas pokok merupakan hal-hal yang harus bahkan wajib dikerjakan oleh seorang anggota organisasi atau pegawai dalam suatu instansi secara rutin sesuai dengan kemampuan yang dimilikinya untuk menyelesaikan program kerja yang telah dibuat berdasarkan tujuan. Berikut

tugas pokok yang berada pada Bank Perkreditan Rakyat Tridana Kencana Kantor Cabang Paiton.<sup>59</sup>

a. Pimpinan Kantor Cabang

- 1) Memimpin dan bertanggung jawab atas harta kekayaan bank yang berada dibawah wewenang dan tanggung jawabnya seta mengawasi seluruh kegiatan pelayanan nasabah, pemasaran produk-produk yang sudah ada dan yang baru, pencarian nasabah dan pembinaan nasabah yang ada.
- 2) Memelihara disiplin kantor, motivasi kerja dan moral pegawai yang dibawahnya, menilai, mempromosikan, mengusulkan pendidikan dan latihan serta menetapkan sanksi sesuai dengan wewenangnya dengan berpedoman pada ketentuan yang sudah diatur.
- 3) Memeriksa, menilai, membina dan memantau kredit yang diberikan sesuai dengan wewenang yang diberikan serta memeriksa dokumen lainnya.
- 4) Menandatangani surat-surat berharga atas nama bank serta memo-memo/warkat-warkat yang telah ditandatangani oleh pejabat yang berwenang dalam kegiatan bank.
- 5) Menetapkan dan menyetujui serta memerintahkan kepada pejabat yang berwenang untuk melakukan penarikan, penyetoran dan pemindah bukuan.

<sup>59</sup> Hasil wawancara Kepala Operasional Bank Perkreditan Rakyat Tridana Kencana Kc Paiton 5 Mei



6) Menetapkan, memutuskan dan menyetujui serta memerintahkan pembayaran dalam rangka realisasi kredit yang diberikan kepada calon nasabah bank dalam batas wewenang yang telah ditetapkan oleh Direksi dan Komisaris sesuai tata kerja dan prosedur yang telah ditetapkan.

7) Menetapkan cara-cara penagihan kembali atas kredit yang telah diberikan kepada debitur yang menunggak secara efektif dan efisien.

8) Mengatur dan menetapkan karyawan bank, sebagai petugas

9) Menilai prestasi kerja karyawan yang bertugas di lingkungan kantor cabang serta mengambil langkah-langkah kebijaksanaan dalam upaya peningkatan daya kerja dan penertiban personalia.

10) Menyelesaikan permasalahan kredit macet, penipuan/kecurangan, baik yang dilakukan oleh pihak intern ataupun ektern sesuai dengan wewenang yang diberikan.

b. Kepala Operasional

1) Memeriksa kelengkapan dan keabsahan data debitur dan data pemilik jaminan yang sesuai dengan persetujuan komite kredit untuk mengikat jaminan serta memastikan keabsahan serta aspek legalnya.

2) Melakukan pengecekan keabsahan data jaminan berupa Sertifikat BPKB, SHM dan surat berharga lainnya .

- 3) Bertanggung jawab terhadap kelengkapan dokumen untuk akad dan pencairan kredit.
- 4) Membuat perjanjian kredit dan pengikatan jaminan baik secara notaris maupun di bawah tangan.
- 5) Mengatur waktu dengan notaris untuk penentuan waktu perikatan secara notaris
- 6) Menyimpan dokumen-dokumen kredit yang asli di dalam lemari besi.
- 7) Bertanggung jawab terhadap keamanan kerapian dan kelengkapan dokumen kredit dan dokumen jaminan.
- 8) Menyiapkan surat pemblokiran yang ditangani oleh kredit support pada saat akan mengikat kredit dan menyiapkan surat pada saat kredit lunas.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

c. Teller

- 1) Menerima dan menyimpan uang pada cashbox sesuai kebutuhan.
- 2) Melakukan transaksi keuangan secara tunai atas produk dan jasa bank kepada nasabah.
- 3) Memberi pelayanan dengan cepat tepat dan ramah
- 4) Memberikan keterangan kepada calon nasabah sehubungan dengan produk
- 5) Mengadakan dan memelihara buku mutasi kas.
- 6) Membuka dan menutup kas bersama-sama dengan dan di bawah pengawasan kepala teller atau kepala bagian operasional.

- 7) Menerima setoran tunai dana tunai dari nasabah dan atau pihak lain.
- 8) Melakukan pembayaran tunai kepada nasabah atau pihak lain yang berhak sesuai dengan slip atau kuitansi tagihan yang telah mendapat persetujuan operasional.
- 9) Membukukan setiap transaksi keuangan tunai dan nontunai atas produk dan jasa bank.
- 10) Mengelompokkan dan menata dengan baik setiap bukti penarikan dan penyetoran uang tunai pada akhir hari untuk diteruskan kepada pembukuan setelah diperiksa dan disetujui oleh operasional.

d. Accounting

- 1) Melakukan kegiatan operasional pembukuan, administrasi dan laporan sesuai ketentuan Bank Indonesia.
- 2) Memeriksa dan melakukan verifikasi kelengkapan dokumen yang berhubungan dengan transaksi keuangan .
- 3) Menginput data jurnal akuntansi ke dalam sistem yang dimiliki perusahaan
- 4) Melakukan rekonsiliasi rekening Bank dan penyesuaian data finansial.
- 5) Membuat pembukuan dan laporan neraca, laba/rugi keuangan maupun perincian pendapatan dan biaya.
- 6) Merencanakan dan melaksanakan pembuatan/penyampaian laporan ekstern lainnya sesuai dengan ketentuan regulator (OJK dan BI).

e. Costumer Service

- 1) Memberikan informasi kepada calon nasabah mengenai produk dan jasa bank.
- 2) Memberikan penjelasan tentang prosedur penyimpanan dalam bentuk tabungan dan deposito serta keuntungan yang akan diperoleh oleh penabung dan deponan.
- 3) Memberikan penjelasan kepada calon debitur mengenai syarat-syarat pengajuan beserta suku bunga maupun beban biaya yang akan ditanggung calon debitur berkaitan dengan pencairan kredit .
- 4) Menyiapkan dan memelihara formulir pembukaan rekening tabungan deposito berjangka dan kredit.
- 5) Memeriksa kebenaran dan keabsahan maupun pengisian formulir pembukaan rekening tabungan deposito berjangka serta dokumen-dokumen pendukungnya.
- 6) Melaksanakan pembukaan data nasabah maupun rekening tabungan deposito berjangka kredit .
- 7) Menatausahakan buku register pembukuan atau penutupan rekening tabungan dan deposito.
- 8) Membantu nasabah dalam pengisian slip setoran dan atau slip penarikan
- 9) Mengarsip data nasabah tabungan maupun deposito.
- 10) Meminta konfirmasi ke nasabah mengenai perpanjangan pencairan deposito yang bersangkutan .

- 11) Mengirimkan konfirmasi perpanjangan deposito kepada deposan untuk menempatkan deposito dengan instruksi pokok ARD.
- 12) Memberi informasi kepada nasabah mengenai saldo tabungan maupun mutasi rekening yang bersangkutan.
- 13) Menjaga kerahasiaan setiap isi dokumen yang diarsipkan maupun rekening nasabah.

f. Kordinator Account Officer

- 1) Mengkoordinasikan kegiatan dan proses kredit.
- 2) Mengkoordinasikan kegiatan pengawasan dan pembinaan kepada seluruh debitur baik yang lancar maupun yang bermasalah.
- 3) Memberikan usulan-usulan kepada Pimpinan cab mengenai penanganan kredit bermasalah yang efisien dan efektif.

4) Mengkoordinasikan dan mengevaluasi kegiatan atau tindakan-tindakan yang bertujuan memantau dan menjaga kolektibilitas kredit.

5) Mengkoordinasikan dan mengevaluasi kegiatan penagihan tunggakan kredit debitur .

6) Melaksanakan tugas-tugas tertentu di luar tugas rutin yang diberikan oleh atasan.

g. Administrasi Kredit

1) Meneliti kebenaran pengisian keabsahan dan kelengkapan dokumen yang diserahkan debitur kepada Account officer dalam

rangka keputusan pemberian kredit dari Bank melalui komite kredit.

- 2) Menyiapkan jadwal kredit.
- 3) Mencatat seluruh kredit yang diberikan secara benar lengkap dan akurat tanpa pengecualian.
- 4) Menata usahakan laporan daftar nominatif dan kolektibilitas debitur.
- 5) Memonitor rekening debitur dan mengkonfirmasi setiap waktu kepada account officer dan atau Koordinator AO dokumen-dokumen jaminan asuransi kartu identitas debitur dan kredit yang jatuh tempo.
- 6) Melaksanakan tugas-tugas lain dalam ruang lingkup administrasi kredit.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

- 7) Pencairan kredit.
- 8) Perpanjangan fasilitas kredit.
- 9) Perubahan suku bunga kredit.

#### h. Analisis Kredit

- 1) Menganalisis data peminjam.
- 2) Membuat perbandingan keuangan.
- 3) Melakukan konsultasi dengan calon peminjam.
- 4) Selalu menyiapkan laporan.

- 5) Membandingkan catatan likuiditas, profitabilitas, dan jugakredit organisasi. Membuat memo kredit atas proposal kredit yang di usulkan oleh Account Officer.

i. Account Officer

- 1) Mencari nasabah yang layak sesuai dengan kriteria peraturan bank.
- 2) Menilai, mengevaluasi menganalisa dan mengusulkan besarnya kredit yang diberikan.
- 3) Memasarkan produk atau jasa yang sudah ada maupun yang akan diluncurkan ke pasar.
- 4) Memberikan informasi kepada calon nasabah mengenai produk dan jasa bank serta prosedur atau persyaratan yang harus dipenuhi untuk menjadi nasabah.
- 5) Memberikan penjelasan tentang prosedur penyimpanan dalam bentuk tabungan dan deposito serta keuntungan yang akan diperoleh oleh penabung dan deponan
- 6) Menentukan segmen nasabah yang dikelola baik yang sudah ada maupun yang potensial
- 7) Mengelola nasabah sesuai dengan potensi nasabah dan bank
- 8) Mengidentifikasi kebutuhan nasabah dan memberikan usulan-usulan kepada atasan langsung mengenai rencana pendekatan yang akan dilakukan.
- 9) Menganalisis data yang berguna untuk mengidentifikasi nasabah antara lain aktivitas apa saja yang sudah ditangani bank Dan

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

aktivitas apa saja yang masih belum atau masih dapat dikembangkan.

10) Menyusun dan memelihara data nasabah atau calon nasabah potensial. Menjadi saksi pada saat penandatanganan perjanjian kredit dan pengikatan jaminan.

11) Melakukan kunjungan berkala ke lokasi usaha debitur untuk memantau perkembangan usahanya dan mendorong penggunaan fasilitas kredit. Mendeteksi rekening-rekening pinjaman dan portofolionya yang menunjukkan gejala penurunan kualitas dan segera mengambil langkah-langkah penanggulangan setelah berkonsultasi dengan atasan langsung.

12) Mendorong para nasabah dalam portofolio agar bersedia menyalurkan lebih banyak transaksi keuangannya melalui bank dengan melakukan cross selling produk-produk bank.

13) Menanggapi dan mencari pemecah atas keluhan-keluhan nasabah atau debitur dengan berkonsultasi pada atasan langsung bersama-sama unit monitoring dan penagihan untuk mencari jalan keluar terhadap kredit yang cenderung bermasalah.

14) Menindaklanjuti temuan-temuan pengawas internal berkenaan dengan kredit yang dikelolanya dan mengadakan tindakan pencegahan terjadinya penyimpangan di kemudian hari.

15) Memberikan usulan solusi penyelesaian kredit bermasalah yang dikelolanya kepada atasan langsung



## 5. Produk-produk PT BPR Tridana Kencana KC Paiton

### a. Kredit

- 1) Kredit dengan bunga flat. Bunga yang dibebankan terhadap Anda akan tetap sama selama masa pinjaman berlangsung. Kepastian Nominal Angsuran Pokok dan Bunga Pinjaman Tidak perlu khawatir dengan suku bunga yang berubah-ubah. Dengan pinjaman suku bunga flat, bunga yang dibebankan terhadap Anda akan tetap sama selama masa pinjaman berlangsung. Dengan begitu, jumlah nominal kredit yang perlu Anda bayarkan setiap bulan akan selalu sama.
- 2) Kredit Pokok Jatuh Tempo Pokok kredit dapat Anda lunasi pada 1x masa angsuran tanpa perlu terbebani pokok kredit setiap bulannya.

- 3) Kredit Rekening Koran. Dengan sistem kredit ini, Anda dapat melakukan penarikan dana usaha dan perpanjangan masa kredit kapanpun.

#### Persyaratan Kredit

- a) Fotocopy KTP suami/istri dan KK
- b) Fotocopy akta perkawinan/surat ket. belum menikah
- c) Fotocopy jaminan (BPKB dan STNK) untuk kendaraan bermotor
- d) Fotocopy jaminan berupa SHM dan SPPT terakhir untuk jaminan tanah dan rumah

- e) Fotocopy NPWP
- f) Fotocopy SIUP dan TDP (khusus perusahaan).<sup>60</sup>

b. Tabungan

- 1) Siapkan keperluan investasi di masa yang akan datang dengan produk tabungan dengan suku bunga kompetitif. melayani tabungan dengan bunga sampai dengan 2,25% untuk jangka waktu satu tahun. Simpan dana anda sebagai keperluan investasi di masa yang akan datang dengan produk tabungan terbaik dari kami. Suku bunga yang kami tawarkan kompetitif dan bersaing.

- 2) Berikut adalah rincian dokumen yang perlu dipersiapkan untuk pengajuan Tabungan :

Persyaratan

- a) WNI
- b) Kartu identitas berupa KTP, SIM, kartu pelajar
- c) Isi formulir pembukaan rekening nasabah
- d) Setoran awal minimal Rp.10.000,
- e) Bunga per tahun 2,25%

c. Deposito

- 1) Deposito merupakan simpanan berjangka yang menjamin dana anda tersimpan dengan aman dan suku bunga lebih bersaing Layanan Deposito dengan bunga di atas bank umum dan batas maksimal nilai yang dijamin oleh LPS mencapai 2 Miliar dan

<sup>60</sup> <https://bprtridanakencana.co.id/produk/>

bunga hingga 6 %/p.a Simpan dana Anda dalam bentuk deposito berjangka di BPR untuk mendapatkan return bunga diatas bank umum.

2) Berikut adalah rincian dokumen yang perlu dipersiapkan untuk pengajuan deposito:

Persyaratan

- a) WNI
- b) Identitas berupa KTP, SIM, Kartu Pelajar
- c) Perusahaan SIUP, TDP, NPWP, Akta Pendirian
- d) Jangka waktu penempatan 1, 3, 6, 12 bulan
- e) Minimal deposito Rp 5.000.000
- f) Pencarian deposito sebelum waktunya akan dikenakan

penalti dengan ketentuan sebagai berikut:

(1) Deposan yang mencairkan dananya sebelum jangka waktu yang disepakati, maka akan dikenakan pinalti sebesar 20 % dari bunga kotor.

(2) Apabila deposito yang akan dicairkan telah melewati 1 periode, maka jika dicairkan sebelum periode selanjutnya, tidak akan dikenai penalti.

## 6. Letak Geografis PT BPR Tridana Kencana KC Paiton

Penelitian ini mengambil lokasi di PT.Bank BPR Tridana Kencana KC paiton yang terletak di daerah PT. BPR Tridana Kencana Kantor Cabang Paiton (Jl. Raya Paiton, Pertokoan Keroncong No.001,

Sumberanyar, Paiton, Probolinggo, Jawa Timur 67291 ). Adapun batas-batas Bank BPR Tridana Kencana KC Paiton sebagai berikut :

Sebelah Timur : PT. Gudang Garam. Tbk - MPGG Paiton

Sebelah Barat : Bank BNI

## B. Penyajian Data

Analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis deskriptif. Analisis deskriptif merupakan gambaran secermat mungkin mengenai individu, keadaan, gejala suatu kelompok tertentu. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner, jumlah pertanyaan berupa 6 butir untuk variabel  $X_1$ , 5 butir pertanyaan untuk variabel  $X_2$ , dan 5 butir pertanyaan untuk variabel  $Y$ . Jadi jumlah keseluruhan pertanyaan adalah 16 butir. Angket atau kuesioner yang disebarakan pada responden (nasabah) berisikan pertanyaan mengenai kualitas produk ( $X_1$ ), dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap kepuasan nasabah ( $Y$ ) di PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton.

**Table 4**  
**Data Skor ( Skala Likert )**

No	Pertanyaan	Jawaban	Skor
1.	SS	Sangat Setuju	5
2.	S	Setuju	4
3.	RR	Ragu-Ragu	3
4.	TS	Tidak Setuju	2
5.	STS	Sangat Tidak Setuju	1

**Sumber** : Data diolah

## 1. Karakteristik Responden

Adapun Responden dalam penelitian ini merupakan nasabah di PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton. Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, pendidikan terakhir, usia, pekerjaan dan lama menjadi nasabah. Jumlah responden yang ditetapkan pada penelitian ini sebanyak 108 responden. Keseluruhan kuesioner telah dikembalikan, oleh karena itu peneliti akan menyajikan karakteristik sebagai berikut :

**Table 5**  
**JENIS KELAMIN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	36	33.3	33.3	33.3
	Perempuan	72	66.7	66.7	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

Sumber : Output SPSS 25.

Berdasarkan Hasil Output SPSS 25 dengan analisis statistika deskriptif diatas, dapat di deskripsikan bahwa yang menggunakan produk Bank BPR Tridana Kencana KC Paiton lebih banyak perempuan dibandingkan laki-laki. Hal tersebut disebabkan bahwa perempuan memiliki visi jangka panjang dan siap membawa perubahan pada hidup mereka dan keluarganya, jdi yang berjenis kelamin laki-laki 36 nasabah sedangkan selebihnya berjenis kelamin perempuan sebanyak 72 nasabah.

Table 6

**PENDIDIKAN TERKHIR**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	DIPLOMA	10	9.3	9.3	9.3
	S1	13	12.0	12.0	21.3
	SD	31	28.7	28.7	50.0
	SMA	44	40.7	40.7	90.7
	SMP	10	9.3	9.3	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

**Sumber** : Output SPSS 25.

Berdasarkan keterangan pada tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 108 responden terdapat jumlah responden dengan pendidikan paling banyak yaitu tingkat SMA. Hal tersebut disebabkan bahwa para penduduk atau nasabah yang menggunakan produk pada PT. BPR Tridana Kencana Kc Paiton merupakan nasabah yang tidak melanjutkan peniudikan ke jenjang selanjutnya disebabkan kekurangan biaya pendidikan.

Table 7

**PEKERJAAN**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	IRT	22	20.4	20.4	20.4
	Petani	22	20.4	20.4	40.7
	PNS	26	24.1	24.1	64.8
	wiraswasta	23	21.3	21.3	86.1
	Wirausaha	15	13.9	13.9	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

**Sumber** : Output SPSS 25.

Berdasarkan keterangan diatas dapat ditarik penjelasan bahawa dari 108 responden, jumlah IRT/ibu rumah tangga 22 orang atau 20,4%. Jumlah Petani 22 orang atau 20,4%. Jumlah PNS/pegawai negeri sipil 26 orang atau 24,1%. Jumlah Wiraswasta 23 orang atau 21,3%. Jumlah Wirausaha 15 orang atau 13,9%. Berdasarkan hasil karakteristik pekerjaan paling banyak terdapat pada jumlah PNS yang menjadi nasabah pada BPR Tridana Kencana karena produk yang ada pada bank BPR lebih mudah dan lebih strategis.

**Table 8**  
**USIA**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 25	17	15.7	15.7	15.7
30	15	13.9	13.9	29.6
36	10	9.3	9.3	38.9
40	20	18.5	18.5	57.4
43	26	24.1	24.1	81.5
45	12	11.1	11.1	92.6
50	5	4.6	4.6	97.2
52	3	2.8	2.8	100.0
Total	108	100.0	100.0	

**Sumber** : Output SPSS 25.

Berdasarkan keterangan diatas dapat diketahui bahwa dari 108 responden. Jumlah responden yang berusia 43 lebih banyak disebabkan penduduk yang ada pada daerah paiton merupakan kalangan ibu-ibu dan bapak-bapak yang lebih tertarik terhadap kualitas produk yang ada pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton. Karena beberapa persyaratan dalam pengajuan kredit, tabungan maupun deposito lebih mudah dibandingkan bank-bank pada umumnya.

**Table 9**  
**LAMA MENJADI NASABAH**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 tahun	18	16.7	16.7	16.7
	10 bulan	32	29.6	29.6	46.3
	2 tahun	9	8.3	8.3	54.6
	5 tahun	5	4.6	4.6	59.3
	6 Bulan	26	24.1	24.1	83.3
	7 tahun	18	16.7	16.7	100.0
	Total	108	100.0	100.0	

**Sumber** : Output SPSS 25.

Bersasarkan keterangan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 108 responden terdapat jumlah nasabah yang sudah lama menjadi nasabah selama 6 bulan sebanyak 26 orang atau 24,1%. Selama 10 bulan sebanyak 32 orang atau 29,6%. Selama 1 tahun sebanyak 18 orang atau 16,7%. Selama 2 tahun sebanyak 9 orang atau 8,3%. Selama 5 tahun sebanyak 5 orang atau 4,6%. Selama 7 tahun sebanyak 18 orang atau 16,7%.

### C. Analisis dan Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

##### a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji yang menunjukkan ketepatan atau ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur apa yang sedang ingin diukur. Uji validitas bertujuan untuk menilai apakah seperangkat alat ukur sudah tepat mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan atau kesahihan suatu instrumen penelitian. besarnya korelasi ( $r$  hitung) tersebut dibandingkan dengan  $r$  tabel, dengan taraf signifikan 5% dengan rumus

perbandingan berikut:



- 1) Instrumen valid, jika  $r_{hitung} > r_{tabel} = \text{valid}$
- 2) Instrumen tidak valid, jika  $r_{hitung} < r_{tabel} = \text{tidak valid}$

Penelitian ini menggunakan jumlah responden sebanyak 108 maka nilai r tabel dapat diperoleh melalui tabel r product moment pearson dengan df (degre of freadom) = n-2, jadi df= 108-2 = 106, maka r tabel = 0,189. berikut validitas IBM SPSS 25.

**Table 10**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Produk**

<b>Pernyataan</b>	<b>Nilai r Hitung</b>	<b>Nilai r Tabel</b>	<b>Hasil</b>
<b>X1.1</b>	0,755	0,189	<b>Valid</b>
<b>X1.2</b>	0,717	0,189	<b>Valid</b>
<b>X1.3</b>	0,585	0,189	<b>Valid</b>
<b>X1.4</b>	0,621	0,189	<b>Valid</b>
<b>X1.5</b>	0,713	0,189	<b>Valid</b>
<b>X1.6</b>	0,514	0,189	<b>Valid</b>

Sumber : Output SPSS 25

Berdasarkan hasil tabel Variabel kualitas produk terdiri dari 6 pertanyaan adalah valid ( $r_{hitung} > r_{tabel}$ ) hasil dari 108 sampel responden

**Table 11**  
**Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan**

<b>Pernyataan</b>	<b>Nilai r Hitung</b>	<b>Nilai r Tabel</b>	<b>Hasil</b>
<b>X2.1</b>	0,704	0,189	<b>Valid</b>
<b>X2.2</b>	0,686	0,189	<b>Valid</b>
<b>X2.3</b>	0,798	0,189	<b>Valid</b>
<b>X2.4</b>	0,705	0,189	<b>Valid</b>
<b>X2.5</b>	0,746	0,189	<b>Valid</b>

Sumber : Output SPSS 25.

Berdasarkan hasil tabel variabel kualitas pelayanan diatas yang terdiri dari 5 butir pertanyaan adalah valid (  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ) hasil dari 108 sampel responden.

**Table 12**  
**Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah**

Pernyataan	Nilai r Hitung	Nilai r Tabel	Hasil
Y1	0,889	0,189	Valid
Y2	0,658	0,189	Valid
Y3	0,848	8,189	Valid
Y4	0,773	0,189	Valid
Y5	0,837	0,189	Valid

Sumber : Output SPSS 25.

Berdasarkan hasil tabel diatas kepuasan nasabah yang terdiri dari 5 butir pertanyaan dapat dikatakan valid sebab (  $r_{hitung} > r_{tabel}$  ) dengan jumlah 108 sampel responden.

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. reliabilitas dilakukan setelah uji validitas dan di uji merupakan pernyataan atau pertanyaan yang sudah valid. Cronbach's alpha yang besarnya antara 0,50-0,60. Dalam penelitian ini peneliti memilih 0,60 sebagai koefisien reliabilitasnya.

- 1) Instrumen reliabel, jika Cronbach's alpha  $> 0,60$  = valid
  - 2) Instrumen tidak reliabel, jika Cronbach's alpha  $< 0,60$  = tidak valid
- Berikut merupakan hasil uji validitas dari semua variabel menggunakan uji IBM SPSS 25.

**Table 13**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Cronbach's alpha variabel	Cronbach's alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,724	>0,60	6	Reliable
Kualitas Pelayanan (X2)	0,777	>0,60	5	Reliable
Kepuasan Nasabah (Y)	0,862	>0,60	5	Reliable

Sumber : Output SPSS 25.

Berdasarkan hasil tabel diatas dapat di lihat nilai *Cronbach's alpha variabel* Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah dapat ditarik kesimpulan bahwa pernyataan variabel tersebut dapat dinyatakan reliable sebab memiliki nilai *Cronbach's alpha* lebih besar dari 0,60. Hal ini diduga bahwa dari hasil pernyataan yang ada dapat memperoleh data yang cukup konsisten.

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan pada model regresi untuk mengetahui apakah nilai residu berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik ialah model yang memiliki residu yang terdistribusi secara normal. Instrumen hasil uji normalitas dengan melihat nilai signifikansi. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data dianggap tidak berdistribusi normal, sedangkan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dianggap berdistribusi normal.

**Table 14**  
**Hasil Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.55870291
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.055
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Sumber** : Output SPSS 25.

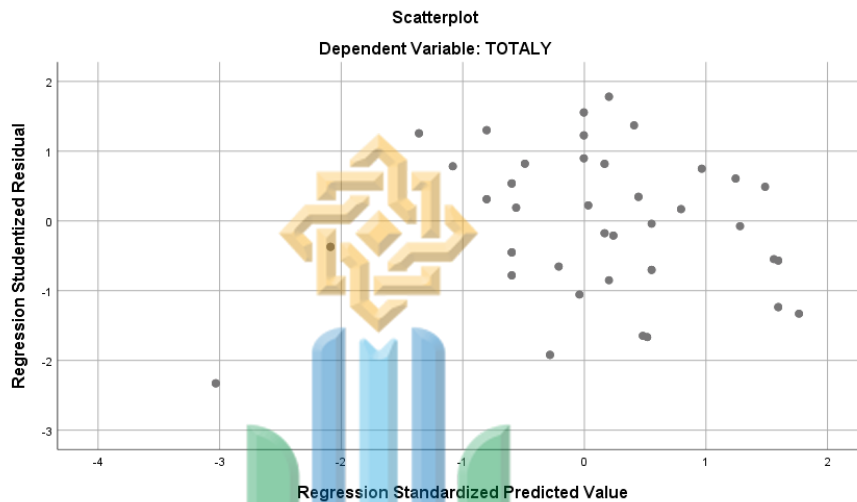
Berdasarkan hasil uji normalitas menggunakan *kolmogorov*

*Smirnov* tabel diatas  $0,67 > 0,05$  artinya berdistribusi normal.

**b. Uji Heteroskedastisitas**

Uji Heterokodastisitas menguji terjadinya perbedaan *variance* residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar scatterplot, yaitu jika plotting titik menyebar di atas dan di bawah, titik-titik data tidak hanya mengumpulkan di atas atau di bawah saja, penyebaran titik data tidak membentuk pola bergelombang. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan IBM SPSS 25:

**Table 15**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas**



**Sumber** : Output SPSS 25.

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar grafik *scatterplot*. Titik-titik menyebar pada bagian atas dan dibawah saja dan *tidak* berbentuk pola bergelombang.

### c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas dengan menggunakan VIF diperlukan untuk mengetahui *ada* tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antara variabel independen dalam satu model. Model

regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas. Pengujian multikolinieritas dapat dilakukan dengan metode

*Variance Inflation Faktor* (VIF) dengan nilai *tolerance* dapat dilakukan tidak ada gejala multikolinieritas, jika VIF 1-10 dan nilai *tolerance*  $> 0,10$ . Berikut hasil pengujian multikolinieritas.

**Table 16**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KUALITAS_PRODUK	.472	2.118
	KUALITAS_PELAYANAN	.472	2.118

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_NASABAH

**Sumber** : Output SPSS 25.

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa hasil VIF untuk kedua variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X1) sebesar  $2,118 < 0,10$  dan dari hasil *tolerance* sebesar  $0,472 < 0,10$  untuk Kualitas Pelayanan (X2) sebesar  $2,118 < 0,10$  dan dari hasil *tolerance* sebesar  $0,472 < 0,10$ . Terbukti semua variabel tersebut nilai VIF masih diantara 10 dengan nilai *tolerance* diatas 0,10. Maka berdasarkan hasil data tersebut dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut terbebas dari multikolinearitas.

### 3. Agresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengukur seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat.

Berikut merupakan hasil pengujian menggunakan IBM SPSS 25 untuk mengetahui hasil dari agresi linear berganda :

**Table 17**  
**Hasil Uji Agresi Linear Beganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
Model					

1	(Constant)	12.701	2.273		5.587	.000
	KUALITAS_PRODUK	-.369	.161	-.291	-2.296	.054
	KUALITAS_PELAYANAN	.793	.164	.613	4.833	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_NASABAH

**Sumber** : Output SPSS 25.

$$Y = 12,701 - 0,369 X_1 + 0,793 X_2 + e$$

Keterangan

Y = Kepuasan Nasabah

$\alpha$  = Nilai intercept constant

X1 = Variabel Kualitas Produk

X2 = Variabel Kualitas Pelayanan

$\beta_1 \beta_2$  = Koefisien Regresi Variabel Bebas

e = Standart Error Tingkat Kesalahan

Berdasarkan dari hasil pengujian SPSS dapat di jelaskan sebagai berikut :

- Nilai Konstanta ( $\alpha$ ) sebesar 12,701 menyatakan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan konstan (tetap), maka kepuasan nasabah adalah sebesar 12,701
- Nilai  $\beta_1$  sebesar -0,369, nilai tersebut menunjukkan pengaruh negatif (berlawanan arah) antara variabel Kualitas Produk dengan Kepuasan nasabah, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan (X1) mengalami kenaikan 1%, maka (Y) akan mengalami penurunan sebesar 0,369. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara kualitas produk dengan kepuasan nasabah, semakin naik kualitas produk maka semakin turun kepuasan nasabah

- c) Nilai  $\beta_2$  sebesar 0,793, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) mengalami kenaikan 1% maka kepuasan nasabah ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan 0,793. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah, semakin naik ( $X_2$ ) maka semakin meningkat kepuasan nasabah.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji t (Parsial)

Uji t merupakan test statistik yang digunakan untuk menguji kebenaran atau kepaluan hipotesis yang menyatakan bahwa diantara dua buah mean sampel yang diambil secara random dari populasi yang sama, tidak terdapat perbedaan secara signifikan. Untuk mengetahui

ada tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen dapat dilihat pada tingkat

signifikan 0,05. Jika nilai  $t_{hitung} < 0,05$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$   $H_1$

diterima dan  $H_0$  ditolak dapat disimpulkan bahwa variabel independen

berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen. Sedangkan jika

nilai  $t_{hitung} > 0,05$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$

ditolak, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel independen tidak

berpengaruh secara parsial. Dengan menggunakan sample 108

responden dengan  $df = n - k$  atau  $108 - 3 = 105$  dengan tingkat signifikan

( $\alpha$ ) = 0,05 maka diperoleh  $t_{tabel}$  sebesar 1,659. Uji hipotesis secara

parsial dapat dilihat dari tabel berikut:



**Table 18**  
**Uji t ( Parsial )**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12.701	2.273		5.587	.000
	KUALITAS_PRODUK	-.369	.161	-.291	-2.296	.054
	KUALITAS_PELAYANAN	.793	.164	.613	4.833	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_NASABAH

**Sumber** : Output SPSS 25.

Berdasarkan tabel diatas, maka pengaruh setiap variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut :

1) Pengujian Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y)

$H_0 : 1 = 0$  artinya kualitas produk tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

$H_1 : 1 > 0$  artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

Hipotesis pertama dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk (X1). Berdasarkan tabel output SPSS "*Coeffesients*" diatas dapat diketahui nilai signifikansi variabel (X1) sebesar 0,054. Karena nilai sig 0,054 > 0,05. Untuk maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara kualitas produk (X1) dengan kepuasan nasabah (Y).

2) Pengujian Kualitas Pelayanan (X2) terhadap kepuasan nasabah (Y)

$H_0 : 2 = 0$  artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap

kepuasan nasabah

$H_2 : 2 > 0$  artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah

Hipotesis kedua dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan (X2). Berdasarkan tabel output SPSS “*Coeffesients*” diatas dapat diketahui nilai signifikansi variabel (X2) sebesar 0,000. Karena nilai sig 0,000 < 0,05. Untuk maka dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Artinya ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan (X2) dengan kepuasan nasabah (Y).

**b. Uji F (Simultan)**

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat pada sebuah penelitian secara simultan atau bersama-sama. Pada uji F penelitian ini akan memakai nilai

signifikansi 5% atau 0,05. Untuk melihat tingkat signifikansi dengan

melihat nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau taraf signifikasinya < 0,05, maka  $H_1$  diterima dan hipotesis  $H_0$  ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa

variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel

dependen. Sebaliknya jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau taraf signifikasinya >

0,05 maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak, sehingga variabel independen

secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Dengan

jumlah sampel sebanyak 108, maka  $dfl = k - 1$ ,  $df = n-k$  ( $3-1= 108-3=$

105) maka F tabel sebesar 3,08. Berikut uji hipotesis secara simultan

dapat dilihat dari tabel berikut:

**Table 19**  
**Hasil Uji F ( Simultan )**

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	248.114	2	124.057	13.244	.000 <sup>b</sup>
	Residual	983.553	105	9.367		
	Total	1231.667	107			

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_NASABAH

b. Predictors: (Constant), KUALITAS\_PELAYANAN, KUALITAS\_PRODUK

**Sumber** : Output SPSS 25.

Berdasarkan hasil output diatas dapat di interprestasikan sebagai berikut :

$H_0$  : Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah (Y).

$H_1$  : Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).

Berdasarkan tabel output SPSS “Annova” di atas dapat di dilihat pada nilai sifnikansi (Sig) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  maka dapat di simpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

### 5) Uji $R^2$ (Determinasi)

Koefisien Determinasi (R Square) bertujuan untuk mengukur seberapa besar presentase pengaruh variabel independen atau bebas terhadap variabel dependen atau terikat dalam satuan persen pada sebuah model regresi penelitian. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Table 20**  
**Hasil Uji R<sup>2</sup>**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.449 <sup>a</sup>	.201	.186	3.061

a. Predictors: (Constant), KUALITAS\_PELAYANAN, KUALITAS\_PRODUK

Sumber : Output SPSS 25.

Berdasarkan hasil *output* SPSS “*Model Summary*” diatas diketahui nilai koefisien determinasi/*R Square* yaitu 0,186 atau 18,6%, artinya Variabel Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y) sebesar 18,6 sedangkan sisanya (100% - 18,6% = 81,45%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti oleh peneliti.

#### D. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BPT Tridana Kencana KC Paiton dapat diperoleh dari hasil berikut :

##### 1. Analisis dan Interpretasi secara Parsial

###### a. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil *output* SPSS "Coefficients" diketahui nilai signifikansi (Sig) variabel Kualitas Produk adalah sebesar 0,054. Karena nilai Sig 0.054 > probabilitas 0,05 maka dapat di simpulkan bahwa H<sub>1</sub> ditolak dan H<sub>0</sub> diterima. Artinya ada pengaruh signifikan antara Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) terhadap Kepuasan Nasabah (Y). Hal ini

menunjukkan apabila Kualitas Produk di PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton semakin besar maka membuat Kepuasan Nasabah semakin meningkat/puas. Kualitas Produk merupakan indikator untuk mengukur keberhasilan manajemen dalam melakukan tugasnya. Walaupun berpengaruh positif signifikan pada penelitian ini tapi pada nilai t tabel "Coefficients" Uji penelitian ini adalah -2,296 . Nilai t Negatif menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) mempunyai hubungan yang berlawanan dengan Kepuasan Nasabah (Y). Hal ini terjadi disebabkan mayoritas nasabah yang ada pada daerah probolinggo kurang meminati kualitas produk yang ada pada BPR Tridana Kencana atau Kualitas Produk kurang menarik minat nasabah oleh karena itu nasabah lebih memilih kualitas produk pada Bank lain yang ada pada daerah Paiton, probolinggo dan ada banyaknya persaingan Bank BPR Tridana Kencana dengan Bank lain.

Kualitas Produk merupakan hal yang penting bagi dunia perbankan. Kualitas produk yang baik akan menghasilkan persepsi yang baik dari nasabah, semakin tinggi tingkat kualitas produk yang diberikan akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Akan tetapi Bank BPR Tridana Kencana KC Paiton kurang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah seperti halnya kualitas produk yang kurang menarik tingkat minat nasabah.

## b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil output SPSS "Coefficients" diketahui nilai signifikansi (sig) Variabel Kualitas Pelayanan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai t hitung  $4,833 > 1,659$ .

Pelayanan merupakan hal yang penting bagi dunia perbankan. Kualitas pelayanan yang baik akan menghasilkan persepsi yang baik dari nasabah, semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan yang diberikan akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa Bank BPR Tridana Kencana KC Paiiton. Mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah seperti, pelayanan yang cepat dan tepat waktu, pelayanan yang ramah dan baik, fasilitas yang lengkap dan pelayanan lainnya. Uraian teoritis dan empiris memberikan penegasan bahwa pelanggan akan puas manakala layanan yang diberikan kualitasnya baik, sesuai harapan pelanggan, oleh karena itu perbankan sebagai Perusahaan yang bergerak dibidang jasa keuangan hendaknya mampu mengimplementasikan hal tersebut guna memberikan rasa puas bagi pelanggannya.<sup>61</sup>

Artinya hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Sulaksana (2017) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif.<sup>62</sup>

<sup>61</sup> Dr. Khamdan Rifa'I, SE., M.si. "Membangun loyalitas pelanggan" (2002) hal 55

<sup>62</sup> Wildan Sulaksana, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center Yogyakarta", (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2017)

### c. Analisis dan Interpretasi secara Simultan Uji F

Berdasarkan tabel output SPSS “Anova” di atas dapat dilihat pada nilai signifikansi (Sig) adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $F_{hitung} 13,244 > F_{tabel} 3,08$  maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton bahwa kualitas produk itu suatu keadaan dimana nasabah merasa cocok dengan suatu produk atau sesuai dengan keinginan yang diharapkan untuk memenuhi kebutuhannya. Selain kualitas produk, kualitas pelayanan dapat menjadi faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan nasabah di Bank BPR Tridana Kencana KC Paiton dalam memenuhi harapan nasabah dalam bentuk pelayanan yang dimiliki bank, keandalan, kepedulian dan perhatian, daya tanggap dan jaminan nasabah akan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah. Artinya semakin baik kualitas layanan yang diberikan oleh bank, maka nasabah akan semakin merasa puas terhadap layanan tersebut. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan nasabah.

Hasil penelitian ini didukung oleh Destika Primasari (2016) menyatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif secara bersama-sama terhadap kepuasan

nasabah.<sup>63</sup> Karena kualitas produk yang baik dan kualitas pelayanan yang baik pula merupakan sebagian faktor pendorong kepuasan nasabah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

---

<sup>63</sup> Destika Primasari, "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan iB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran", (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2016)



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton, maka penulis menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton. Karena produk yang digunakan sama dengan produk bank lainnya dan tingginya tingkat suku bunga yang diberikan oleh bank BPR Tridana Kencana.
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton berpengaruh signifikan, sebab pelayanan yang ada pada PT. BPR tridana Kencana membuat nasabah puas dengan pelayanan yang cepat dan tepat waktu, pelayanan yang ramah dan baik, fasilitas yang lengkap dan pelayanan lainnya.
3. Berdasarkan hasil penelitian bahwa pengaruh kualitas produk lebih rendah dibandingkan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton sebab kualitas pelayanan yang diterapkan berbeda dari bank lainnya. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan maka akan semakin meningkat kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya. Terdapat beberapa saran agar kedepannya berguna dan dapat memberi manfaat kepada pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti lebih lanjut faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah di PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan variabel lain yang belum digunakan oleh peneliti seperti pengaruh harga, atribut produk, keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah.
2. Bagi Bank BPR Tridana Kencana KC Paiton, diharapkan harus meningkatkan kualitas produk yang ada dan tetap mengembangkan kualitas pelayanan yang ada pada perusahaan, agar nasabah tidak berpaling terhadap Bank lain yang ada di Paiton Probolinggo, dan tetap puas dan loyal terhadap pelayanan di Bank BPR Tridana Kencana KC Paiton. Adapaun langkah dalam meningkatkan kualitas produk adalah dengan cara selalu menjaga ciri khas dari produk bank itu sendiri.
3. Bagi Akademis, Penelitian ini dapat dijadikan bahan referensi tambahan bagi keustakaan pihak kampus. Periode Penelitian ini dapat diperpanjang atau diperbarui agar hasil yang didapat lebih maksimal dari berbagai fenomena yang berkaitan dengan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali Mahmudi, 2015 “*Pengaruh Kualitas Produk Tabungan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Menabung di BMT Tumang Cabang Salatiga*”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga).
- Algifari. 2016. *Mengukur Kualitas Layanan dengan Indeks Kepuasan, Metode Importance Perfomance Analysis (IPA) dan Model Kano*. Yogyakarta:BPFE
- Agung Widhi Kurniawan, Zarah Puspitaningtyas 2016, “*Metode Penelitian Kuantitatif*”, (Yogyakarta: Pandiva Buku;)
- Dewi, C., & Sudiarta, I. G. M. 2018. *Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali*. E-Jurnal Manajemen Unud, 7(8).
- Dewi Ratih Wijayanti, 2015, “*Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan Bank Terhadap Penyaluran Kredit (Studi Kasus Bank Perkreditan Rakyat Jawa Timur)*”, (Jurnal Ilmiah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Brawijaya)
- Depdiknas. 2000. Kamus Besar Indonesia. Jakarta: Balai Pustaka
- Prof. Dr. Khamdan Rifa’I, SE., M.si. 2002, “*Membangun loyalitas pelanggan*” hal 55
- Destika Primasari, 2016, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan iB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran*”, (Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2016)
- Freekey Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, Agus Supandi Soegoto, 2018. “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. AIR MANADO*” (Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi Manado).
- Fery Siswadi , Hari Muharam, Sufrin Hannan, 2018, “*Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada Perpustakaan Institut Pertanian Bogor)*”, (Program Studi Manajemen, Program Pascasarjana Universitas Pakuan, Bogor)
- <https://bprtridanakencana.co.id/tentang-perusahaan/>
- Ibnu Haris Nasution, Agtovia Frimayasa, 2022. “ *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di PT.*

*Bank Rakyat Indonesia KCP Kota Wisata Kabupaten Bogor*”, (Universitas Dian Nusantara, Jakarta)

Idak, 2018, *”Pengaruh Motivasi, Persepsi Dan Sikap Nasabah Terhadap Keputusan Nasabah Menabung Di PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk. Unit Baraka Kabupaten Enrekang*”, (Skripsi, UIN Alauddin Makassar), 4.

Intan Kamila, 2017, *” Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah”* (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Cabang Jakarta Simprug), (Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta), h.6

Kotler, P. dan G. Amstrong, 2012, *“ Prinsip-prinsip Pemasaran”*, Edisi Ketiga belas. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

Nurul setianingrum, 2024, *“Tansformasi Digital Sebagai Inovasi Layanan Prima BSI Kepada Nasabah”* (vol 1, jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital,) hal 612

Nikmatul Masruroh, Ilfanny Dwi Azalia, Miftahul Jannah, 2024, Julia Citra Anggraini *“Literasi Sistem Tranformasi Digital Dalam Optimalisasi Layanan Nasabah”*, (vol 2, jurnal abdi masyarakat, 2024). hal 2

Novianti, Endri, dan Darlius, 2018, *Kepuasan Pelanggan Memediasi Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan*" (Program Magister Manajemen – Universitas Satya Negara, Universitas Mercu Buana).

Oliver, Riscrd L, *Satisfaction A Behavioral Perspective On The Consumer*, McGrawHill Education, Singapore, 1997, Hlm: 48.

Rambat Lupiyoadi, 2014, *“ Manajemen Pemasaran Jasa ”* : Berbasis Kompetensi (Jakarta: Salemba Empat), 139.

Shanaz Amarin, Tri Indra Wijaksana, 2021. *Pengaruh Kualitas Sistem, Kualitas Informasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pengguna Aplikasi Berrybenka di Kota Bandung)*," (Administrasi Bisnis, Universitas Telkom, Bandung).

Suharsimi Arikunto, 2006. *“Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek”* (Jakarta: Rineka Cipta Grafindo Persada), 118.

Santosa, A. 2012. *“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hasil Produksi “Tjiwi Kimia” di Surabaya Selatan”*. Media Mahardhika 9 (3): 41-57.

Sugiyono, 2016. *“Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D (Bandung: Alfabeta), 290*

Siti Indah Purwaning Yuwana, *“Pengaruh Brand Pride, Web Desain Quality, E-service Quality Dan Customer Experience Terhadap Repurchase Intention E-Commerce Shoppe Pada Konsumen Milenial Mahasiswa Febi UIN Khas Jember”* (Vol 3, ekonomi dan bisnis islam) hal 114

Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah (Jember: IAIN Jember Press, 2016), 37.*

Tjiptono, 2014, (Pemasaran Jasa. CV. Andi Offset. Yogyakarta: 104)

Tjiptono, Engel, 2007, *“Strategi Pemasaran. CV. Andi Offset”*. {Yogyakarta :24}

Ujang Sumarwan, 2003, *“Perilaku Konsumen Teori Dan Penerapannya Dalam Pemasaran”* (Jakarta: Ghalia Indonesia), 32.

Wildan Sulaksana 2017, *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Pada Kepuasan Konsumen Bengkel Global Motor Center Yogyakarta”*, (Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta).



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

Lampiran 1 matrik penelitian

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	HIPOTESIS	RUMUSAN MASALAH
Pengaruh Service Quality & Product Quality Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Tridana Kencana Kc Paiton	<p>Variabel Independen (X)</p> <p>1. Kualitas Produk (X1)</p> <p>2. Kualitas Pelayanan (X2)</p> <p>Variabel Dependen (Y)</p> <p>1. Kepuasan Nasabah</p>	<p>1. Kualitas Produk (X1)</p> <p>a. Performance (kinerja)</p> <p>b. Durability (daya tahan)</p> <p>c. Conformance to specifications (kesesuaian)</p> <p>d. Features (fitur).</p> <p>e. Reliability (reliabilitas)</p> <p>f. Aesthetics (estetika)</p> <p>g. Perceived quality (kesan kualitas)</p> <p>h. Serviceability (Kemampuan Pelayanan)</p> <p>2. Kualitas Pelayanan (X2)</p> <p>a. Tangibles (produk-produk fisik)</p> <p>b. Raliability (kehandalan)</p> <p>c. Responsiveness (daya tanggap)</p> <p>d. Assurance (jaminan)</p>	<p>1. Sampel : 108 Nasabah PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton</p> <p>2. Dokumentasi</p> <p>3. Kepustakaan</p>	<p>1. Menggunakan metode penelitian kuantitatif</p> <p>2. Menggunakan teknik analisis ststistik</p> <p>3. Lokasi PT . BPR Tridana Kencana KC Paiton</p> <p>4. Teknik pengumpulan data</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kuesioner</li> <li>• Wawancara</li> </ul> <p>5. Analisis data</p> <p>a. Uji instrumen penelitian</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uji validitas</li> <li>• Uji reliabilitas</li> </ul> <p>b. Uji asumsi klasik</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uji normalitas</li> <li>• Uji Heteroskedastisitas</li> <li>• Uji Multikolinearitas</li> </ul> <p>c. Analisis Regresi Linear Berganda</p> <p>d. Uji Hipotesis</p>	<p>1. Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton.</p> <p>2. Terdapat pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana</p>	<p>1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton?</p> <p>2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton?</p> <p>3. Apakah kualitas produk dan kualitas</p>

		<p>e. Empathy (empati)</p> <p>3. Kepuasan Nasabah (Y)</p> <p>a. Harapan (Expectation)</p> <p>b. Daya Guna (Performance)</p> <p>c. Perbandingan (Comparison)</p> <p>d. Penguat (Confirmation)</p> <p>e. Ketidaksesuaian (Discrepancy)</p>	 <p>UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ J E M B E R</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uji T</li> <li>• Uji F</li> </ul> <p>e. Uji Koefisien Determinasi (<math>R^2</math>)</p> <p>6. Jenis penelitian field research</p> <p>7. Menggunakan sampling insidental</p> <p>8. Teknik pengumpulan data menggunakan sumber primer dan skunder</p>	<p>Kencana KC Paiton.</p> <p>3. Terdapat pengaruh secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton.</p>	<p>pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton?</p>
--	--	--	--	---	--	---



**HASIL DATA KUESIONER  
KUALITAS PRODUK (X1)  
PT. BPR TRIDANA KENCANA KC PAITON**

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total (X1)
1	4	4	5	4	4	3	24
2	4	3	3	3	3	2	18
3	3	3	3	4	3	3	19
4	3	3	4	3	4	3	20
5	4	4	3	4	3	3	21
6	3	3	3	3	3	3	18
7	3	3	2	3	3	2	16
8	3	3	3	3	3	3	18
9	4	4	3	4	4	3	22
10	2	3	3	3	4	4	19
11	5	4	4	4	4	3	24
12	3	3	3	4	3	3	19
13	4	4	4	4	4	4	24
14	3	3	3	3	3	2	17
15	4	4	4	4	4	2	22
16	3	3	3	5	3	3	20
17	4	4	4	4	3	3	22
18	3	4	3	4	4	3	21
19	1	2	4	1	3	2	13
20	3	4	3	2	3	3	18
21	4	5	4	4	4	3	24
22	4	4	4	5	4	4	25
23	3	3	3	3	3	3	18
24	4	4	4	4	4	4	24
25	3	3	4	4	4	3	21
26	3	3	3	3	3	3	18
27	3	3	4	4	3	2	19
28	4	4	4	4	4	3	23
29	3	3	3	3	3	3	18
30	4	3	5	2	4	3	21
31	3	4	3	5	3	4	22
32	4	4	5	4	4	3	24
33	4	4	4	4	3	3	22
34	3	3	3	4	3	3	19
35	3	3	2	4	2	3	17
36	3	3	5	4	4	3	22



37	4	4	4	3	3	2	20
38	4	5	4	3	3	2	21
39	4	4	3	3	2	2	18
40	3	3	4	4	3	3	20
41	4	4	5	4	4	3	24
42	4	3	3	3	3	2	18
43	3	3	3	4	3	3	19
44	3	3	4	3	4	3	20
45	4	4	3	4	3	3	21
46	3	3	3	3	3	3	18
47	3	3	2	3	3	2	16
48	3	3	3	3	3	3	18
49	4	4	3	4	4	3	22
50	2	3	3	3	4	4	19
51	5	4	4	4	4	3	24
52	3	3	3	4	3	3	19
53	4	4	4	4	4	4	24
54	3	3	3	3	3	2	17
55	4	4	4	4	4	2	22
56	3	3	3	5	3	3	20
57	4	4	4	4	3	3	22
58	3	4	3	4	4	3	21
59	1	2	4	1	3	2	13
60	3	4	3	2	3	3	18
61	4	5	4	4	4	3	24
62	4	4	4	4	5	4	25
63	3	3	3	3	3	3	18
64	4	4	4	4	4	4	24
65	3	3	4	4	4	3	21
66	3	3	3	3	3	3	18
67	3	3	4	4	3	2	19
68	4	4	4	4	4	3	23
69	3	3	3	3	3	3	18
70	4	3	5	2	4	3	21
71	3	4	3	5	3	4	22
72	4	4	5	4	4	3	24
73	4	4	4	4	3	3	22
74	3	3	3	4	3	3	19
75	3	3	2	4	2	3	17
76	3	3	5	4	4	3	22
77	4	4	4	3	3	2	20

78	4	5	4	3	3	2	21
79	4	4	3	3	2	2	18
80	3	3	4	4	3	3	20
81	5	4	4	4	4	3	24
82	3	3	3	4	3	3	19
83	4	4	4	4	4	4	24
84	3	3	3	3	3	2	17
85	4	4	4	4	4	2	22
86	3	3	3	5	3	3	20
87	4	4	4	4	3	3	22
88	3	4	3	4	4	3	21
89	1	2	4	1	3	2	13
90	3	4	3	2	3	3	18
91	4	5	4	4	4	3	24
92	4	4	4	4	5	4	25
93	3	3	3	3	3	3	18
94	4	4	4	4	4	4	24
95	3	3	4	4	4	3	21
96	3	3	3	3	3	3	18
97	3	3	4	4	3	2	19
98	4	4	4	4	4	3	23
99	3	3	3	3	3	3	18
100	4	3	5	2	4	3	21
101	3	4	3	5	3	4	22
102	4	4	5	4	4	3	24
103	4	4	4	4	3	3	22
104	3	3	3	4	3	3	19
105	3	3	2	4	2	3	17
106	3	3	5	4	4	3	22
107	4	4	4	3	3	2	20
108	4	5	4	3	3	2	21

**HASIL DATA KUESIONER**  
**KUALITAS PELAYANAN (X2)**  
**PT. BPR TRIDANA KENCANA KC PAITON**

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total (X2)
1	3	3	4	4	4	18
2	3	3	3	2	2	13
3	3	3	3	3	3	15
4	4	4	4	2	2	16
5	4	4	4	3	3	18
6	4	4	3	3	2	16
7	2	3	3	3	3	14
8	3	4	4	3	3	17
9	3	4	4	4	4	19
10	3	4	4	4	3	18
11	4	3	3	3	3	16
12	3	4	4	3	3	17
13	4	4	4	3	3	18
14	3	2	3	3	3	14
15	3	3	4	3	3	16
16	3	4	4	1	1	13
17	3	3	3	3	4	16
18	3	3	4	2	2	14
19	1	1	1	2	1	6
20	3	2	3	2	3	13
21	4	3	4	3	3	17
22	4	4	4	4	3	17
23	3	3	3	3	3	15
24	4	4	4	4	4	20
25	3	4	3	3	3	16
26	3	3	3	2	2	13
27	3	3	4	2	3	15
28	3	4	4	3	4	18
29	2	3	3	3	2	13
30	3	3	3	3	3	15
31	4	3	4	3	3	17
32	4	4	4	4	4	20
33	3	4	4	3	2	16
34	3	3	2	2	2	12
35	3	3	3	2	3	14
36	2	3	3	2	2	12

37	3	4	3	2	2	14
38	3	4	3	2	2	14
39	4	3	2	2	2	13
40	4	4	3	3	1	15
41	3	3	4	4	4	18
42	3	3	3	2	2	13
43	3	3	3	3	3	15
44	4	4	4	2	2	16
45	4	4	4	3	3	18
46	4	4	3	3	2	16
47	2	3	3	3	3	14
48	3	4	4	3	3	17
49	3	4	4	4	4	19
50	3	4	4	4	3	18
51	4	3	3	3	3	16
52	3	4	4	3	3	17
53	4	4	4	3	3	18
54	3	2	3	3	3	14
55	3	3	4	3	3	16
56	3	4	4	1	1	13
57	3	3	3	3	4	16
58	3	3	4	2	2	14
59	1	1	1	2	1	6
60	3	2	3	2	3	13
61	4	3	4	3	3	17
62	4	4	4	2	3	17
63	3	3	3	3	3	15
64	4	4	4	4	4	20
65	3	4	3	3	3	16
66	3	3	3	2	2	13
67	3	3	4	2	3	15
68	3	4	4	3	4	18
69	2	3	3	3	2	13
70	3	3	3	3	3	15
71	4	3	4	3	3	17
72	4	4	4	4	4	20
73	3	4	4	3	2	16
74	3	3	2	2	2	12
75	3	3	3	2	3	14
76	2	3	3	2	2	12
77	3	4	3	2	2	14

78	3	4	3	2	2	14
79	4	3	2	2	2	13
80	4	4	3	3	1	15
81	4	3	3	3	3	16
82	3	4	4	3	3	17
83	4	4	4	3	3	18
84	3	2	3	3	3	14
85	3	3	4	3	3	16
86	3	4	4	1	1	13
87	3	3	3	3	4	16
88	3	3	4	2	2	14
89	1	1	1	2	1	6
90	3	2	3	2	3	13
91	4	3	4	3	3	17
92	4	4	4	2	3	17
93	3	3	3	3	3	15
94	4	4	4	4	4	20
95	3	4	3	3	3	16
96	3	3	3	2	2	13
97	3	3	4	2	3	15
98	3	4	4	3	4	18
99	2	3	3	3	2	13
100	3	3	3	3	3	15
101	4	3	4	3	3	17
102	4	4	4	4	4	20
103	3	4	4	3	2	16
104	3	3	2	2	2	12
105	3	3	3	2	3	14
106	2	3	3	2	2	12
107	3	4	3	2	2	14
108	3	4	3	2	2	14

**HASIL DATA KUESIONER  
KEPUASAN NASABAH (Y)  
PT. BPR TRIDANA KENCANA KC PAITON**

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total (Y)
1	4	3	4	3	4	18
2	3	3	3	3	3	15
3	3	3	3	3	3	15
4	2	3	3	3	2	13
5	4	3	4	5	3	19
6	4	5	4	4	4	21
7	5	4	5	3	5	22
8	5	3	4	5	4	21
9	4	4	3	4	3	18
10	4	3	4	3	2	16
11	4	5	3	4	3	19
12	4	4	4	4	5	21
13	3	3	4	3	3	16
14	4	4	4	4	4	20
15	5	3	4	4	5	21
16	4	4	4	4	2	18
17	4	4	4	4	4	20
18	4	4	5	3	4	20
19	1	2	1	1	1	6
20	3	3	3	3	3	15
21	4	4	3	3	4	18
22	3	3	3	3	3	15
23	4	4	3	4	4	19
24	4	3	4	4	3	18
25	4	3	4	3	3	17
26	3	3	3	2	3	14
27	5	4	5	4	5	23
28	5	3	4	3	4	19
29	4	3	4	3	4	18
30	3	3	1	2	2	11
31	3	3	2	3	2	13
32	3	4	3	3	3	16
33	4	5	5	4	4	22
34	4	3	4	4	4	19
35	4	3	3	4	3	17
36	3	2	3	2	3	13
37	4	4	3	3	3	17

38	4	3	4	2	4	17
39	4	4	3	4	3	18
40	3	3	2	3	3	14
41	4	3	4	3	4	18
42	3	3	3	3	3	15
43	3	3	3	3	3	15
44	2	3	3	3	2	13
45	4	3	4	5	3	19
46	4	5	4	4	4	21
47	5	4	5	3	5	22
48	5	3	4	5	4	21
49	4	4	3	4	3	18
50	4	3	4	3	2	16
51	4	5	3	4	3	19
52	4	4	4	4	5	21
53	3	3	4	3	3	16
54	4	4	4	4	4	20
55	5	3	4	4	5	21
56	4	4	4	4	2	18
57	4	4	4	4	4	20
58	4	4	5	3	4	20
59	1	2	1	1	1	6
60	3	3	3	3	3	15
61	4	4	3	3	4	18
62	3	3	3	3	3	15
63	4	4	3	4	4	19
64	4	3	4	4	3	18
65	4	3	4	3	3	17
66	3	3	3	2	3	14
67	5	4	5	4	5	23
68	5	3	4	3	4	19
69	4	3	4	3	4	18
70	3	3	1	2	2	11
71	3	3	2	3	2	13
72	3	4	3	3	3	16
73	4	5	5	4	4	22
74	4	3	4	4	4	19
75	4	3	3	4	3	17
76	3	2	3	2	3	13
77	4	4	3	3	3	17
78	4	3	4	2	4	17

79	4	4	3	4	3	18
80	3	3	2	3	3	14
81	4	5	3	4	3	19
82	4	4	4	4	5	21
83	3	3	4	3	3	16
84	4	4	4	4	4	20
85	5	3	4	4	5	21
86	4	4	4	4	2	18
87	4	4	4	4	4	20
88	4	4	5	3	4	20
89	1	2	1	1	1	6
90	3	3	3	3	3	15
91	4	4	3	3	4	18
92	3	3	3	3	3	15
93	4	4	3	4	4	19
94	4	3	4	4	3	18
95	4	3	4	3	3	17
96	3	3	3	2	3	14
97	5	4	5	4	5	23
98	5	3	4	3	4	19
99	4	3	4	3	4	18
100	3	3	1	2	2	11
101	3	3	2	3	2	13
102	3	4	3	3	3	16
103	4	5	5	4	4	22
104	4	3	4	4	4	19
105	4	3	3	3	3	17
106	3	2	3	2	3	13
107	4	4	3	3	3	17
108	4	3	4	2	4	17



**UJI VALIDITAS  
KUALITAS PRODUK (X1)**

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTALX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.734**	.362**	.380**	.335**	.091	.755**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.349	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108
X1.2	Pearson Correlation	.734**	1	.261**	.349**	.305**	.151	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.000	.001	.118	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108
X1.3	Pearson Correlation	.362**	.261**	1	.007	.599**	.039	.585**
	Sig. (2-tailed)	.000	.006		.946	.000	.685	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108
X1.4	Pearson Correlation	.380**	.349**	.007	1	.192*	.410**	.621**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.946		.046	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108
X1.5	Pearson Correlation	.335**	.305**	.599**	.192*	1	.430**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.046		.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108	108
X1.6	Pearson Correlation	.091	.151	.039	.410**	.430**	1	.514**
	Sig. (2-tailed)	.349	.118	.685	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108	108	108	108
TOTALX1	Pearson Correlation	.755**	.717**	.585**	.621**	.713**	.514**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108	108

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**UJI VALIDITAS  
KUALITAS PELAYANAN (X2)**

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.520**	.507**	.261**	.326**	.704**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.006	.001	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.2	Pearson Correlation	.520**	1	.618**	.238*	.169	.686**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.013	.081	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.3	Pearson Correlation	.507**	.618**	1	.343**	.455**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.4	Pearson Correlation	.261**	.238*	.343**	1	.691**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.006	.013	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X2.5	Pearson Correlation	.326**	.169	.455**	.691**	1	.746**
	Sig. (2-tailed)	.001	.081	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108	108	108
TOTALX2	Pearson Correlation	.704**	.686**	.798**	.705**	.746**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**UJI VALIDITAS  
KEPUASAN NASABAH**

**Correlations**

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTALY
Y1	Pearson Correlation	1	.435**	.715**	.646**	.752**	.889**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
Y2	Pearson Correlation	.435**	1	.394**	.531**	.389**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
Y3	Pearson Correlation	.715**	.394**	1	.517**	.706**	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
Y4	Pearson Correlation	.646**	.531**	.517**	1	.449**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
Y5	Pearson Correlation	.752**	.389**	.706**	.449**	1	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108	108	108
TOTALY	Pearson Correlation	.889**	.658**	.848**	.773**	.837**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108

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

## UJI REABILITAS

### Reliability Statistics

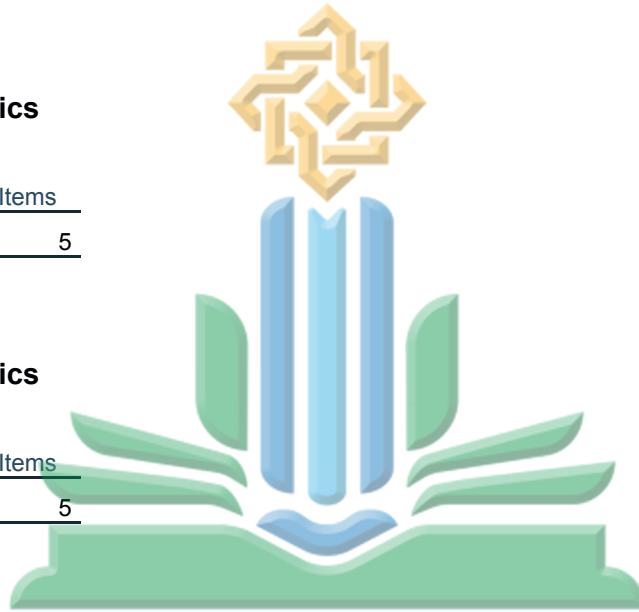
Cronbach's Alpha	N of Items
.724	6

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	5

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.862	5



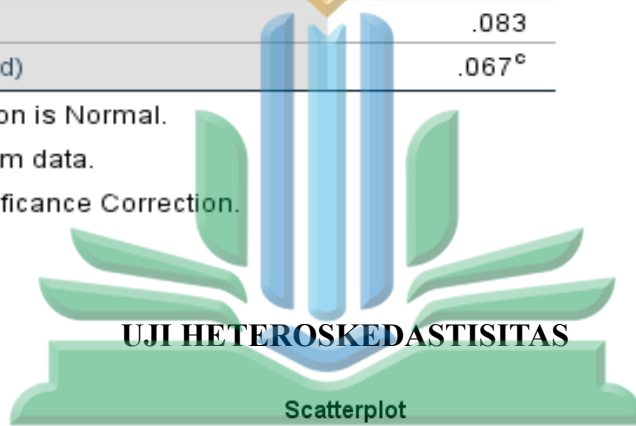
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

# UJI NORMALITAS

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

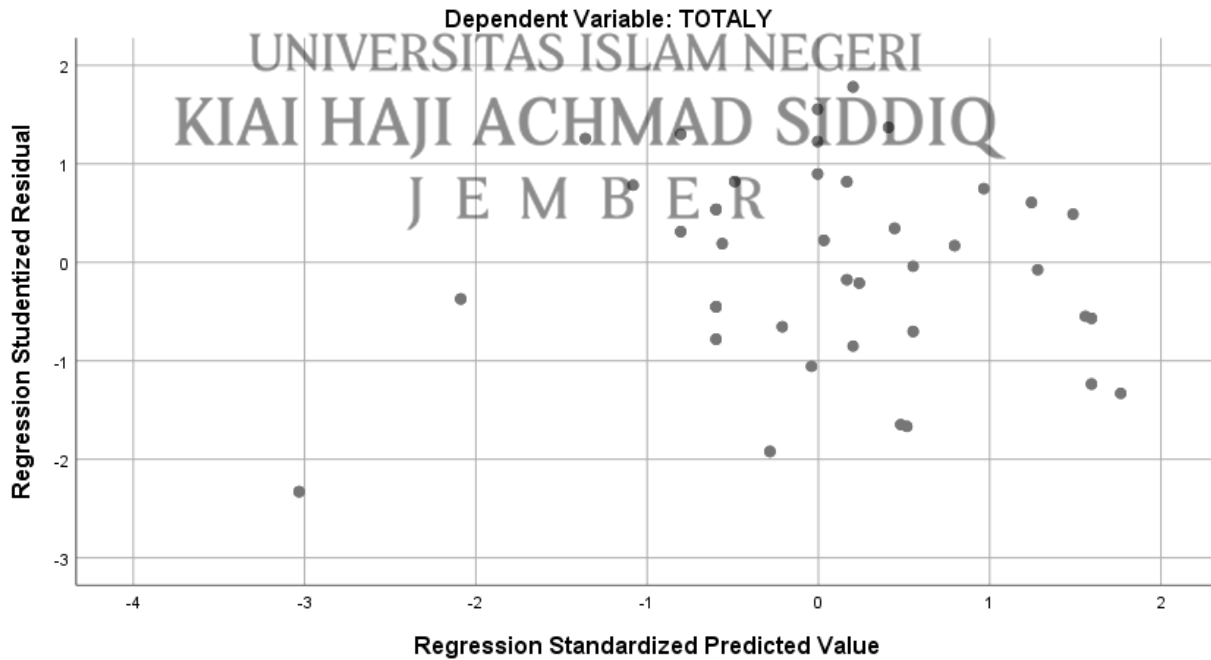
		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.55870291
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.083
	Negative	-.055
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.



### UJI HETEROSKEDASTISITAS

Scatterplot



## UJI MULTIKOLINEARITAS

### Coefficients<sup>a</sup>

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	TOTALX1	.472	2.118
	TOTALX2	.472	2.118

a. Dependent Variable: TOTALY

## AGRESI LINEAR BERGANDA

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	12.701	2.273		5.587	.000
	KUALITAS_PRODUK	-.369	.161	-.291	-2.296	.054
	KUALITAS_PELAYANAN	.793	.164	.613	4.833	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_NASABAH

### UJI T (PARSIAL)

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	12.701	2.273		5.587	.000
	KUALITAS_PRODUK	-.369	.161	-.291	-2.296	.054
	KUALITAS_PELAYANAN	.793	.164	.613	4.833	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_NASABAH

## UJI F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	248.114	2	124.057	13.244	.000 <sup>b</sup>
	Residual	983.553	105	9.367		
	Total	1231.667	107			

a. Dependent Variable: KEPUASAN\_NASABAH

b. Predictors: (Constant), KUALITAS\_PELAYANAN, KUALITAS\_PRODUK

## UJIR<sup>2</sup>

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.449 <sup>a</sup>	.201	.186	3.061

a. Predictors: (Constant), KUALITAS\_PELAYANAN, KUALITAS\_PRODUK



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R

## Lampiran II Keaslian tulisan

### PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Lailia Utami

Nim : 205105010022

Prodi Studi : Perbankan Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Institusi : Universitas Islam Negeri KH. Achmad Siddiq Jember

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian dengan judul **“Pengaruh *Service Quality & Product Quality* Terhadap Kepuasan Naabah pda PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton ”** Adalah benar – benar hasil karya saya kecuali kutipan – kutipan yang yang dirujuk sumbernya. Apabila terdapat kesalahan di dalamnya, maka sepenuhnya akan menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dan dapat digunakan sebagaimana semestinya.

Jember, 26 Mei 2024



**Lailia Utami**  
**NIM. 205105010022**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [febi@uinkhas.ac.id](mailto:febi@uinkhas.ac.id) Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B-256/Un.22/7.a/PP.00.9/04/2024  
Lampiran : -  
Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

26 April 2024

Kepada Yth.  
Pimpinan PT. Bank Perkreditan Rakyat Tridana Kencana KC. Paiton  
Jl. Raya Paiton, Pertokoan Keroncong No. 001, Paiton, Probolinggo, Jawa Timur

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama : Lailia Utami  
NIM : 205105010022  
Semester : VIII (Delapan )  
Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Perbankan Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Pengaruh *Service Quality* dan *Product Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Perkreditan Rakyat Tridana Kencana KC. Paiton Pada lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan  
Wakil Dekan Bidang Akademik,



Nurul Widyawati Islami Rahayu



f



PT. BANK PERKREDITAN BAKYAT  
**TRIDANA KENCANA**  
Jl. Raja Paiton - Probolinggo Kecamatan No.001  
Telp. (031) 741.111 - Fax (031) 741.222  
KECAMATAN PAITON - KABUPATEN PROBOLINGGO

**SURAT KETERANGAN PENELITIAN/STUDI**

Nomor : 1528/TK-KC/V/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Miftahul Hidayah, SE  
Jabatan : Kepala Cabang BPR Tridana Kencana Paiton

Dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa di bawah ini :


Nama : Lailia Utami  
NIM : 205105010022  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Prodi : Perbankan Syariah  
Universitas : UIN Khas Jember  
Alamat : KP. Kemiri Selatan RT002 RW001 Desa Selomukti Kec Mlandingan Kab Situbondo  
No. NIK : 3512044206020002  
No. Handphone : 0858-5503-6063

Telah selesai melakukan penelitian dan pengambilan data penelitian di PT. BPR Tridana Kencana Cabang Paiton terhitung mulai tanggal 11 Mei - 14 Mei 2024 untuk memperoleh data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul "Pengaruh *Service Quality* & *Product Quality* terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Tridana Kencana Cabang Paiton".

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sepenuhnya.

Probolinggo, 14 Mei 2024

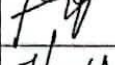
Kepala Cabang BPR Tridana Kencana Paiton

  
Miftahul Hidayah, SE



## JURNAL PENELITIAN

Pengaruh *Service Quality & Product Quality* Terhadap Kepuasan Nasabah  
pada PT. BPR Tridana Kencana KC Paiton

No	Tanggal	Keterangan	Paraf
1.	8 Mei 2024	Menyerahkan surat ijin penelitian	
2.	10 Mei 2024	Penerimaan ijin penelitian	
3.	11 Mei 2024	Penyebaran angket ke nasabah	
4.	13 Mei 2024	Wawancara dengan karyawan selaku Kepala Operasional	
5.	14 Mei 2024	Meminta surat keterangan selesai penelitian	

Paiton, 14 Mei 2024

a.n Pimpinan Kantor Cabang  
PT BPR Tridana KC Paiton



Miftahul Hidayah, S.E

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
J E M B E R



**PEMBERIAN KOESIONER / ANGET KEPADA NASABAH PT. BPR TRIDANA  
KENCANA KC PAITON**







KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur Kode Pos 68136 Telp. (0331) 487550  
Fax (0331) 427005 e-mail: [feb@uinkhas.ac.id](mailto:feb@uinkhas.ac.id) Website: <http://uinkhas.ac.id>



**SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI**

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Lailia Utami  
NIM : 205105010022  
Program Studi : PERBANKAN SYARIAH  
Judul : Pagaruh Service Quality & Product Quality Terhadap  
Kepuasan Nasabah pada PT. BPR Tridana Kencana KC  
Paiton

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ  
JEMBER

Jember, 20 Mei 2024.  
Operator Turnitin  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. Hensa Fariha







## BIODATA PENULIS



**Nama Lengkap** : Lailia Utami  
**NIM** : 205105010022  
**Tempat, Tanggal Lahir** : Situbondo, 02 Juni 2002  
**Alamat** : Kp. Kemiri Selatan Silomukti, RT 002 RW 001,  
Kec Mlandingan, Kab Situbondo  
**No HP** : 085855036063  
**Email** : lailiautami03@gmail.com  
**Riwayat Pendidikan** : SDN 2 Sumber Pinang (2008-2014)  
: SMP Nurul Jadid (2014-2017)  
: SMAN 1 Suboh (2017-2020)  
: UIN Khas Jember (2020-2024)