

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA PT BPR KINTAMAS MITRA DANA DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI



Oleh :
JUMIATI
130910105

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA PT BPR KINTAMAS MITRA DANA DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
Memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh:
JUMIATI
130910105**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama : Jumiati
NPM/NIP : 130910105
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BPR KINTAMAS MITRA DANA DI KOTA BATAM

Adalah hasil karya sendiri dan bukan "duplikasi" dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah Skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah Skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah Skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun

Batam, 01 Agustus 2019



JUMIATI
130910105

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH
PADA PT BPR KINTAMAS MITRA DANA DI KOTA
BATAM**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana

Oleh:
Jumiati
130910105

Telah disetujui oleh Pembimbing
pada tanggal seperti tertera di bawah ini

Batam, 01 Agustus 2019



Putu Hari Kurniawan, S.Sos., M.M.
Pembimbing

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. Penelitian ini dilakukan pada PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 145 orang. Dalam penelitian ini teknik *sampling* yang digunakan tergolong dalam teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% sehingga sampel dalam penelitian ini sebanyak 102 orang yang kemudian dijadikan responden. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah SPSS (*Statistical Product and Services Solution*) versi 21. Penelitian ini menghasilkan persamaan regresi linier berganda dan mempunyai Nilai R Square (R^2) dalam penelitian ini sebesar 40,7%. Berdasarkan hasil penelitian uji t secara parsial diperoleh hasil bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Berdasarkan hasil penelitian uji F diperoleh hasil bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Nasabah.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction. This research was conducted at PT BPR Kintamas Mitra Dana in Batam City. The population in this study amounted to 145 people. In this study the sampling technique used is classified as non-probability sampling technique with purposive sampling method using the Slovin formula with an error rate of 5% so that the sample in this study were 102 people who were then made respondents. The analytical tool used in this study is SPSS (Statistical Product and Services Solution) version 21. This study produces multiple linear regression equations and has a R Square (R²) value in this study of 40.7%. Based on the results of the t-test research, partially obtained the results that Product Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. Based on the results of the F test study, the results showed that Product Quality and Service Quality together had a positive and significant effect on Customer Satisfaction at PT BPR Kintamas Mitra Dana in Batam City.

Keywords: Product Quality, Service Quality, and Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam Ibu Dr. Nur Elfi Husda S.Kom., M.SI.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Putera Batam Ibu Rizki Tri Anugerah Bakti, S.H., M.H.
3. Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Ibu Mauli Siagian, S.Kom., M.Si.
4. Bapak Putu Hari Kurniawan, S.Sos., M.M. selaku pembimbing Skripsi pada Program Studi Manajemen Universitas Putera Batam.
5. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam.
6. Kedua orang tua saya yang telah memberikan semangat dan doanya kepada saya.
7. Segenap Manajemen PT BPR Kintamas Mitra Dana yang telah membantu penulis dalam pengumpulan data.
8. Seluruh Nasabah PT BPR Kintamas Mitra Dana yang telah bersedia menjadi responden dan rela menyediakan waktunya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-Teman seperjuangan yang telah membantu baik dalam suka maupun duka.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Batam, 01 Agustus 2019

Jumiati

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR RUMUS	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Batasan Masalah	8
1.4. Perumusan Masalah	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	10
1.6.1. Manfaat Teoritis	10
1.6.2. Manfaat Praktis	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar	12
2.1.1. Pengertian Kualitas Produk	12
2.1.2. Klasifikasi Produk	13
2.1.3. Indikator Kualitas Produk	13
2.1.4. Pengertian Kualitas Pelayanan	15
2.1.5. Indikator Kualitas Pelayanan	16
2.1.6. Pengertian Kepuasan Nasabah	18
2.1.7. Indikator Kepuasan Nasabah	19
2.2. Penelitian Terdahulu	20
2.3. Kerangka Pemikiran	25
2.4. Hipotesis	26

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian	27
3.2. Operasional Variabel	28
3.3. Populasi dan Sampel	29
3.3.1. Populasi	29
3.3.2. Sampel	29

3.4. Teknik Pengumpulan Data	30
3.5. Metode Analisis Data	31
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian	38
3.6.1. Lokasi Penelitian.....	38
3.6.2. Jadwal Penelitian	38

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	40
4.1.1. Profil Reponden.....	40
4.1.1.1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin	40
4.1.1.2. Deskripsi Responden berdasarkan Umur	41
4.1.1.3. Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan	42
4.1.1.4. Deskripsi Responden berdasarkan Status.....	43
4.1.2. Hasil Analisis Deskriptif	44
4.1.2.1. Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Produk (X1)	44
4.1.2.2. Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan (X2).....	46
4.1.2.3. Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Nasabah (Y).....	47
4.1.3. Uji Kualitas Data.....	49
4.1.3.1. Hasil Uji Validitas.....	49
4.1.3.2. Hasil Uji Reliabilitas	50
4.1.4. Uji Asumsi Klasik.....	51
4.1.4.1. Uji Normalitas.....	51
4.1.4.2. Uji Multikolonieritas	53
4.1.4.3. Uji Heteroskedastisitas	54
4.1.5. Uji Pengaruh	55
4.1.5.1. Analisis Regresi Linier Berganda	55
4.1.5.2. Analisis Koefisien Determinasi	57
4.1.6. Uji Hipotesis	58
4.1.6.1. Uji t (Parsial).....	58
4.1.6.2. Uji F (Simultan)	60
4.2. Pembahasan	61
4.2.1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah.....	61
4.2.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah	62
4.2.3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah	62

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan.....	64
5.2. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA	67
----------------------	----

LAMPIRAN

- Lampiran 1. Pendukung Penelitian
- Lampiran 2. Daftar Riwayat Hidup
- Lampiran 3. Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	26
Gambar 4.1 Diagram Pie Jenis Kelamin	40
Gambar 4.2 Diagram Pie Umur.....	41
Gambar 4.3 Diagram Pie Pendidikan	42
Gambar 4.4 Diagram Pie Status	43
Gambar 4.5 Uji Normalitas Kurva Histogram	51
Gambar 4.6 Uji Normalitas <i>Normal P-P Plot of Regression</i>	52

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Rincian Produk PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam	5
Tabel 1.2 Fluktuasi Nasabah Kredit PT BPR Kintamas Mitra Dana Periode 2016,2017, dan 2018.....	6
Tabel 1.3 Daftar Keluhan Nasabah pada PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam.....	
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.2 Data Pembiayaan Kredit PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam	29
Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif.....	31
Tabel 3.4 Jadwal Penelitian.....	39
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	40
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur	41
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	42
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Status	43
Tabel 4.5 Hasil Analisis Deskripsi Kualitas Produk (X1)	44
Tabel 4.6 Hasil Analisis Deskripsi Kualitas Pelayanan (X2)	46
Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskripsi kepuasan Nasabah (Y)	48
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1).....	49
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)	50
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah (Y)	50
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Data	50
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>One Sample Kolmogrov-Smirnov</i>	53
Tabel 4.13 Hasil Uji Multikolonieritas	54
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.15 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	56
Tabel 4.16 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58
Tabel 4.17 Hasil Uji t.....	59
Tabel 4.18 Hasil Uji F.....	60

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3.1 Slovin	29
Rumus 3.2 <i>Pearson Product Moment</i>	32

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. PENDUKUNG PENELITIAN

Lampiran 1.1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 1.2 Tabulasi Data Responden

Lampiran 1.3 Profil Responden

Lampiran 1.4 Analisis Deskriptif

Lampiran 1.5 Hasil Output Uji Validitas dan Reliabilittas

Lampiran 1.6 Hasil Output Uji Asumsi Klasik

Lampiran 1.7 Hasil Output Uji Pengaruh

Lampiran 1.8 Hasil Output Uji Hipotesis

Lampiran 1.9 Tabel r

Lampiran 1.10 Tabel t

Lampiran 1.11 Tabel F

LAMPIRAN 2. DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN 3. SURAT KETERANGAN PENELITIAN

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perekonomian Negara bisa diperlancar dengan adanya perbankan sebagai sistem keuangan. Melalui bank nasabah bisa menyimpan dan meminjam dana jika diperlukan. Kantor-kantor kas dan cabang sudah diperluas untuk mempermudah bank beroperasi di berbagai kecamatan sehingga mempermudah memberikan pelayanan kepada masyarakat dan mengembangkan pelayanan kepada masyarakat. Masyarakat pun semakin merasakan manfaat perbankan, semakin kuat dukungan dari Pemerintah, dunia usaha (Rahayu, 2017: 464).

Persaingan bisnis dalam dunia perbankan tidak bisa dihindarkan. Perkembangan Bank Perkreditan Rakyat semakin cepat sehingga adanya persaingan yang ketat. Hal ini menjadi tantangan dan peluang bagi Bank Perkreditan Rakyat dalam memberikan fasilitas-fasilitas dan pelayanan yang dapat memberikan kepuasan pada nasabah. Adaptasi sangat diperlukan Bank Perkreditan Rakyat dalam bersaing dengan bank lainnya. Selain itu Bank Perkreditan Rakyat harus memperhatikan keinginan, kebutuhan dan usaha dalam memenuhi kepuasan nasabah bank.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) merupakan lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan, dan/ atau bentuk lainnya yang dipersamakan dan menyalurkan dana sebagai usaha BPR (Rahayu, 2017: 466).

Kepuasan merupakan komparasi antara suatu hasil yang diinginkan dengan hasil yang diharapkan yang akan menimbulkan rasa nyaman atau tidak nyaman terhadap suatu produk yang digunakan (Kotler & Keller, 2009:177). Kepuasan seorang nasabah bank bisa mengalami peningkatan seiring berjalannya kemahiran pelanggan dalam mencari berita terkait suatu produk atau jasa yang diinginkannya, sehingga mewujudkan keinginannya (Hasan, 2013: 95).

Kepuasan nasabah diartikan sebagai tanggapan nasabah terhadap sesuatu produk yang manfaatnya sudah dirasakan setelah menggunakan produk tersebut (Rangkuti, 2011: 31). Perusahaan jasa selalu mengutamakan keinginan nasabahnya agar bisa bersaing dengan perusahaan jasa lainnya. Kepuasan nasabah bisa diraih melalui rencana-rencana yang telah diterapkan oleh manajemen dalam sebuah perusahaan.

Pangsa pasar perbankan yang mencakup di bidang jasa dalam mencapai kepuasan nasabah bank tidak terlepas dari faktor kualitas produk dan kualitas pelayanan. Pada bank mementingkan kualitas produk dan kualitas pelayanan. Kesesuaian antara produk-produk menjadi tolak ukur agar untuk keinginan nasabah tercapai. Nasabah akan setia, senang dan tetap berminat pada bank tersebut jika kebutuhan akan produk perbankannya bermutu dan ada keistimewaan terpenuhi. Produk tabungan, pinjaman, deposito, giro, kartu kredit dan lainnya adalah produk yang sering ditawarkan kepada calon nasabah baru.

Menurut Payne *dalam* (Hidayat, 2009: 59) memberikan definisi kualitas produk adalah hasil dari kepuasan yang bernilai tinggi secara keseluruhan. Nasabah senantiasa membeli jasa serta melakukan penilaian terhadap jasa sesuai

proporsi kemampuan layanan. Keuntungan diterima melalui penilaian dari nasabah.

Penyelesaian masalah digunakan nasabah melalui jasa perbankan dan diberikan penilaian sesuai proporsi tertentu. Keuntungan yang diterima diperoleh melalui penilaian nasabah kepada bank. Pemenuhan harapan nasabah bisa didapatkan melalui cara peningkatan nilai produk, pelayanan serta menemukan keinginan nasabah (Edyansyah, 2014: 183). Selain memberikan kualitas produk yang baik perusahaan juga harus mempertimbangkan kualitas pelayanan yang baik.

Menurut (Tjiptono, 2011: 331) Kualitas pelayanan adalah suatu kondisi keinginan pelanggan yang seimbang antara kesesuaian kepentingan, harapan dan akurasi penyampaiannya sehingga pelanggan merasa puas terhadap produk tersebut. Dengan demikian, hubungan baik antara pelanggan dengan perusahaan bisa terjalin karena adanya kualitas pelayanan yang sesuai harapan atau keinginan pelanggan.

Bukti langsung, kehandalan, daya tangkap, jaminan dan *Empaty* merupakan satu kesatuan agar terciptanya kualitas pelayanan yang baik yang diungkapkan oleh (Tjiptono, 2011: 346-34). Jika lima hal tersebut sudah tercapai, ada kemungkinan untuk tercapainya harapan seorang pelanggan bisa terpenuhi. Pelayanan bisa menjadi rencana dari manajemen pemasaran untuk menghadapi pangsa pasar dengan produk sejenis sehingga perusahaan bisa bersaing secara sehat dengan memperhatikan etika bisnis yang berlaku.

Nasabah bisa merasakan dan menilai langsung pelayanan yang diterimanya. Untuk itu karyawan perbankan harus memperhatikan segala hal yang berhubungan dengan pemberian pelayanan yang baik sehingga tidak merugikan perusahaan akibat tindakannya. Pelayanan terbaik yang diterima oleh nasabah, maka bisa mempertahankan nasabah lama dan nasabah baru.

Penelitian yang dilakukan (Yanuar, Qomariyah dan Santoso, 2017) yang berkesimpulan “Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, dan secara simultan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan”. Penelitian yang dilakukan oleh (Putri, 2017) menghasilkan keputusan secara parsial Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dan secara simultan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

Bank Perkreditan Rakyat (BPR) Kintamas Mitra Dana berdiri sejak tahun 2008. PT BPR Kintamas Mitra Dana berkedudukan dikomplek pertokoan Citramas Blok A no 13-14 Batam. PT BPR Kintamas Mitra Dana merupakan bank yang berperan sangat penting khususnya dalam memberikan pembiayaan kredit berbagai golongan yang ada dalam masyarakat. Pinjaman diberikan bank kepada masyarakat sebagai penyaluran dana sementara pendukung aktivitas perbankan agar lancar dengan memberikan jasa atau fasilitas lainnya.

Hal yang diperhatikan dalam pemberian kredit perbankan PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam, yaitu:

1. Sesuai dengan perjanjian kredit yang diberikan harus sesuai dengan kesiapan, keyakinan dan kemampuan debitur dalam pelunasan hutangnya.
2. Mengikuti aturan dari Bank Indonesia meliputi batas maksimal dana yang dikeluarkan, jaminan yang diberikan serta hal lainnya.

Kegiatan atau Usaha yang dilakukan PT BPR Kintamas Mitra Dana untuk mendapatkan keuntungan yang diperoleh melalui pendapatan bunga adalah sebagai berikut:

1. Mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan berupa deposito berjangka, tabungan, dan/ atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu.
2. Memberikan kredit.
3. Menyimpan dana meliputi bentuk Deposito berjangka, sertifikat deposito, dan atau tabungan pada bank lainnya.

Bank Perkreditan Rakyat Mitra Dana menyediakan produk dalam rangka memberikan pembiayaan kredit yang diajukan oleh calon debitur.

7Tabel 1.1 Rincian Produk PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam

No.	FASILITAS	TUJUAN
1	(KSG) = Kredit Serba Guna	Keperluan pribadi
2	(KI) = Kredit Investasi	Membeli armada usaha
3	(KMK) = Kredit Modal Kerja	Modal usaha
4	(KPM) = Kredit Pemilikan Mobil	Membeli kendaraan pribadi
5	(KPR) = Kredit Pemilikan Rumah	Membeli rumah pribadi
6	(PT) = Pinjaman Tetap	Menambah modal usaha

Sumber: Peneliti, 2019

Pada kenyataannya PT BPR Kintamas Mitra Dana masih belum banyak berinovasi dalam fasilitas produknya sehingga banyak calon nasabah yang belum berminat menggunakan produknya. Kualitas produk yang ditawarkan oleh marketing BPR Kintamas masih kurang sehingga mengakibatkan terjadinya kesalahan dalam analisa kredit baik dalam hal pemberian fasilitas yang dikaitkan dengan tujuan pengajuan calon debitur seringkali tidak sesuai disertai dengan kualitas pelayanan terhadap calon debitur masih kurang memuaskan. Karena itu, calon nasabah yang mengajukan kredit dengan tujuan dan fasilitas ataupun produk yang dibutuhkan justru tidak sesuai. Seperti dalam hal pengajuan kredit calon debitur tidak diberi penjelasan yang lebih jelas tentang kualitas produk yang dimiliki oleh PT BPR Kintamas Mitra Dana sehingga pada saat pembiayaan kredit terjadi kesalahan dalam menganalisa kredit.

Masalah lainnya dari segi penurunan jumlah nasabah kredit, yang bisa dilihat sebagai berikut ini:

Tabel 1.2 Fluktuasi Nasabah Kredit PT BPR Kintamas Mitra Dana Periode 2016, 2017 dan 2018.

No.	Tahun	Jumlah Nasabah Kredit
1	2016	212
2	2017	244
3	2018	185

Sumber: Peneliti, 2019

Dari tabel di atas terlihat jumlah nasabah kredit mengalami kenaikan pada tahun 2017 dan mengalami penurunan pada tahun 2018. Banyak penyebab yang bisa menimbulkan penurunan nasabah kredit, menurut survey awal peneliti yang sudah dilakukan kepada nasabah, terdapat nasabah yang berpindah memakai jasa BPR lainnya yang menawarkan suku bunga produk

kredit yang lebih rendah. kejadian seperti ini harus dicegah supaya tidak menjadi ancaman bagi perusahaan. Cara yang bisa dilakukan PT BPR Kintamas Mitra Dana dengan meningkatkan daya saing kredit agar tercipta kepuasan nasabah.

Faktor lainnya yang bisa menyebabkan penurunan nasabah kredit adalah pemberian kualitas pelayanan dari karyawan PT BPR Kintamas Mitra Dana masih tergolong rendah sehingga menimbulkan keluhan dari nasabah.

Tabel 1.3 Daftar Keluhan Nasabah pada PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam

No.	Jenis Keluhan	Jumlah Keluhan
1	Ketangkasannya Pelayanan	4
2	Akurasi Waktu Pelayanan	3
3	Kemampuan Staf	2
4	Area Parkir	4
5	Ketulusan Membantu	4
6	Keramahan Staf	5
7	Toilet	1
Total		23

Sumber: Peneliti, 2019

Tabel 1.3 memperlihatkan bahwa sangat bervariasi keluhan nasabah pada bank. Keramahan staf memperoleh keluhan terbanyak sementara keluhan paling sedikit terjadi pada jenis keluhan toilet. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh marketing kepada calon nasabah kurang peduli akan kebutuhan calon debitur tidak memberikan informasi yang lebih jelas mengenai produk yang PT BPR Kintamas Mitra Dana miliki, begitu pula halnya dengan syarat-syarat dalam pengajuan kredit yang seharusnya dilengkapi sebelum pengajuan kredit tidak disampaikan dengan jelas sehingga sering terkendala dalam melakukan

pemrosesan kredit oleh bagian legal karena kebanyakan calon nasabah mengeluh pada saat ditagih dokumen yang wajib dilengkapi sebelum pencairan kredit dengan alasan tidak diberitahu dari awal pengajuan kredit oleh marketing.

Berdasarkan permasalahan diatas, maka peneliti terpincut untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berlandaskan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat diidentifikasi permasalahannya sebagai berikut:

1. Minimnya inovasi produk kredit yang ditawarkan PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam
2. Penurunan jumlah nasabah kredit pada PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam.
3. Kualitas pelayanan dari karyawan PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam belum maksimal sehingga menimbulkan berbagai jenis keluhan dari nasabah.

1.3. Batasan Masalah

Relevan dengan uraian yang telah dijabarkan, maka batasan masalah yang diterapkan pada penelitian ini yakni:

1. Variabel *Independen* mencakup Kualitas produk dan Kualitas Pelayanan pada PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam.
2. Variabel *Dependen* meliputi Kepuasan Nasabah pada PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam.
3. Penelitian dilakukan pada Nasabah kredit PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam.

1.4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari penelitian ini dari terdapatnya latar belakang, identifikasi masalah dan pembatasan masalah sesuai deskripsi di atas, sebagai berikut:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam?
3. Apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan nasabah PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam?

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Kintamas Mitra dana di Kota Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam.

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan bersifat reliabel dan dapat di kulik kembali pada penelitian di masa mendatang khususnya yang berhubungan dengan variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan kepuasan nasabah pada PT BPR Kintamas Mitra Dana.

1.6.2. Manfaat praktis

Manfaat praktis yang ingin diberikan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan referensi bagi pihak manajemen PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam dalam meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang diberikan terhadap nasabah.

2. Bagi peneliti

Penelitian ini mampu memberikan kontribusi wawasan baru terutama mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam.

3. Bagi Universitas Putera Batam

Sebagai masukan tambahan wawasan, pengetahuan dan informasi bagi mahasiswa dan mahasiswi fakultas ekonomi khususnya yang ingin melakukan penelitian seterusnya.

4. Bagi pihak-pihak lain

Dengan adanya penelitian ini bisa digunakan sebagai referensi maupun sebagai bahan studi oleh pihak *eksternal* dalam melakukan penelitian yang lebih jauh lagi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Teori Dasar

2.1.1. Pengertian Kualitas Produk

(Lupiyoadi, 2013: 214) mendefinisikan kualitas produk merupakan ciri khas dari sesuatu yang bisa dikriteriakan dan diukur. (Kotler dan Keller, 2012: 316) mendefinisikan kualitas produk adalah hasil / kinerja yang sesuai harapan nasabah dari kemampuan suatu produk yang dirasakannya. (Kotler dan Keller, 2009: 143) mendefinisikan kualitas produk adalah harapan nasabah yang tercapai melalui suatu produk atau jasa. Kualitas produk dan jasa yang tertinggi adalah harapan konsumen yang diinginkan dari produsen (Kotler dan Amstrong, 2012: 346). (Kotler dan Amstrong, 2012: 283) potensi produk dalam menjalankan peranannya baik dari durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Lasander, 2013: 291-292) menyatakan kualitas produk adalah harapan pelanggan yang terpenuhi melalui semua kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan.

Jadi berdasarkan pendapat-pendapat yang sudah ada bisa disimpulkan bahwa kualitas produk adalah potensi yang terlihat dan terdapat dalam suatu produk yang dirasakan oleh konsumen sehingga tercapai harapan konsumen secara jangka panjang.

2.1.2. Klasifikasi Produk

Produk yang tersedia di pasaran memiliki empat tingkat kualitas yang terdiri dari kualitas rendah, kualitas rata-rata (sedang), kualitas baik (tinggi) dan kualitas sangat baik (Assaury, 2013: 192-193). Volume penjualan mencapai targetnya dengan adanya produk berkualitas prima, terlebih lagi dengan adanya mutu yang berkualitas sehingga membuat pelanggan yang membeli produk akan melakukan pembelian ulang (Prawirosentono, 2011: 2).

(Kotler dan Keller, 2009: 98) mengungkapkan bahwa klasifikasi produk bisa dilakukan dengan berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud dan tidaknya, produk dapat diklasifikasikan kedalam tiga bagian yaitu:

1. Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*)

Barang tidak tahan lama adalah merupakan pemakaian barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian .

2. Barang tahan lama (*durable goods*)

Barang tahan lama merupakan pemakaian barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dalam banyak pemakaian.

3. Jasa-Jasa merupakan suatu kegiatan yang bisa ditawarkan untuk manfaatnya untuk dijual

2.1.3. Indikator Kualitas Produk

(Lupiyoadi, 2013: 214) terdapat delapan indikator dalam kualitas produk meliputi:

1. *Performance*

Kinerja (*Performance*) yaitu cerminan utama dari karakteristik produk yang bisa diukur manfaatnya.

2. *Reliability*

Keandalan (*Reliability*) yaitu ukuran kemampuan suatu produk tidak akan rusak atau hancur dalam jangka waktu tertentu

3. *Features*

Keistimewaan tambahan (*Features*) yaitu pelengkap tambahan yang bervariasi sehingga menambah nilai dari suatu produk.

4. *Conformance*

Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to specifications*) yaitu suatu kesesuaian produk yang dipasarkan dengan perencanaan, sasaran dan standar yang ditetapkan oleh perusahaan sehingga tercipta kepuasan konsumen.

5. *Durability*

Daya tahan (*Durability*) berkaitan dengan kekutan suatu produk agar dapat digunakan sesuai manfaatnya baik dari segi teknis dan ekonomis.

6. *Serviceability*

Kemampuan pelayanan meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan dan dapat didefinisikan sebagai suatu ukuran kemudahan memperbaiki suatu produk yang rusak atau gagal.

7. *Aesthetics*

Keindahan produk seperti warna, model atau desain, bentuk, rasa, aroma dan lain-lain yang bisa menarik minat nasabah sehingga menjadi pelengkap dasar produk agar lebih baik dihadapan pelanggan.

8. *Customer Perceived Quality*

Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*) merupakan kualitas yang nasabah rasakan.

2.1.4. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kemudahan dalam memperoleh suatu produk yang berguna baik secara akurat maupun sugetif disebut sebagai jasa pelayanan yang dikutip oleh (Yamit, 2010: 22). (Utama, 2010: 11) Rasio antara keinginan pelanggan dengan hasil prestasi terhadap kualitas pelayanan. Collier *dalam* (Utama, 2010: 14) mengartikan bahwa kualitas jasa pelayanan identik dengan konsumen, servis, nilai dan golongan pelanggan.

(Prasetyo & Miftahul, 2012: 72) hasil pemikiran seorang pelanggan sesudah ia menyesuaikan antara yang dipikirkan dengan yang mereka terima disebut kualitas pelayanan.

Kotler dan Keller *dalam* (Tjiptono, 2014: 26) mengisyaratkan jasa sebagai sesuatu yang tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan yang direkomendasikan oleh perusahaan kepada pihak lainnya. (Tjiptono, 2014: 268) kualitas pelayanan diartikan sebagai pusat dari keinginan pelanggan dengan

terkombinasikan antara upaya keperluan pelanggan, keinginan pelanggan dan kesesuaian penyampain informasinya kepada pelanggan.

Dari uraian diatas dapat dirangkum menjadi satu kesatuan bahwa kualitas pelayanan adalah segala hal yang berhubungan dengan pemenuhan kepuasan pelanggan oleh perusahaan jasa.

2.1.5. Indikator Kualitas Pelayanan

(Yamit, 2013: 10) telah melakukan berbagai penelitian terhadap beberapa jenis jasa, dan berhasil mengidentifikasi lima dimensi karakteristik atau indikator yang digunakan oleh para pelanggan dalam mengevaluasi kualitas pelayanan, Kelima dimensi tersebut antara lain:

1. *Tangibles* (bukti langsung)

Meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Bukti langsung merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungannya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yang meliputi fasilitas fisik (gedung, sarana, penunjang dan sebagainya) perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi) serta penampilan karyawannya.

2. *Reliability* (kehandalan)

Kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan sigap dan cekatan sesuai yang telah ditetapkan sebelumnya. Pengertian dan pengetahuan dari perusahaan diperlukan agar perusahaan bisa memenuhi kebutuhan tentang nasabah.

3. *Responsivness* (daya tangkap)

Keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Memberikan pelanggan menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas mengidentifikasi daya tanggap perusahaan terhadap pelanggannya lemah sekali dan hal tersebut akan menyebabkan timbulnya persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.

4. *Assurance* (jaminan)

Mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan. Jaminan merupakan kemampuan perusahaan dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan pada perusahaan menyangkut pelayanan jasa yang diberikannya. Beberapa komponen yang dapat digunakan untuk mengukurnya antara lain komunikasi (*communicatton*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

5. *Empaty*

Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.

Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dimensi keandalan digunakan untuk mengukur kinerja perusahaan dalam menyajikan kualitas pelayanan dari sudut pandang ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan akurasi yang tinggi.

2.1.6. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*Satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*Facio*“ (artinya melakukan atau membuat). Secara sederhana, kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai (Tjiptono, 2016: 204).

(Kotler dan Keller, 2012: 46) mendefinisikan kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa. Menurut (Walker, 2011: 18) kepuasan pelanggan adalah hasil pengalaman terhadap produk. Ini adalah sebuah Operasi pelanggan setelah membandingkan antara harapan (*prepurchase expectation*) dengan kinerja aktual (*actual performance*).

Kepuasan pelanggan adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian (Rangkuti, 2011: 31).

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa secara umum pengertian kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan dilihat dari kesesuaian antara harapan (*expectation*) pelanggan dengan persepsi kinerja dari pelayanan yang diterima (kenyataan yang dialami).

2.1.7. Indikator Kepuasan Nasabah

(Tjiptono, 2016: 219-221) mengidentifikasi empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan dan akses yang mudah serta nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang digunakan bisa berupa kotak saran yang ditempatkan di lokasi-lokasi strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati pelanggan), kartu komentar (yang bisa diisi langsung maupun yang dikirim melalui via pos kepada perusahaan), saluran telepon khusus bebas pulsa, *website*, dan lain-lain.

2) *Ghost Shopping (Mystery Shopping)*

Salah satu cara memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang (*ghost shoppers*) untuk berperan atau berpura-pura sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Mereka diminta berinteraksi dengan staff penyedia jasa dan menggunakan produk atau jasa perusahaan, kemudian melaporkan temuan-temuannya berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing.

3) *Lost Customer Analysis*

Sedapat mungkin perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

4) Survei Kepuasan Pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan dengan penelitian survei, baik melalui survei pos, telepon, e-mail, *websites*, maupun wawancara langsung.

2.2. Penelitian Terdahulu

Menurut (Sanusi, 2012: 196) penelitian terdahulu berisi hal-hal yang dihasilkan dari adanya proses meneliti terdahulu dan berelevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini. Jadi, penelitian sebelumnya yang sejenis oleh peneliti terdahulu adalah sebagai berikut:

Tabel 2.1: Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/ Tahun Jurnal/ Judul Jurnal	Variabel/ Sampel	Analisis Data	Hasil
1	(Sulaiman, 2018) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT Cakrawala Citramega.	X1= Kualitas Pelayanan X2= Kualitas Produk Y= Kepuasan Pelanggan Sampel 96 orang	Analisis Regresi Berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3. Kualitas pelayanan, kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2	(Sigit dan Soliha, 2017) Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah (Kredit Usaha Rakyat di BRI Cabang Batang)	X1= Kualitas Produk X2= Kualitas Layanan Y1= Kepuasan Nasabah Y2 = Loyalitas Nasabah Sampel 100 orang	Analisis Regresi Berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. 2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. 3. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitasnasabah. 4. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. 5. Kepuasan nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama Peneliti/ Tahun Jurnal/ Judul Jurnal	Variabel/ Sampel	Analisis Data	Hasil
3	(Handoko, 2016) <i>The Effect of Product Quality and Delivery Services on Online Customer Satisfaction in Zalora Indonesia.</i>	<i>X1= Product Quality</i> <i>X2= Delivery Service</i> <i>Y= Online-Customer Satisfaction</i> <i>Sample 100 Respondents.</i>	<i>Multiple Regression Analysis Model</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Product quality as one of independent variables partially affects online-customer satisfaction positively and significant.</i> 2. <i>Delivery service as one of independent variables partially affects online-customer satisfaction positively and significant.</i> 3. <i>Product quality and delivery service simultaneously influence onlinecustomer satisfaction positively and significant.</i>
4	(Priyono, 2017). <i>Effect of Quality Products, Services and Brand on Customer Satisfaction at McDonald's.</i>	<i>X1= Quality Product</i> <i>X2= Services</i> <i>X3= Brand</i> <i>Y= -Customer Satisfaction</i> <i>Sample96 Respondents.</i>	<i>Multiple Regression Analysis Model</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Product quality affect positive and significant to customer satisfaction.</i> 2. <i>Services affect positive and significant to customer satisfaction</i> 3. <i>Brand affect positive and significant to customer satisfaction</i> 4. <i>product quality, Services and Brand simultaneously influence positive and significant to customer satisfaction.</i>

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama Peneliti/ Tahun Jurnal/ Judul Jurnal	Variabel/ Sampel	Analisis Data	Hasil
5	(Diza, Moniharapon dan Ogi, 2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada PT. FIF Group Cabang Manado).	X1= Kualitas Pelayanan X2= Kualitas Produk X3= Kepercayaan Y= Kepuasan Konsumen Sampel 100 Responden.	Analisis Regresi Berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 3. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 4. Kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
6	(Zakaria, 2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. (Studi Kasus pengguna jasa transportasi taksi Blue Bird di Surabaya).	X1= Kualitas Pelayanan X2= Kualitas Produk X3= Harga Y= Kepuasan Pelanggan Sampel 110 Responden.	Analisis Regresi Berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan. 4. Kualitas pelayanan dan kualitas produk dan Harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan.

Lanjutan Tabel 2.1

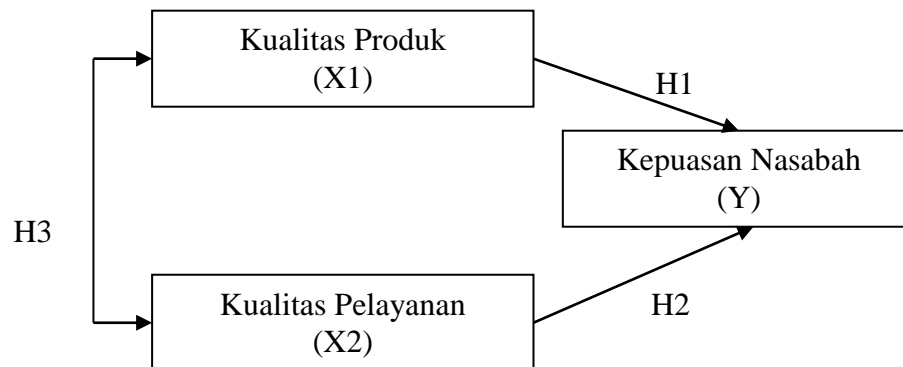
No	Nama Peneliti/ Tahun Jurnal/ Judul Jurnal	Variabel/ Sampel	Analisis Data	Hasil
7	(Finnora dan Razak, 2017) Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan Nasabah. (Studi <i>Standard Chartered Bank</i> . Cabang Kebun Jeruk, Jakarta)	X1= Kualitas Layanan X2= Citra Perusahaan Y= Kepuasan Nasabah Sampel 50 orang	Analisis Regresi Berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. 3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
8	(Anggabrata dan Rahananta, 2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT BPR Balidana Niaga Denpasar	X1 = bukti fisik X2 = keandalan X3 = daya tanggap X4 = jaminan X5 = empathy Y = kepuasan nasabah Sampel 100 orang	Analisis Regresi Berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan <i>empaty</i> berpengaruh nyata secara simultan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Balidana Niaga Denpasar. 2. Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan <i>empaty</i> secara parsial berpengaruh nyata terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Balidana Niaga Denpasar.

Lanjutan Tabel 2.1

No	Nama Peneliti/ Tahun Jurnal/ Judul Jurnal	Variabel/ Sampel	Analisis Data	Hasil
9	(Guspul, 2014) Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Klien Kospin Layanan Cabang Wonosobo)	X1= Kualitas pelayanan X2= Kepercayaan Y= Kepuasan Nasabah Sampel 96 orang	Analisis Regresi Berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah 2. Kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. 3. Kualitas pelayanan dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.
10	(Sanistasya, 2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Cabang Samarinda	X1= Kualitas pelayanan Y1= Kepuasan Nasabah Y2= Loyalitas Nasabah Sampel 110 orang	Analisis Regresi Berganda	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Nasabah 2. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Nasabah 3. Kepuasan Nasabah berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap loyalitas nasabah

2.3. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran disusun sebagai berikut untuk mendukung kelangsungannya penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Sumber: Peneliti, 2019

2.4. Hipotesis

Hipotesis yang dirumuskan berdasarkan landasan teori dan kerangka pemikiran yang telah dibuat sebelumnya adalah:

H1: Kualitas Produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah PT BPR Kintamas Mitra Dana.

H2: Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan nasabah PT BPR Kintamas Mitra Dana

H3: Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Kintamas Mitra Dana

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Deskriptif kuantitatif merupakan ulasan induk dari berbagai keadaan untuk mengetahui posisi dari suatu masalah, skala masalah, dan luas masalah dengan menggunakan data angka, Penelitian dilakukan dengan mencari hasil jawaban dari hipotesis melalui pemrosesan data dari sampel-sampel yang diambil dari suatu populasi di lapangan. Metode survey dipilih untuk melanjutkan penelitian ini. Metode survey digunakan untuk memperoleh sejumlah data alamiah (dari lapangan langsung) dengan menyebarkan alat pengambilan data, misalnya dengan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya (Sugiyono, 2013: 11) .

Penyebaran kuesioner kepada responden dengan cara membuat seperangkat pertanyaan tertulis sehingga mampu diisi oleh responden dengan skala angka sebagai indikator penilaian. Kuesioner dalam penelitian ini berisi pernyataan mengenai data penelitian kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT BPR Kintamas Mitra Dana, kemudian kuesioner diolah untuk dianalisis hipotesisnya, berlanjut dengan kaidah analisis regresi linier berganda dengan maksud memprediksi data berskala interval yang melibatkan lebih dari 1 variabel bebas atau prediktor dengan cara menaikkan nilai dari variabel bebas (Sugiyono, 2013: 277). Dan pengolahan datanya dilakukan dengan aplikasi SPSS versi 21.

3.2. Operasional Variabel

Menurut (Sanusi, 2014: 68) Operasional variabel yakni proses penentuan ukuran suatu variabel. Terdapat 2 variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Penelitian ini menggunakan kualitas produk dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan kepuasan nasabah sebagai variabel dependen. Berikut operasional variabel penelitian ini:

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X1)	Kinerja (<i>Performance</i>)	Likert
	Keandalan (<i>Reliability</i>)	Likert
	Keistimewaan tambahan (<i>Features</i>)	Likert
	Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>Conformance to specifications</i>)	Likert
	Daya tahan (<i>Durability</i>)	Likert
	Keindahan produk (<i>Aesthetics</i>)	Likert
	Kemampuan Layanan (<i>Service ability</i>)	Likert
	Kualitas yang dipersepsikan (<i>perceived quality</i>)	Likert
Kualitas Pelayanan (X2)	<i>Tangibles</i> (Bukti langsung)	Likert
	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	Likert
	<i>Responsivness</i> (Daya tangkap)	Likert
	<i>Assurance</i> (Jaminan)	Likert
	<i>Empathy</i> (Empati)	Likert
Kepuasan Nasabah (Y)	Sistem Keluhan dan Saran	Likert
	<i>Ghost Shopping</i> (<i>Mystery Shopping</i>)	Likert
	<i>Lost Customer Analysis</i>	Likert
	Survei Kepuasan Pelanggan	Likert

Sumber: Peneliti, 2019

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi

Tabel 3.2 memperlihatkan populasi yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari nasabah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Data Pembiayaan kredit PT BPR Kintamas Mitra Dana di Kota Batam

No	Fasilitas	Jumlah
1	(KSG) = Kredit Serba Guna	60
2	(KI) = Kredit Investasi	14
3	(KMK) = Kredit Modal Kerja	28
4	(KPM) = Kredit Pemilikan Mobil	15
5	(KPR) = Kredit Pemilikan Rumah	8
6	(PT) = Pinjaman Tetap	20
Total		145

Sumber: PT BPR Kintamas Mitra Dana, 2019

Jadi dengan melihat tabel pembiayaan kredit, diketahui jumlah populasi yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 145 Nasabah.

3.3.2. Sampel

Teknik pengumpulan sampel yang diambil oleh peneliti menggunakan teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling* dan yaitu salah satu pengambilan sampel secara sengaja dengan pertimbangan tertentu dari peneliti. Rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 5% diterapkan sebagai metode penarikan sampel pada penelitian ini (Noor, 2011: 158) sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Nx (e)^2}$$

Rumus 3.1 Slovin

Sumber : (Noor, 2011: 158)

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persentase kesalahan yang ditetapkan

Melalui rumus perhitungan Slovin dengan persentase kesalahan sebesar 5% diperoleh hasil sampel penelitian sebagai berikut ini:

$$n = \frac{145}{1 + 145 \times (0,05)^2}$$

$$n = \frac{145}{1 + 0,4275}$$

$$n = \frac{145}{1,4275}$$

$$n = 101,576 \text{ (102 Responden)}$$

101,57 adalah hasil yang didapat melalui perhitungan diatas dan dibulatkan menjadi 102 orang, sehingga sampel yang digunakan untuk penelitian ini sejumlah 102 responden.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2013: 193) sumber data primer adalah sumber data yang diperoleh langsung tanpa perantara, dan sumber data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh tidak langsung sehingga diperoleh dari berbagai macam media perantara seperti dokumen atau pihak lain.

Dalam penelitian ini dikumpulkan pada latar alamiah, dari buku-buku, jurnal yang ada, dan dokumen-dokumen sebagai sumber pengumpulan data, kemudian pengumpulan data diperoleh dengan cara menyebarkan kuesioner. Menurut (Sugiyono, 2013: 199) kuesioner merupakan teknik memperoleh data dengan cara membuat seperangkat pertanyaan tertulis sehingga mampu diisi oleh responden dengan skala angka sebagai indikator penilaian. *SPPS Version 21* adalah alat aplikasi yang digunakan untuk pengolahan datanya.

3.5. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan beberapa pengolahan data, yaitu sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Penganalisisan berdasarkan kriteria-kriteria yang ada dan gambaran secara deskripsi tentang variabel yang ada sangat diperlukan. (Sugiyono, 2014: 96) mengemukakan bahwa kriteria dalam analisis deskriptif dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.3 Kriteria Analisis Deskriptif

No.	Rentang Kategori Skor/ Skala Kategori	Nilai Tafsir
1	1,00 - 1,79	Sangat tidak baik/ sangat rendah
2	1,80 - 2,59	Tidak baik/ rendah
3	2,60 - 3,39	Cukup
4	3,40 - 4,19	Baik/ tinggi
5	4,20 - 5,00	Sangat baik/ sangat tinggi

Sumber: (Sugiyono, 2014: 96)

Penelitian ini menggunakan instrument penelitian yang menggunakan Skala Likert dalam bentuk checklist. Skala Likert adalah skala yang

digunakan pada umumnya untuk angket atau kuisioner berupa survei karena menggunakan angka-angka (Sugiyono, 2013: 132). Untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor. Berikut gambaran skala Likert untuk keperluan analisis kuantitatif, yang jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut:

1. Diberi skor 5 = Sangat setuju (SS)
2. Diberi skor 4 = Setuju (ST)
3. Diberi skor 3 = Netral (N)
4. Diberi skor 2 = Tidak setuju (TS)
5. Diberi skor 1 = Sangat tidak setuju (STS)

2. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengidentifikasi pantas alias sejauh mana data tersebut dapat dijadikan alat ukur atau sesuai dengan yang ingin diukur (Ghozali, 2011: 52).

Validitas instrumen ditentukan dengan menghubungkan antara skor yang diperoleh dari setiap pertanyaan atau dengan skor total. Rumus yang digunakan untuk mencari nilai korelasi adalah korelasi *pearson product moment* yang dirumuskan sebagai berikut:

$$r = \frac{N (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Rumus 3.2 *Pearson Product Moment*

Sumber: (Sanusi, 2014: 77)

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

X = Skor butir

Y = Skor total butir

N = Jumlah sampel (responden)

Kriteria pengujian seterusnya adalah nilai r dibandingkan dengan nilai r tabel dengan derajat bebas $(n-2)$. Jika nilai r hasil perhitungan lebih besar daripada nilai r dalam tabel pada α (α) tertentu maka berarti signifikan sehingga disimpulkan bahwa butir pertanyaan atau pernyataan itu valid (Sanusi, 2014: 77).

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengetahui apakah data tersebut dapat digunakan dalam jangka waktu yang cukup panjang dan dapat dipertanggungjawabkan apakah data tersebut sangat berkesinambungan untuk masa lalu dan masa depan (Ghozali, 2011: 47).

Teknik *Cronbach's Alpha* yang dimana dalam teorinya apabila koefisien kehandalan/ $Alpha > 0,6$ berarti instrumen tersebut dikatakan handal dan sebaliknya, apabila nilai $Alpha < 0,6$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

Pendekatan kuantitatif sangat bergantung pada asumsi-asumsi sebagai dasarnya sehingga menggunakan model analisis statistik inferensial. Dalam uji asumsi, menyatakan bahwa terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi sehingga memenuhi kriteria untuk dijadikan sebagai suatu analisis

untuk menguji sebuah hipotesis yang digunakan dalam penelitian (Sugiyono dan Susanto, 2015: 318).

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sebaran data dalam sebuah kelompok berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis grafik dengan melihat grafik Histogram dan *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual*. Uji statistik dengan menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov* (KS) dengan nilai p 2 sisi (*two tailed*). Kriteria yang digunakan adalah apabila hasil perhitungan *Asym sig. 2 tailed* lebih besar dari 0,05 maka data berdistribusi normal (Sugiyono dan Susanto, 2015: 323).

b. Uji Multikolonieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik sebaiknya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2011: 105).

Multikolonieritas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan lawannya nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). *Tolerance* mengukur variabilitas variabel independen yang terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel dependen lainnya. Nilai *outoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya gejala

multikolonieritas adalah nilai $tolerance \leq 0,10$ atau sama dengan nilai $VIF > 10$ (Ghozali, 2011: 105-106).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual atau pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap disebut sebagai homoskedastisitas dan jika berbeda disebut sebagai heteroskedastisitas (Ghozali, 2011: 139). Dalam penelitian ini gejala heteroskedastisitas diuji dengan metode glejser dengan cara menyusun regresi antara nilai absolut residual dengan variabel bebas. Apabila masing-masing variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap absolut residual ($\alpha = 0,05$) maka dalam model regresi tidak terjadi gejala heteroskedastisitas (Sanusi, 2014: 135).

5. Uji Pengaruh

a. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi ganda akan dilakukan bila

jumlah variabel independennya minimal 2. Persamaan regresi untuk prediktor adalah sebaga berikut:

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

Sumber: (Sugiyono, 2013: 271).

b. Koefisien Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2011: 97). Persamaan regresi linier berganda semakin baik apabila nilai koefisien determinasi (R²) semakin besar (mendekati 1) dan cenderung meningkat nilainya sejalan dengan peningkatan jumlah variabel bebas Z(Sanus, 2014: 136).

6. Uji Hipotesis

Pengajuan hipotesis statistik inferensial pada prinsipnya adalah pengujian signifikansi. Signifikansi adalah taraf kesalahan (*confident interval*) yang didapatkan/ diharapkan ketika peneliti melakukan generalisasi sampel penelitian (Sugiyono dan Susanto, 2015: 12).

Cara menyimpulkan apakah menerima/ menolak hipotesis dengan berpedoman pada beberapa tingkat signifikan yang dipatok peneliti, misalnya 5% atau 1%. Setelah menetapkan taraf signifikansi yang dikehendaki peneliti hanya melihat beberapa nilai sig. yang dikeluarkan oleh SPSS (Sugiyono dan Susanto, 2015: 13).

Kaidah penerimaan hipotesis jika nilai sig. $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima dan sebaliknya jika nilai sig. $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak (Sugiyono dan Susanto, 2015: 14).

a. Uji t

Uji t merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Priyatno, 2013: 120). Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

Cara melakukan uji t dengan membandingkan nilai statistik t dengan titik kritis menurut tabel. Apabila nilai statistik t hasil perhitungan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai t tabel, kita menerima hipotesis alternatif yang menyatakan bahwa suatu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2011: 98-99).

b. Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2011: 98).

Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan:

- 1) Bila nilai F lebih besar daripada 4 maka H_0 dapat ditolak pada derajat kepercayaan 5%. Dengan kata lain menyatakan bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Membandingkan nilai F hasil perhitungan dengan nilai F menurut tabel. Bila nilai F hitung lebih besar daripada nilai F tabel, maka H_0 ditolak dan menerima H_a .

3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian

3.6.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT BPR Kintamas Mitra Dana yang beralamat di Komplek Pertokoan Citramas Indah Blok A No 13-14 Batam, dengan pertimbangan efisiensi sumber daya yang dimiliki peneliti dan memungkinkan temuan penelitian ini untuk dapat diaplikasikan secara langsung sehingga dari manfaat praktis dapat dinikmati oleh organisasi.

3.6.2. Jadwal Penelitian

Waktu persiapan untuk membuat penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4 Jadwal Penelitian

No.	Nama Kegiatan	Bulan dan Minggu																
		Apr.				Mei.				Juni.					Juli.			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul	■	■	■														
2	Pencarian Data Awal	■	■	■														
3	Penyusunan Penelitian		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■				
4	Pembagian Kuesioner		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
5	Bimbingan Penelitian		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	Penyelesaian Skripsi		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

Sumber: Peneliti, 2019