

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH KPR PT.
BANK TABUNGAN NEGARA CABANG CIBUBUR**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk menyelesaikan Program

Strata Satu Program Studi Manajemen



Oleh:

LIDYA PERMATASARI

NIM: 2016511188

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
PROGRAM SARJANA PRODI MANAJEMEN S1
JAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN

Bersama ini,

Nama : Lidya Permatasari

NIM : 2016511188

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya ajukan ini adalah hasil karya sendiri yang belum pernah disampaikan untuk mendapatkan gelar pada program sarjana ini ataupun pada program lain. Karya ini adalah milik saya, karena itu pertanggung jawabannya berada di pundak saya, apabila di kemudian hari ternyata pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia untuk ditinjau dan menerima sanksi sebagaimana mestinya.

Bogor, September 2020



Lidya Permatasari

NIM: 2016511332

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI IPWI JAKARTA
PROGRAM SAJANA – PRODI MANAJEMEN S1**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Lidya Permatasari
NIM : 2016511188
Judul Proposal : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap
Kepuasan Nasabah KPR PT. Bank Tabungan Negara Cabang
Cibubur.

Bogor, September 2020

Dosen Pembimbing

Dr. Heru Mulyanto. SE.MM

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH KPR PT BANK
TABUNGAN NEGARA CABANG CIBUBUR**



LIDYA PERMATASARI

NIM: 2016511188

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada hari Kamis tanggal 10 September 2020
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai
Proposal bisnis program sarjana Manajemen-program studi manajemen

- | | |
|-------------------------------------|----------|
| 1. <u>Dra. Yuli Triastuti, MM</u> | ttd..... |
| <u>Ketua</u> | Tanggal: |
| 2. <u>Drs. Muhamad As'ari, MM</u> | ttd..... |
| <u>Anggota</u> | Tanggal: |
| 3. <u>Dr. Heru Mulyanto, SE, MM</u> | ttd..... |
| <u>Anggota/Pembimbing</u> | Tanggal: |

Menyetujui,

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IPWIJA
Program sarjana – Program Studi Manajemen
Ketua Program

Dr. Susanti Widhiastuti, SE, MM

Tanggal:

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Kpr. Penelitian ini dilakukan kepada nasabah yang sudah akad kredit dengan Bank Btn Cibubur, Penelitian ini berfokus pada 1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan kepada kepuasan nasabah, 2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk kepada kepuasan nasabah dalam bidang produk kpr di Bank Btn Cibubur.

Pengujian Hipotesis ini dilakukan dengan menyebar kuesioner sebanyak 40 kepada nasabah Bank Btn dengan teknik penyebaran kuesioner lima skala penilaian dari sangat tidak setuju sampai sangat setuju. Kemudian pengujian dilakukan dengan mendeskripsikan data penelitian dan melakukan analisis regresi, uji validitas dan uji realibilitas serta uji asumsi klasik. Metode analisis regresi sederhana ganda digunakan sebagai alat analisis sedangkan pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t dan uji-f dibantu statistic (SPSS Versi 16).

Dari hasil perhitungan data analisis yang digunakan maka disimpulkan hasil penelitian menemukan dua temuan utama sesuai dengan hipotesis yang diajukan yaitu Kualitas Pelayanan tidak memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah, Kualitas Produk memiliki pengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah.

Berdasarkan hasil temuan ini maka untuk meningkatkan Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur disarankan agar dilakukan upaya memperbaiki kualitas pelayanan dan Kualitas Produk.

Kata kunci:

Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and product quality on Kpr customer satisfaction. This research was conducted on customers who have a credit agreement with Bank Btn Cibubur. This study focuses on 1. To determine the effect of service quality on customer satisfaction, 2. To determine the effect of product quality on customer satisfaction in the field of kpr products at Bank Btn Cibubur.

This hypothesis testing is done by distributing 40 questionnaires to Btn Bank customers with a five-scale questionnaire distribution technique ranging from strongly disagree to strongly agree. Then the test is carried out by describing the research data and conducting reference analysis, validity and reliability tests as well as classical assumption tests. The simple multiple regression analysis method is used as an analysis tool while hypothesis testing is done by using the t-test and the f-test assisted by statistics (SPSS Version 16).

From the results of the calculation of the data analysis used, it is concluded that the results of the study found two main findings in accordance with the proposed hypothesis, namely Service Quality does not have a positive effect on Customer Satisfaction, Product Quality has a positive influence on Customer Satisfaction.

Based on these findings, to increase customer satisfaction at PT. It is recommended that the Cibubur branch of the State Savings Bank be made efforts to improve service quality and product quality.

Keywords:

Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH KPR PT. BANK TABUNGAN NEGARA CABANG CIBUBUR" sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ipwi Jakarta.

Dalam penyusunan proposal skripsi ini penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Dr. Heru Mulyanto, SE.MM Selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan proposal skripsi.
2. Dr. Susanti Widhiastuti, SE, MM Selaku ketua Program Studi Sarjana Manajemen S1 STIE IPWIJA.
3. Dr. Suyanto, SE., MM, M.Ak. selaku Ketua STIE IPWIJA
4. PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian pada Pt tersebut
5. Civitas Akedemik STIE IPWIJA

6. Rekan-rekan mahasiswa Program Sarjana Program Studi Manajemen STIE IPWIJA Khususnya F15 yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
7. Sahabat terbaik yang senantiasa meluangkan waktu dan pikiran untuk membantu dalam penyelesaian penyusunan ini
8. Kedua orang tua yang tak henti-hentinya memberikan doa dan dukungan moril maupun materi.
9. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu penulis baik langsung maupun tidak langsung dalam menyelesaikan laporan penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang manajemen Pemasaran

Bogor, September 2020

Penulis

Lidya Permatasari

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	
Halaman Orisinalitas.....	i
Halaman Persetujuan Dosen Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan skrpsi.....	iii
Abstrak.....	iv
Abstract.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika penulisan.....	9
BAB 2 PROFIL PERUSAHAAN DAN GAMBARAN PRODUK	
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.2 Faktor-faktor manajemen pemasaran.....	13
2.2 Kualitas Pelayanan.....	14
2.2.1 Karakteristik.....	15
2.2.2. Indikator kualitas pelayanan.....	16

2.3 Kualitas Produk	17
2.3.1 Strategi Produk	18
2.3.2 Indikator Kualitas Produk	19
2.4 Kepuasan Nasabah	20
2.4.1 Elemen Kepuasan Konsumen	21
2.4.2 Indikator Kepuasan Nasabah	22
2.5. Penelitian Terdahulu	25
2.6. Kerangka Pemikiran	28
2.4. Hipotesis Penelitian	30

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	31
3.2 Desain Penelitian	32
3.3 Operasionalisasi Variabel	33
3.4 Populasi, Sample dan Metode Sampling	34
3.4.1 Populasi	34
3.4.2 Sampel	34
3.4.3 Metode Sampling	35
3.5 Metode Pengumpulan Data	31
3.6 Instrumentasi Variabel	32
3.7 Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis	37
3.7.1 Analisis Deskriptif	37
3.7.2 Analisis Regresi Linier Ganda	38
3.7.2.1 Uji Persyaratan Analisis	38
3.7.2.2 Uji Model/Goodnes Of Fit Test	40
3.7.2.3 Pengujian Hipotesis	41

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	44
4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	44
4.1.1.1 Logo perusahaan	47
4.1.1.2 Visi dan Misi	47
4.1.1.3 Produk Bank Btn	47
4.1.1.4 Struktur Organisasi.....	50
4.1.2 Karakteristik Responden.....	51
4.1.2.1 Karakteristik Responden jenis kelamin.....	52
4.1.2.2 Karakteristik Responden Jenis Kpr	52
4.1.3 Uji Instrumen Penelitian	53
4.1.3.1 Uji Validitas dan reliabilitas X1	54
4.1.3.2 Uji Validitas dan realibilitas X2.....	55
4.1.3.3 Uji Validitas dan realibilitas Y.....	57
4.1.4 Analisis data	58
4.1.4.1 Uji Normalitas	58
4.1.4.2 Uji Multikolineritas	69
4.1.4.3 Uji Asumsi Autokorelasi	61
4.1.4.4 Uji Asumsi Heteroskedastistasan	61
4.1.5 Uji Kelayakan Model.....	62
4.1.6 Pengujian Hipotesis	65
4.1.7 Pembahasan penelitian.....	68

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	72
---------------------	----

5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Realisasi Kpr	6
Tabel 2.1 Penelittian Terdahulu	25
Tabel 2.2 Alur	29
Tabel 3.1 Rencana Penelitian	31
Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel	33
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	52
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Jenis Kpr	53
Tabel 4.3 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	54
Tabel 4.4 Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan.....	55
Tabel 4.5 Uji Validitas Kualitas Produk	56
Tabel 4.6 Uji Realibilitas Kualitas Produk	56
Tabel 4.7 Uji Validitas Kepuasan Nasabah.....	57
Tabel 4.8 Uji Realibilitas Kepuasan Nasabah.....	57
Tabel 4.9 Uji Multikolonieritas.....	60
Tabel 4.10 Uji Autokorelasi Durbin Watson	61
Tabel 4.11 Uji Heteroskedastisitas.....	62
Tabel 4.12 Koefisien Determinasi.....	63
Tabel 4.13 Anova	64
Tabel 4.14 Analis Regresi Ganda.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.9 Alur Pikir.....	25
Gambar 3.1 Rencana Penelitian	32
Gambar 4.1 Logo Bank Btn	47
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	50
Gambar 4.3 Uji Normalitas.....	59
Gambar 4.4 Rangkuman Hasil Nilai	68

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam suatu sistem pemasaran sebuah produk atau jasa pelayanan nasabah pasti selalu menginginkan suatu pelayanan yang baik dari seorang penjual atau pemberi jasa tersebut karna kualitas pelayanan, kualitas produk sangat penting bagi nasabah. Bila kualitas yang diberikan penjual itu sesuai dengan harapan nasabah maka kepuasan itu akan di nilai dari pelayanan yang diberikan penjual dapat memenuhi keinginan tersebut. Penilaian kepuasan merupakan suatu hal yang penting dalam memberikan layanan yang baik, nasabah merasa tidak puas karena pelayanan yang disediakan disimpulkan tidak efektif dan tidak efisien. Meningkatkan kepuasan merupakan faktor yang sangat penting dalam mengembangkan suatu pelayanan yang disediakan oleh penjual atau pemberi jasa tersebut untuk mempertahankan nasabah tetap selalu berinterkasi atau terus bekerjasama dengan penjual.

Aktivitas bisnis dalam sebuah perusahaan bagaimana cara penjualan suatu produk diminatin oleh kalangan masyarakat strategi pemasaran dalam bisnis sangat diperlukan dalam menjalankan sebuah bisnis , banyak hal yang diperhatikan dalam penjualan atau pemasaran suatu produk yaitu bagaimana kualitas produk yang akan perusahaan jual sesuai dengan yang nasabah inginkan, karna kualitas produk adalah merupakan sesuatu yang mampu memenuhi keinginan nasabah. Produk yang dijual ke nasabah kualitas produknya harus sesuai dengan keinginan nasabah dan lebih baik

kualitas produk bisa mengalahkan kualitas produk pesaing bisnis tersebut, bila kualitas produk yang dijual perusahaan dipikirkan nasabah baik penjualan produk perusahaan akan bertambah untuk jangka panjang.

Selain kualitas produk yang sangat penting dalam sebuah bisnis kualitas pelayanan sangat diperlukan dalam menjalankan atau dalam kita bekerja di suatu perusahaan, dimana setiap bisnis atau setiap karyawan harus memberikan kualitas pelayanan yang baik dalam pelayanannya ke semua nasabah, kualitas pelayanan adalah bagaimana si penjual memenuhi keinginan nasabah dalam melakukan pelayanan yang sesuai dengan harapan nasabah tersebut, bila nasabah mendapatkan keinginan atau pelayanan yang didapatkan sesuai perusahaan akan mendapatkan keuntungan karna kepuasan nasabah terhadap pelayanan perusahaan akan mendapatkan dampak yang baik.

Kemajuan sistem modern di jaman digital sangat berpengaruh bagi masyarakat dan perusahaan jasa, dulunya masyarakat bila ingin menabung jarang yang menggunakan atau mempercayakan uangnya ke sebuah perusahaan jasa atau yang disebut Bank, tetapi setelah kemajuan jaman ini masyarakat dari menengah kebawah hingga menengah keatas mulai membiasakan dirinya untuk menabung atau payroll gajinya lebih banyak yang menggunakan tabungan atau gaji ditransfer ke rekening dibandingkan cash.

Bank adalah Lembaga umum yang menyediakan jasa penyimpanan tabungan investasi dan penyediaan pembelian rumah melalui atau menggunakan fasilitas kredit yang di sebut KPR (Kredit Pemilikan Rumah), dan hal ini masyarakat mulai terbiasa

menggunakan bank untuk memenuhi kebutuhan umum dan kebutuhan tempat tinggal mereka, karna ini sangat membantu nasabah untuk membeli rumah impian ataupun mendapatkan pinjaman untuk kebutuhan yang mereka butuhkan melauai bank. Salah satu bank yang meyediakan jasa pembiayaan kredit rumah adalah Bank Tabungan Negara atau biasa di sebut dengan Bank BTN.

Di dalam bisnis Bank BTN, nasabah adalah orang yang berhubungan dengan atau menjadi pelanggan yang tetap dan sering berinteraksi dalam waktu yang cukup lama, nasabah dalam perbankan dibagi menjadi dua nasabah debitur dan nasabah penyimpanan. Nasabah debitur adalah nasabah yang memperoleh fasilitas kredit maupun pembiayaan di bank dengan melewati proses perjanjian antara bank dengan nasabah bank yang telah dilakukan sebelumnya, nasabah debitur terdiri dari kalangan menengah atas, menengah kebawah dan nasabah debitur nasabah yang bertujuan untuk mencari rumah untuk mendapat fasilitas KPR di bank. Nasabah datang keperumahan yang diinginkan mempunyai kerjasama dengan Bank ataupun mereka bisa datang langsung ke bank untuk mendapatkan pelayanan langsung dan mendapatkan fasilitas kredit rumah baru, second atau pengajuan agunan rumah.

Sedangkan nasabah penyimpanan adalah nasabah yang menempatkan dananya dibank dalam bentuk simpanan yang disebut tabungan, dengan melewati proses perjanjian antara bank dan nasabah sebelumnya, biasanya nasabah bank terdiri dari perorangan, perusahaan, instasi pemerintah, yayasan, organisasi, Lembaga social kemasyarakatan dan badan usaha lainnya.

Selain nasabah dalam sebuah bank yang menjalankan bisnis kredit bank juga harus mempunyai atau bekerjasama dengan perusahaan property yang disebut dalam bank adalah devolever yaitu instansi perorangan atau perusahaan yang membuat perumahan, perusahaan pembangunan perumahan adalah perusahaan yang berusaha dalam bidang pembangunan perumahan dari berbagai jenis dalam jumlah yang besar di atas suatu lingkungan pemukiman yang dilengkapi dengan berbagai prasarana lingkungan dan fasilitas social yang diperlukan oleh masyarakat penghuninya.

Kerja sama antara developer dengan bank untuk memulai suatu bisnis property dalam kpr atau kredit pemilikan rumah, apabila penjualan rumah dilakukan dengan kpr ke bank maka langkah pertama yang harus dilakukan oleh divisi legal menyiapkan proses pks atau proses kerja sama dengan bank. Developer bisa menyerahkan document persyaratan ke pihak bank untuk mendapatkan kerja sama dengan pihak bank dan mendapatkan fasilitas bila berkejasama dengan pihak bank seperti fee marketing bila ada penjualan dan developer menyiapkan akad kredit bila nasabah jadi membeli rumah dan pencairan penjualan rumah diberikan kepada developer.

Perusahaan jasa adalah perusahaan yang melayani segala kebutuhan nasabah baik dalam bentuk pelayanan maupun dalam bentuk menerima keluhan nasabah , banyak nasabah yang merasa kurang puas dalam sebuah pelayanan yang diberikan perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa kredit mempunyai berbagi macam keluhan yang di miliki oleh nasabahnya.

Salah satu perusahaan kredit adalah PT. Bank Tabungan Negara bergerak dibidang perkreditan rumah ini sering kali mempunyai permasalahan yang dirasakan oleh nasabah mereka baik dalam bentuk pelayanannya ataupun produknya, tetapi untuk produk kpr masi banyak di minati oleh masyrakat ini adalah produk Kpr Subsidi dan Kpr Non Subsidi masih banyak masyrakat yang sangat membutuhkan produk ini untuk memenuhi keinginan masyrakat untuk memiliki rumah baik dari mulai kalangan menengah kebawah hingga menengah keatas, karna tempat tinggal atau rumah adalah kebutuhan wajib yang diperlukan oleh masyrakat bagi mereka yang berniat untuk memiliki rumah.

PT. Bank Tabungan Negara cabang cibubur sudah lama dalam bisnis property dan diminati oleh kalangan masyrakat kualitas pelayanan dan kualitas produk sangat berpengaruh untuk kepuasan nasabah di PT. Bank Tabungan Negara cabang cibubur, Bila nasabah merasakan kepuasan dalam pelayanan ataupun produk akan menambah minat nasabah untuk membeli kembali rumah melalui produk kpr di bank btn cibubur atau merekomendasikan kepada rekan mereka, karna kepuasan nasabah adalah hal utama dalam menjual jasa kepada nasabah, berikut adalah hasil dan jumlah nasabah yang akad Kpr Subsidi dan Non Subsidi di PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur.

Tabel 1.1
Realisasi Kpr Subsidi dan Non Subsidi

No	Bulan	Subsidi	Non Subsidi
1	November	7.675.253.980	30.865.137.980
2	Desember	30.619.950.000	64.169.999.000
3	Januari	1.526.150.000	13.739.200.000
4	Februari	15.773.279.980	27.748.355.980
5	Maret	32.188.411.000	18.430.590.000
6	April	9.011.799.800	14.708.350.000
7	Mei	7.823.400.000	16.964.150.000
8	Juni	8.153.800.000	21.165.350.000
9	Juli	22.279.700.000	23.276.063.000

Faktor – faktor yang menyebabkan kurangnya kepuasan nasabah adalah, kualitas pelayanan, suku bunga, kualitas produk (Gerardo Andrew Tumangkeng, 2013). Loyalitas nasabah (Rizky pratama putra, 2014). Keunggulan Produk (Septiana dewi, 2014) Citra merek (Conny Sondakh, 2014). Mutu pelayanan (Novia Hardiyanti Putri, 2016). Dalam Beberapa faktor ini faktor yang sangat berpengaruh dalam kepuasan nasabah di PT Bank Tabungan Negara dilihat dari keluhan nasabah yaitu faktor kualitas pelayanan dan kualitas produk karna nasabah membutuhkan kualitas produk yang memenuhi keinginan nasabah dan kualitas pelayanan yang dapat memberikan tanggapan terhadap keluhan nasabah.

Keunggulan produk adalah superioritas atau pembedaan yang lebih tinggi dibandingkan dengan tawaran competitor. 26 Unsur-unsur keunggulan produk, misalnya keunikan, nilai dan keuntungan yang ditawarkan perusahaan harus dilihat dari perspektif pelanggan yang didasarkan pada pemahaman atas kebutuhan dan keinginan

pelanggan dan juga dari faktor subjektif mereka suka dan tidak suka didalam penelitian Pengaruh pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah (Septiana dewi exnawati, 2014).

Konsep kualitas pelayanan dalam perspektif Islam adalah bentuk evaluasi kognitif dari konsumen atas penyajian jasa oleh organisasi jasa yang menyandarkan setiap aktivitasnya kepada nilai-nilai moral dan sesuai kepatuhan yang telah dijelaskan oleh syariat Islam didalam penelitian pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank Syariah surabaya (Rizkky pratama putra, 2014).

Berdasarkan dua penelitian diatas ada penjelasan tentang keunggulan produk dan konsep kualitas pelayanan dalam perspektif islami, Dalam hal ini perlu nya dilakukan penelitian tentang kepuasan nasabah tentang faktor produk ataupun kualitas pelayananya yang menimbulkan kepuasan dalam hal membeli bagi nasabah. Perbedaan dengan penelitian yang penulis ambil adalah indikatornya tentang kualitas produk berbeda dengan keunggulan produk, dan kualitas layanan berbeda dengan konsep pelayanan. Penelitian yang akan di teliti adalah '*Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kualitas produk Terhadap kepuasan nasabah kpr Pt Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur*'

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dalam penyusunan penelitian ini penulis merumuskan masalah sebagai dasar penelitian yang dilakukan yaitu apakah terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Kpr di PT. Bank Tabungan Negara Cibubur:

- a. Apakah terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kpr di PT. Bank Tabungan Negara Cibubur.
- b. Apakah terdapat Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Kpr di PT. Bank Tabungan Negara Cibubur.

1.3 Tujuan Penelitian

Sebagaimana telah dijelaskan pada latar belakang masalah, tujuan penelitian ini adalah untuk mngetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Kpr di PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur..

- a. Untuk mngetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kpr di PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur.
- b. Untuk mngetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Kpr di PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian adalah:

- a. Sebagai bahan referensi dan pengembangan-pengembangan penelitian lebih lanjut dengan masalah yang sama
- b. Untuk lebih memahami dan menganalisa yang mempengaruhi kualitas pelayanan dan kualitas produk perusahaan
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi Instansi, dimana dapat memberikan manfaat untuk peningkatan kepuasan kpr nasabah.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami penelitian ini, maka dibuatlah sistematika penulisan yang terdiri dari lima bab, yang tersusun sebagai berikut:

Bab 1: PENDAHULUAN.

Dalam bab ini menguraikan, mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan mengenai landasan teori yang terdiri dari Pelayanan, produk, dan kepuasan. Bab ini juga menjelaskan penelitian-penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis.

Bab 3: METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan tempat dan waktu penelitian, desain Penelitian, operasionalisasi variabel, populasi, sampel dan metode sampling, metode

pengumpulan data, instrumentasi variabel penelitian dan metode analisis dan pengujian hipotesis.

Bab 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang hasil penelitian dan analisis. Yaitu berupa penjelasan deskripsi mengenai objek penelitian. Lalu dijelaskan juga tentang hasil analisis penelitian, berupa data-data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner, serta pembahasan mengenai analisis regresi dan pembahasan hasil penelitian.

Bab 5: KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan bab penutup yang berisi kesimpulan dan saran.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 Manajemen Pemasaran

Menurut koltler dan Amstrong (2012:29), “*Marketing as the process by which companies create value for customers and build strong customer relationships in order to capture value from customers in return*”, artinya menyatakan bahwa pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan dan membangun hubungan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalan.

Dasarnya pemasaran adalah merupakan suatu proses social dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan dengan yang lain menurut koltler and keller (2016: 6). Manajemen pemasaran diartikan sebagai suatu seni dan ilmu dalam memilih pasar sasaran dan mendapatkan , menjaga , serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan , menyerahkan , dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. (Hery, 2019:3).

Menurut Sudaryono (2016:43-49), konsep inti pemasaran ada 4, yaitu:

- a. Kebutuhan, keinginan, dan permintaan inti pemasaran yaitu di mulai dengan kebutuhan dan keinginan manusia. Salah satu kebutuhan manusia antara lain seperti, makan, pakaian, tempat tinggal dll. Seperti yang kita ketahui, kebutuhan dan keinginan memiliki arti yang berbeda. Kebutuhan merupakan sesuatu yang dibutuhkan untuk bertahan hidup, sedangkan keinginan merupakan hasrat atau pemuas dari sesuatu yang kita inginkan.
- b. Produk, nilai, biaya, dan kepuasan apabila kita hendak memenuhi kebutuhan dan keinginan pasti berhubungan dengan produk ataupun jasa. Produk adalah sesuatu barang yang ditawarkan untuk memenuhi dan keinginan manusia. Manusia mempunyai suatu produk bukan dilihat dari fisiknya akan tetapi dilihat dari segi fungsinya. Contohnya apabila kita membeli sebuah microwafe, kita membeli microwafe bukan untuk dicintai akan tetapi untuk memasak yang menjadi kebutuhan manusia.
- c. Pertukaran, transaksi, dan hubungan kebutuhan dan keinginan manusia pada awalnya melalui pertukaran sesama manusia. Pada zaman dahulu apabila manusia membutuhkan barang maka mereka akan saling bertukar barang (barter) sesuai dengan barang yang mereka butuhkan. Dengan adanya pertukaran ini, adanya transaksi dengan sesama manusia, hal ini transaksi bukan menggunakan uang karena pada zaman dahulu belum ditemukannya uang. Dari hal itulah, maka manusia pada zaman dahulu sangat menjadi hubungan dengan baik.

- d. Pasar, pemasaran, dan pemasar pasar merupakan salah satu tempat bertemunya antara pembeli dan penjual. Di pasar kita dapat menemukan barang yang kita butuhkan dan inginkan dan mampu untuk melakukan 13 pertukaran untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan. Jadi besarnya pasar tergantung jumlah orang yang memiliki kebutuhan, punya sumber daya yang diminati orang lain, dan mau menawarkan sumber daya itu untuk ditukar untuk memenuhi kebutuhan mereka.

1.1.2 Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Manajemen Pemasaran

Menurut (Linardo, 2018) factor-faktor yang mempengaruhi manajemen pemasaran sebagai berikut:

a. Lingkungan Mikro

Perusahaan: Dalam lingkungan internal perusahaan terdapat manajemen puncak, keuangan, litbang, pembelian , manufaktur dan accounting.

Pelanggan: Beberapa tipe pelanggan, Pasar konsumen, Pasar bisnis , Pasar pedagang besar, pasar pemerintah.

Pesaing.

b. Lingkungan Makro

Yaitu kekuatan masyarakat lebih luas yang dapat memengaruhi seluruh lingkungan mikro antara lain demografi, ekonomi , alam , teknologi , politik dan lingkungan demografi; yang ledakan pertumbuhan penduduk menyebabkan peningkatan konsumsi sumber daya dan populasi.

Pemasaran adalah merupakan suatu proses social dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan. (Kotler and Keller 2016:6).

2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Nasution dalam Rusydi (2017:39) “kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen. Kualitas pelayanan dalam pengertian tersebut menjelaskan bahwa yang dijunjung tinggi oleh konsumen dinilai dari bagaimana perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya, karena dengan pelayanan tersebut seorang konsumen dapat menilai dan memberikan sebuah kepuasan untuk tetap bertahan atau mencari yang lebih baik lagi”.

Kualitas pelayanan merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan (Sunyoto, 2012).

Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2011:180) kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi konsumen. Berdasarkan definisi ini, kualitas layanan ditentukan oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan ekspektasi konsumen. Kualitas jasa dapat di definisikan “Pelayanan (service) bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yaitu service operations

yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan (Tjiptono, 2016: 4).

Dari teori para ahli diatas maka dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah segala bentuk tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi harapan serta keinginan konsumen dan menurut sumber Rusydi (2017:39) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen. Maka Kualitas Pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diberikan melampaui harapan konsumen maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas.

2.2.1 Karakteris Pelayanan

Menurut Leonard L.Berry dikutip oleh Tjiptono dalam Sunyoto (2012) mengemukakan ada 3(tiga) karakteristik pelayanan, yaitu:

- a. Lebih bersifat tidak berwujud daripada berwujud (*more intangible than tangible*).
- b. Produksi dan konsumsi bersamaan waktu (*simultaneous production and consumption*).
- c. Kurang memiliki standard an keseragaman (*less standardized and uniform*)

Menurut Tjiptono (2014:268), kualitas pelayanan jasa berfokus pada upaya pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan, yang berarti kualitas pelayanan ditentukan oleh suatu perusahaan untuk memuaskan harapan konsumen.

2.2.2 Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan

Berikut indikator Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2014: 268)

- a. Berwujud (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, Kenyamanan tempat melakukan pelayanan, kemudahan dalam proses pelayanan, kedisiplinan petugas, kemudahan akses pelanggan dalam permohonan pelayanan, penggunaan alat bantu dalam pelayanan.
- b. Empati (*Emphaty*), yaitu mendahulukan kepentingan pelanggan, petugas melayani dengan sikap ramah, petugas melayani dengan sikap sopan santun, petugas melayani dengan tidak diskriminatif, petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan.
- c. Daya tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan dalam kemampuan dari karyawan memberikan pelayanan secara cepat dan tanggap. Kesiapan para karyawan untuk memenuhi keinginan konsumen dengan tanggap dan ramah, Semua keluhan pelanggan pelanggan direspon oleh petugas.
- d. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan layanan dengan segera, memiliki standar pelayanan yang jelas, kemampuan petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan.
- e. Jaminan (*Assurance*), yaitu mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff mengenai janji yang diberikan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

2.3 Kualitas Produk

Kualitas Produk salah satu kunci persaingan antara perusahaan yang ditawarkan kepada konsumen. Konsumen selalu inginkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar. Menurut Kotler dan Keller (2009: 143) Kualitas Produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Setiap perusahaan yang menginginkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas, yang ditampilkan baik Menurut Wahjono (2010: 88) Produk adalah setiap apa saja yang ditawarkan dipasar untuk mendapatkan perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan manusia.

Menurut Tjiptono (2012) Kualitas Produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Koltler dan Amstrong (2012:51), produk adalah kesatuan barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan agar dapat dibeli atau dikonsumsi pasar untuk memuaskan kebutuhan.

Dari teori diatas, dapat disimpulkan mengenai definisi kualitas produk yaitu kemampuan dari suatu produk yang meliputi daya tahan, kehandalan, ketepatan kemudahan dalam penggunaan dan perbaikan produk. Maka dari itu Kualitas Produk merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Kualitas produk berhubungan kuat dengan kesetiaan pelanggan menurut Hasan (2014 : 148), konsumen yang memperoleh kepuasan atas produk yang dibelinya cenderung melakukan pembelian ulang produk yang sama, salah satunya adalah kualitas.

2.3.1 Alternatif Pengembangan Strategi Produk

Menurut Koltler dan Keller (2012:43-44), ada tiga alternatif pengembangan strategi produk, yaitu:

- a. Pertumbuhan intensif dengan tujuan untuk meningkatkan market share dengan menggunakan strategi penterasi pasar.
- b. Pertumbuhan integratif dengan tujuan membuat produk baru dengan menggunakan strategi pengembangan pasar.
- c. Pertumbuhan diversifikasi dengan tujuan memperluas pasar sasaran dengan menggunakan strategi pengembangan.

2.3.2 Indikator-indikator Kualitas Produk

Kualitas produk memiliki indikator yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut David Garvin dalam buku Fandy Tjiptono (2016:134) kualitas produk memiliki delapan indikator sebagai berikut:

- a. *Performance* (kinerja), merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (core product) yang dibeli.
- b. *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c. *Reliability* (reliabilitas), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- d. *Conformance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
- e. *Durability* (daya tahan), yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan.
- f. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi; serta penanganan keluhan secara memuaskan.
- g. *Esthetics* (Estetika), yaitu daya tarik produk terhadap panca indera.
- h. *Perceived Quality* (kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

2.4 Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa.” Ketika nasabah membeli suatu produk, maka ia memiliki harapan tentang bagaimana produk tersebut berfungsi (product performance) (Tjiptono (2012: 349). Menurut Lupiyoadi (2013) Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidakseseuain antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian.

Sumarwan (2011: 47). Menerangkan teori kepuasan dan ketidakpuasan konsumen terbentuk dari model diskonfirmasi ekspektasi, yaitu menjelaskan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan pelanggan sebelum pembelian dengan sesungguhnya yang diperoleh pelanggan dari produk atau jasa tersebut.

Menurut tjiptono (2012: 310-311), Kepuasan pelanggan telah menjelma menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis, kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen dan akan memberikan berbagai manfaat seperti:

- a. Berdampak positif pada loyalitas pelanggan.
- b. Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang).
- c. Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya – biaya komunikasi pemasaran, penjualan dan layanan pelanggan).
- d. Menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan.

- e. Meningkatkan toleransi harga.
- f. Rekomendasi gethok tular positif.
- g. Pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap produk.
- h. Meningkatkan Bargaining power relative perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

Dari beberapa teori para ahli diatas, dapat disimpulkan mengenai definisi Kepuasan konsumen yaitu suatu perasaan yang muncul dalam diri konsumen baik perasaan senang dan kecewa dalam persepsinya terhadap suatu pelayanan atau produk yang diberikan oleh perusahaan untuk menghasilkan kesetiaan konsumen. Menurut nugroho dalam purnomo edwin setyo (2017), menjelaskan bahwa kepuasan konsumen merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Dengan meningkatkan kepuasan konsumen yang optimal akan mendorong loyalitas pada diri konsumen.

2.4.1 Elemen Kepuasan Konsumen

Menurut donni juni priansa (2017:210) mengemukakan beberapa elemen kepuasan konsumen sebagai berikut:

- a. Harapan yaitu Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut.
- b. Kinerja yaitu Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka.

- c. Perbandingan merupakan Hal ini dilakukan dengan mebandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut.
- d. Pengalaman merupakan harapan konsumen yang dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan barang dan jasa yang berbeda dengan orang lain.
- e. Konfirmasi dan dikonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk.

2.4.2 Indikator-Indikator Kepuasan Nasabah

Hawkins dan Lonney dikutip dalam Tjiptono (2014 : 101) indikator pembentuk kepuasan konsumen terdiri dari :

- a. Kesesuaian harapan merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen
- b. Minat berkunjung kembali merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap jasa terkait.
- c. Kesediaan merekomendasi merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga.

Indikator Kepuasan Konsumen Menurut rondonuwu dan komalig dalam jurnal purnomo edwin setyo (2017) yaitu:

- a. Terpenuhinya harapan konsumen: Konsumen merasakan kepuasan akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan dari suatu produk barang atau jasa.
- b. Sikap atau keinginan menggunakan produk: Sikap merupakan kecenderungan yang berkaitan dengan perilaku membeli terbentuk sebagai hasil dari

pengalaman langsung mengenai produk, informasi secara lisan yang diperoleh dari orang lain atau terpapar oleh iklan di media masa, internet dan berbagai bentuk pemasaran langsung.

- c. Merekomendasikan kepada pihak lain Konsumen akan selalu merekombenasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas apa yang di peroleh dari suatu kualitas produk yang ditawarkan oleh suatu perusahaan.
- d. Kualitas layanan kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan menyampaikan untuk mengimbangi harapan konsumen.
- e. Loyal konsumen memiliki berbagai alasan untuk tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu, yang mampu memberikan manfaat atau harapan mereka terpenuhi.
- f. Reputasi yang baik upaya bagi suatu perusahaan dimana produk utama yang dihasilkan adalah suatu jasa, maka reputasi dan nama baik sangat menentukan adanya anggapan bahwa reputasi yang berupa citra merk (brand image), citra perusahaan (company image), reputasi merk (brand reputation), nama yang terbaik (the best name), pelayanan prima (service excelent) dan semua yang berhubungan dengan kepuasan konsumen mendapatkan proritas.
- g. Lokasi Yang dimaksud dengan lokasi adalah tempat dimana perusahaan memperjual belikannya produk barang/jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

Dengan demikian, dari beberapa indikator diatas pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai ekspektasi yang memberikan dampak bagi konsumen untuk melakukan pembelian ulang kembali terhadap produk atau jasa yang pernah pernah digunakannya. Maka betapa pentingnya kepuasan konsumen bagi perusahaan sebagai instansi yang memberikan produk atau jasa terhadap konsumen.

2.5 Penelitian Terdahulu

Dibawah ini beberapa penelitian terdahulu yang mendukung peneliti dalam melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur.

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Peresamaan	Perbedaan
1	Septiana Dwi Exmawati 2014	Pengaruh pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah di bank muamalat tulungagung	Hasil penilitian ini menunjukan bahwa yang paling berpengaruh atau dominan adalah faktor pelayananan, faktor pelayanan merupakan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah bank muamalat tulungagung dibandingkan dengan keunggulan produk yang dimiliki	Menganalisis Pengaruh pelayanan dan keunggulan produk terhadap kepuasan nasabah	Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur
2	Gerardo Andrew Tumangkeng 2013	Kualitas produk , Suku bunga dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan kpr Bank Btn Cabang Manado	Hasil penilitian dan pembahasan ini , bahwa kualitas produk , suku bunga, dan kualitas layanan secara Bersama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kpr pada Bank BTN Cab Manado	Menganalisis tentang Kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan kpr Bank Btn	Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur
3	Rizky pratama putra 2014	Pengaruh kualitas pelayanan islami terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank bri Syariah Surabaya	Kualitas pelayanan Islami mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BRISyariah Surabaya.	Menganalisa tentang kepuasan nasabah bank bri syariah surabaya	Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Peresamaan	Perbedaan
4	Elisabeth R. Simamora 2007	Analisis faktor – faktor yang membangun kepuasan nasabah untuk meningkatkan loyalitas pelanggan bank btn semarang	Dari hasil penelitian telah diketahui bahwa nasabah BTN merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh BTN. Oleh sebab itu kepuasan nasabah akan meningkat apabila kualitas pelayanan juga meningkat.	Menganalisa tentang Kepuasan nasabah bank btn semarang	Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur
5	Destika primasari 2016	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Bni Syariah Kcp Ungaran	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran	Menganalisa tentang kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah bank bni syariah kcp ungaran	Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur
6	Fitri Novianti Pramudya 2019	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah dalam Pembiayaan AR-Rum Di Pegadaian Syariah	Pengaruh kualitas produk dan pelayanan sangat positif karena nasabah merasa puas dengan kualitas produk yang sesuai.	Menganalisa pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur
7	Conny Sondakh 2014	Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah	Variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan, Sedangkan variabel citra merk berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah secara parsial.	Menganalisa kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah	Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Peresamaan	Perbedaan
		Taplus BNI Cabang Manado)			
8	Putri Dwi Cahyani 2016	Tingkat Kepuasan Nasabah Terhadap Kualitas Layanan Perbankan Syariah di Yogyakarta.	Dimensi Kualitas Carter memberikan kontribusi signifikan terhadap kualitas layanan dan kepuasan nasabah terhadap Bank Syariah	Menganalisa tentang kepuasan nasabah terhadap kualitas layanan	Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur
9	Muhammad tho'in 2011	Pengaruh Faktor – faktor kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah di Baitul mal wat tamwil (BMT) tekun karanggede Boyolali	Pelayanan terbaik pada pelanggan dan tingkat kualitas dapat dicapai secara konsisten dengan memperbaiki pelaynan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan baik internal maupun eksternal.	Menganalisa kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah di baitul mal karanggede boyolali	Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur
10	Novia Hardiyanti Putri 2016	Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan mutu pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Rakyat Indonesia Cabang Pandan wangi Balikpapan	Terdapat pengaruh yang sangat signifikan komunikasi interpersonal terhadap kepuasan nasabanh Bank Rakyat Indonesia Cabang Pandan Wangi Balikpapan	Menganalisa mutu pelayanan terhadap kepuasan nasabah bank rakyat Indonesia	Penelitian ini dilakukan di PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur

2.6 Kerangka Pemikiran

Keterkaitan antar masing – masing variabel dapat diteliti dapat diuraikan sebagai berikut:

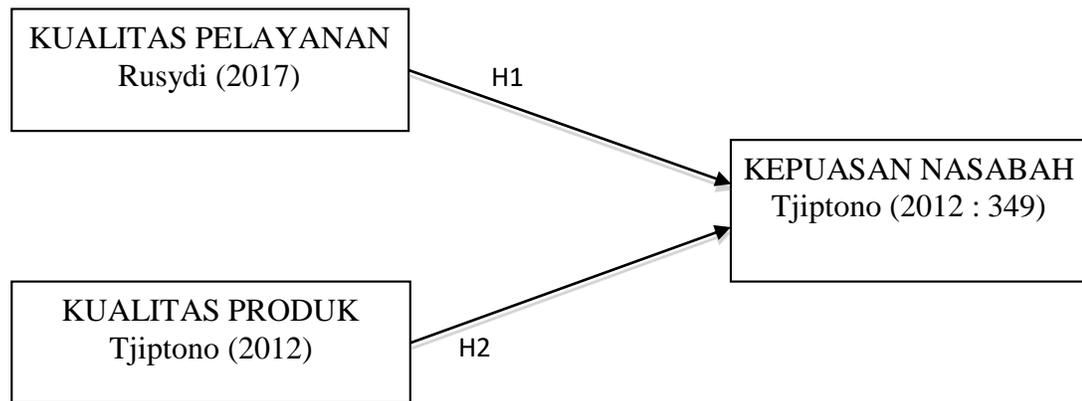
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.

Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, karena kepuasan nasabah merupakan hal yang sangat penting pada perusahaan jasa terutama dalam kualitas pelayanan. Oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan pelayanannya dengan memberikan respon yang cepat dan tanggap terhadap keluhan nasabah, memberikan pelayanan yang ramah serta tata krama yang baik. Menurut penelitian terdahulu (Septiana Dwi Exmawati, 2014) menunjukkan bahwa yang paling berpengaruh atau dominan adalah faktor pelayananan, faktor pelayanan merupakan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Kualitas pelayanan diduga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap kepuasan Nasabah

Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah karna produk yang berkualitas sangat dibutuhkan dalam sebuah perusahaan jasa karena kepuasan nasabah membutuhkan kualitas produk yang daya tahan lama, kegunaan sesuai keinginan dan jaminan bila ada kesalahan dalam produk. (Fitri Novianti Pramudya, 2019) Pengaruh kualitas produk sangat positif karena nasabah merasa puas dengan kualitas produk yang sesuai. Kualitas produk diduga berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Gambar 2.1
Alur Pikir



Tabel 2.2
Alur Penelitian

Alur	Sumber
Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah/ H1	Muhammad tho'in 2011 Septiana Dwi Exmawati, 2014 Rizky pratama putra 2014
Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah/ H2	Gerardo Andrew Tumangkeng 2013 Destika primasari 2016 Fitri Novianti Pramudya, 2019

2.4 Hipotesis Penelitian

Sugiyono (2013: 96) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Sesuai dengan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di atas, model penelitian layak untuk menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Kpr di PT. Bank Tabungan Negara cabang cibubur. Oleh karena itu hipotesis yang diajukan pada penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur.
2. Terdapat pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur.

BAB 3
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini diadakan pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur.

Penelitian dilaksanakan selama 3 (tiga) bulan, sesuai tabel dibawah ini:

Tabel 3.1
Rencana Penelitian

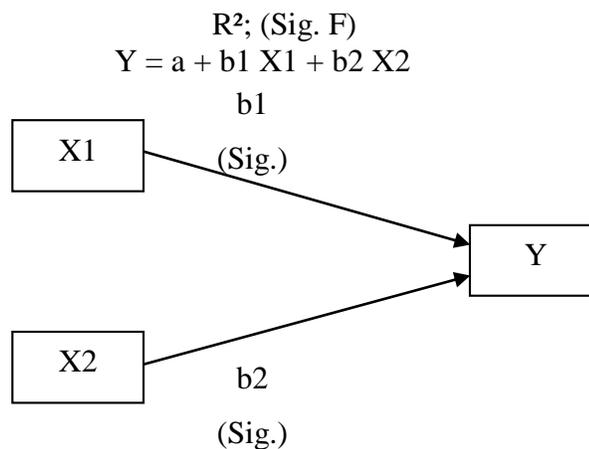
Kegiatan	Maret 2020				Maret 2020				Mei 2020				Juni-Agustus 2020			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Penelitian Pendahuluan																
Penyusunan Proposal																
Pengumpulan Data																
Analisis Data																
Pelaporan																

3.2 Desain Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research* tipe kausal yang berupaya menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, tipe penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan pengaruh antara dua buah variabel atau lebih. Lingkup penelitian ini adalah menguji pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan nasabah Kpr PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur.

Terdapat 3 variabel penelitian yaitu, 2 variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang pertama yaitu Kualitas Pelayanan dengan simbol X1 dan variable independen kedua yaitu Kualitas Produk dengan simbol X2. Satu variabel dependen yaitu Kepuasan Nasabah dengan simbol Y.

Gambar 3.1.
Rencana Penelitian



3.3. Operasionalisasi Variabel

Definisi konseptual dan operasionalisasi variabel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Pertanyaan
Kualitas Pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen. Menurut Nasution dalam Rusydi (2017:39)	1. Berwujud (<i>Tangible</i>) 2. Empati (<i>Emphaty</i>) 3. Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>) 4. Keandalan (<i>Reliability</i>) 5. Jaminan (<i>Assurance</i>)	1.2 3.4 5.6 7.8 9.10
Kualitas Produk adalah tingkat mutu yang diharapkan dan pengendalian keragaman dalam mencapai mutu tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Menurut Tjiptono (2012)	1. <i>Performance</i> (kinerja). 2. Estetika 3. Reliability 4. <i>Features</i> (fitur atau ciri-ciri tambahan) 5. <i>Serviceability</i> .	1.2 3.4 5.6 7.8 9.10
Kepuasan nasabah adalah tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Tjiptono(2012: 349)	1. Kesesuaian Harapan 2. Reputasi 3. kepuasan	1 2 3

Sumber: Data yang diolah 2019

3.4 Populasi dan Sampel dan Metode Sampling

3.4.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generasi yang terdiri atas obyek, subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian di tarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017: 80).

Populasi pada penelitian ini adalah jumlah nasabah di PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur Sebanyak 40 Orang baik nasabah yang baru mau akad kredit atau sudah akad. Dalam penelitian ini akan dilakukan pengambilan data secara sensus, karena jumlah nasabah yang sudah akad kredit dengan PT. Bank Tabungan Negara Cibubur lebih sulit untuk dihubungkan maka populasi yang diambil 40 Orang.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang akan di teliti menurut (Arikunto, 2013: 174). Dalam Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan metode sampel jenuh yaitu cara pengambilan populasi yang ada. Sampel ya diambil 40 orang Kurang dari 100 nasabah agar lebih meyakini kualitasnya. Sesuai dengan pendapat tersebut maka yang dijadikan anggota populasi oleh penulis dalam penelitian ini adalah Nasabah yang ada di PT. Bank Tabungan Negara cabang cibubur.

3.4.3 Metode sampling

Metode yang di gunakan dalam pengambilan sampling adalah sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relative kecil, kurang dari 40 orang. atau penelitian yang ingin membuat generalisasi dengan kesalahan yang sangat kecil.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2010:401) metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui metode pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Metode pengumpulan data yang penulis gunakan untuk memperoleh data yang akurat dalam penelitian ini penulis hanya menggunakan data primer, Sugiyono (2010:402) “data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Berdasarkan pengertian metode penelitian teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data utama dalam penelitian ini yaitu:

1. Kuesioner atau angket

Menurut Sugiyono (2010:203) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, dan hal ini bias

dilakukan untuk nasabah di Pt Bank Tabungan Negara Cibubur, berikut contoh kuesioner untuk nasabah yang sudah akad atau yang mau akad dengan Pt Bank Tabungan Negara Cibubur, Skala yang digunakan 1 – 5 pertanyaan positif dan pertanyaan negatif yang akan digunakan dalam kuesioner untuk pengumpulan datanya.

2. Observasi

Menurut Sugiono (2017: 203) Observasi yaitu sebagai teknik pengumpulan data yang mempunyai ciri spesifik bila dibandingkan dengan Teknik yang lain. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung di PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur baik yang berhubungan langsung maupun tidak langsung dengan variabel yang diteliti.

3.6 Instrumentasi Variabel

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun social yang diamati (Sugiyono, 2015: 102) Dalam pengumpulan data ini adalah dengan angket atau kuesiomer, dengan mengumpulkan data dari setiap variable yang ada. Angket ini dibuat dengan memperhatikan sebuah konsep ataupun teori yang sudah diterapkan dan disesuaikan dengan kondisi dalam penelitian.

1. Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (kolom Corrected Item-Total Correlation) dengan r tabel (harus lihat tabel r) dimana butir

pernyataan valid apabila memiliki r hitung $>$ r tabel. Untuk mempermudah maka beberapa ahli menyatakan bahwa pernyataan valid apabila nilai Korelasi (kolom Corrected Item-Total Correlation) $>$ 0,3.

2. Reliabilitas

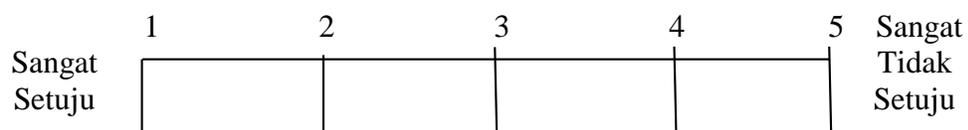
Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indicator dalam variable atau kontrak, kusioner dikatakan reliable atau sesuai jika jawaban dari hasil penelitian sesuai dengan pernyataan yaitu konsisten dan stabil dari waktu ke waktu (Ghazali, 2013:47).

Uji reliabilitas dilakukan terhadap keseluruhan butir pernyataan yang telah valid. Suatu variable dikatakan reliable jika nilai Cronbach Alpha $>$ 0.6 sehingga data tersebut bias dikatakan reliable untuk pengukuran dan meniliti selanjutnya (Ghazali, 2013:52)

3.7. Metode Analisis dan Pengujian Hipotesis

3.7.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan data penelitian. Data yang dimaksud adalah data responden dan data variable penelitian. Data responden berupa table frekuensi berdasarkan kriteria tertentu. Variabel penelitian berupa kondisi masing-masing variable penelitian seperti mean, modus, standar deviasi, minimum dan maksimum. Analisis deskripsi variable penelitian deskripsi juga meliputi pengkategorian variable yaitu dari pengukuran yang semula menggunakan skala 1 - 5.



3.7.2 Analisis Regresi Linier Ganda

Analisis regresi linier ganda digunakan untuk menguji pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen dengan tipe data metrik (Interval atau Rasio). Tahapan dalam analisis regresi linier ganda adalah sebagai berikut:

3.7.2.1 Uji Persyaratan Analisis

Uji persyaratan analisis analisis regresi linier ganda adalah uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik ini digunakan untuk membuktikan bahwa model persamaan regresi linier ganda dapat diterima secara ekonometrika karena memenuhi penaksiran BLUE (Best Linier Unbiased Estimator) artinya penaksiran tidak bias, linier dan konsisten. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas, linieritas, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas, yang dapat dijelaskan sebagai berikut (Mulyanto dan Wulandari, 2010: 181).

a. Uji Normalitas

Normalitas harus terpenuhi yang menunjukkan bahwa data variabel penelitian berasal dari data variabel yang berdistribusi normal. Normalitas data pada analisis regresi linier ganda dalam penelitian ini dilakukan secara grafik yaitu menggunakan Normal P-P Plot. Normalitas terpenuhi jika titik-titik pada grafik Normal P-P Plot menyebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal grafik.

b. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas yaitu adanya korelasi yang sangat kuat antar variabel bebas tidak diharapkan sehingga pengujian dilakukan untuk memastikan tidak terjadi multikolinieritas yang menunjukkan variabel bebas satu dengan lainnya setara (independen).

Tidak terjadinya multikolinieritas atau terpenuhi uji pengujian dilakukan dengan melihat nilai VIF dan Tolerance yaitu jika:

1. Nilai tolerance seluruh variabel independen mendekati angka 1 dan atau lebih besar daripada 0.2.
2. Nilai VIF seluruh variabel independen berada di seputar angka 1 dan tidak boleh lebih dari 10.

c. Uji Asumsi Autokorelasi

Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi autokorelasi dimana pengujian dilakukan dengan melihat nilai Durbin-Watson hasil pengolahan data dibandingkan dengan nilai d_l dan d_u pada Durbin-Watson tabel dengan kriteria sebagai berikut:

- $1.21 < DW < 1.65 =$ tidak dapat disimpulkan
- $2.35 < DW < 2.79 =$ tidak dapat disimpulkan
- $1.65 < DW < 2.35 =$ tidak terjadi autokorelasi
- $DW < 1.21$ dan $DW > 2.79 =$ terjadi autokorelasi.

d. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas tidak diharapkan sehingga pengujian dilakukan untuk membuktikan bahwa model persamaan regresi ganda tidak memiliki masalah heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan secara grafis yaitu dengan melihat titik-titik pada grafik scatter plot. Apabila titik-titik tersebar acak tidak membentuk suatu pola tertentu seperti segitiga, segiempat, lengkung yang beraturan dan sebagainya maka uji asumsi ini terpenuhi.

3.7.2.2. Uji Model / Goodness of Fit Test

Uji model adalah tahapan berikutnya yang dilakukan ketika persyaratan analisis terpenuhi. Uji model dilakukan dengan terhadap nilai koefisien determinasi yang disesuaikan atau Adjusted R Square (Adj. R²). Adjusted R Square menunjukkan sejauh mana (prosentase) variable independen dalam model mampu menjelaskan variable dependen. Pengujian model hasil analisis yang menunjukkan layak tidaknya model hasil penelitian menjelaskan pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Nasabah Kpr PT. Bank Tabungan Negara. Kriteria layak tidaknya hasil penelitian didasarkan pada nilai Adjusted R Square. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

Ho: $\rho = 0$: Tidak layak

Ha: $\rho \neq 0$: Layak

Layak tidaknya model persamaan regresi linier ganda untuk menjelaskan hipotesis penelitian dilakukan dengan melihat besaran nilai Adjusted R Square dan uji-F yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig F) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji kelayakan model adalah sebagai berikut:

- Jika $\text{Sig F} < \alpha$ dan nilai Adjusted R Square lebih besar atau mendekati 0,5 maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model hasil penelitian layak digunakan untuk menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur.
- Jika $\text{Sig F} > \alpha$ dan nilai Adjusted R Square lebih kecil atau jauh dari 0,5 maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya model persamaan regresi hasil penelitian tidak layak untuk menjelaskan Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, terhadap Kepuasan pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur.

3.7.2.3. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan jika model penelitian telah memenuhi kriteria kelayakan model. Pengujian hipotesis dilakukan terhadap nilai koefisien regresi

$Y = \text{Kepuasan Nasabah}$

$a = \text{Konstanta masing-masing variable penelitian pada model persamaan regresi linier ganda:}$

$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$

$X_1 = \text{Kualitas Pelayanan}$

$X_2 = \text{Kualitas Produk}$

$b_1 = \text{Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan}$

b_2 = Koefisien Regresi Kualitas Produk

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan terhadap masing-masing hipotesis penelitian.

1. Uji hipotesis pertama

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

H₁₀: $b_1 = 0$: tidak ada pengaruh

H_{1a}: $b_1 \neq 0$: ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig t) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- Jika $\text{Sig } t < \alpha$, maka H₁₀ ditolak dan H_{1a} diterima, artinya terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kualitas pelayanan pada PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur.
- Jika $\text{Sig } t > \alpha$, maka H₁₀ diterima dan H_{1a} ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur.

2. Uji hipotesis kedua

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur. Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_{2o}: $b_2 = 0$: tidak ada pengaruh

H_{2a}: $b_2 \neq 0$: ada pengaruh

Pengujian hipotesis dilakukan dengan uji-t yaitu membandingkan nilai probabilitas (sig t) terhadap taraf uji penelitian ($\alpha = 0.05$). Kriteria yang digunakan untuk menguji hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

- Jika Sig t < α , maka H_{2o} ditolak dan H_{2a} diterima, artinya terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada Pt Bank Tabungan Negara Tbk Cibubur.
- Jika Sig t > α , maka H_{2o} diterima dan H_{2a} ditolak, artinya tidak terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada Pt Bank Tabungan Negara cabang Cibubur.

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Data Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah singkat Pt Bank Tabungan Negara

Pemerintah Hindia Belanda melalui Koninklijk Besluit No. 27 tanggal 16 Oktober 1897 mendirikan POSTPAARBANK, yang kemudian terus hidup dan berkembang serta tercatat hingga tahun 1939 telah memiliki 4 (empat) cabang yaitu Jakarta, Medan, Surabaya, dan Makassar. Pada tahun 1940 kegiatannya terganggu, sebagai akibat penyerbuan Jerman atas Netherland yang mengakibatkan penarikan tabungan besar-besaran dalam waktu yang relatif singkat. Namun demikian keadaan keuangan Postpaarbank pulih kembali pada tahun 1941. Tahun 1942 Hindia Belanda menyerah tanpa syarat kepada Pemerintah Jepang. Jepang membekukan kegiatan Postpaarbank dan mendirikan TYOKIN KYOKU, sebuah bank yang bertujuan untuk menarik dana masyarakat melalui tabungan. Usaha pemerintah Jepang ini tidak sukses karena dilakukan dengan paksaan. Tyokin Kyoku hanya mendirikan satu cabang yaitu cabang Yogyakarta.

Proklamasi kemerdekaan RI 17 Agustus 1945 telah memeberikan inspirasi kepada Bapak Darmosoesanto untuk memprakarsai pengambilan Tyokin Kyoku dari Pemerintah Jepang ke Pemerintah Republik Indonesia dan terjadilah pergantian nama menjadi KANTOR TABUNGAN POS. Bapak Darmosoesanto ditetapkan oleh

Pemerintah RI menjadi Direktur yang pertama. Tugas pertama Kantor Tabungan Pos adalah melakukan penukaran uang Jepang dengan Oeang Repoeblik Indonesia (ORI). Tetapi kegiatan Kantor Tabungan Pos tidak berumur panjang, karena agresi Belanda (Desember 1946) mengakibatkan didudukinya semua kantor, termasuk kantor cabang dari Kantor Tabungan Pos hingga tahun 1949.

Saat Kantor Tabungan Pos dibuka kembali (1949), nama Kantor Tabungan Pos diganti menjadi BANK TABUNGAN RI. Sejak kelahirannya dan sampai berubah nama Bank Tabungan Pos RI, lembaga ini bernaung dibawah Kementerian Perhubungan.

Banyak kejadian bernilai sejarah sejak tahun 1950, tetapi yang substansif bagi sejarah BTN adalah dikeluarkannya UU darurat No. 9 tahun 1950 tanggal 9 Februari 1950 yang mengubah nama "POSTPAARBANK" berdasarkan staatsblat No. 295 tahun 1941 menjadi BANK TABUNGAN POS dan memindahkan induk kementrian dari kementrian perhubungan ke Kementrian Keuangan dibawah menteri Urusan Bank Sentral. Walaupun dengan UU darurat tersebut masih bernama BANK TABUNGAN POS, tetapi tanggal 9 Februari 1950 ditetapkan sebagai hari dan tanggal lahir Bank Tabungan Pos. Nama bank Tabungan Pos menurut Undang-undang Darurat tersebut dikukuhkan dengan UU No. 36 tahun 1953 tanggal 18 Desember 1953. Perubahan nama dari BANK TABUNGAN POS menjadi BANK TABUNGAN NEGARA didasarkan pada PERPU No. 4 tahun 1963 tanggal 22 Juni 1963 yang kemudian dikuatkan dengan UU No. 2 tahun 1964 tanggal 25 Mei 1964.

Penegasan status Bank Tabungan Negara sebagai bank milik negara ditetapkan dengan UU No. 20 tahun 1968 tanggal 19 Desember 1968 yang sebelumnya (sejak tahun 1964) Bank Tabungan Negara menjadi BI unit V. Jika tugas utama saat pendirian Postpaarbank (1897) sampai dengan Bank Tabungan Negara (1968) adalah bergerak dalam lingkup penghimpunan dana masyarakat melalui tabungan, maka sejak tahun 1974 Bank Tabungan Negara ditambah tugasnya yaitu memberikan pelayanan KPR dan untuk pertama kalinya penyaluran KPR terjadi pada tanggal 10 Desember 1976, karena itulah tanggal 10 Desember diperingati sebagai hari KPR bagi BTN.

Bentuk hukum BTN mengalami perubahan lagi pada tahun 1992, yaitu dengan dikeluarkannya PP No. 24 tahun 1992 tanggal 29 April 1992 yang merupakan pelaksanaan dari UU No. 7 tahun 1992 bentuk hukum BTN berubah menjadi Perusahaan Perseroan. Sejak itu nama BTN menjadi PT. Bank Tabungan Negara (Persero) dengan *call name* Bank BTN.

Bank Tabungan Negara tersebar diseluruh Indonesia, salah satunya Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur. Bank Tabungan Cabang Cibubur sendiri memproses Kredit Rumah Subsidi dan Kredit rumah non Subsidi yang mayoritas terletak di daerah Bogor Provinsi Jawa Barat.

4.1.1.1 Logo Bank Tabungan Negara

Gambar 4.1

Logo Bank Tabungan Negara



Logo pertama Bank BTN

Tahun 1980an – 1992



Logo kedua Bank BTN

Tahun 1992 – sekarang

4.1.1.2 Visi dan Misi

Sesuai dengan inti bisnisnya dalam bidang perumahan dalam mempertahankan kualitas pelayanan dan kualitas produk, Bank Tabungan Negara memiliki Visi dan misi yaitu:

Visi

Terdepan dan terpercaya dalam memfasilitasi sektor perumahan dan jasa layanan keuangan keluarga.

Misi

- 1) Berperan aktif dalam mendukung sektor perumahan, baik dari sisi penawaran maupun dari sisi permintaan, yang terintegrasi dalam sektor perumahan di Indonesia Memberikan layanan unggul dalam pembiayaan kepada sektor perumahan dan kebutuhan keuangan keluarga.
- 2) Meningkatkan keunggulan kompetitif melalui inovasi pengembangan produk, jasa dan jaringan strategis berbasis digital.
- 3) Menyiapkan dan mengembangkan human capital yang berkualitas, profesional, dan memiliki integritas tinggi.
- 4) Meningkatkan shareholder value dengan fokus kepada peningkatan pertumbuhan profitabilitas sesuai dengan prinsip kehati-hatian dan good corporate governance.
- 5) Memedulikan kepentingan masyarakat sosial dan lingkungan secara berkelanjutan.

4.1.1.3 Produk PT. Bank Tabungan Negara (Persero)

a. Produk Dana

Adapun produk dana pada Bank Tabungan Negara antara lain :

1. Deposito

Deposito BTN dan Deposito BTN Valas.

2. Tabungan

Tabungan BTN Batara, Tabungan BTN Prima, Tabungan BTN Payroll, Tabungan BTN Junior, Tabungan BTN Juara, Tabungan BTN E'Batapos, Tabunganku, Tabungan BTN Haji –Reguler, Tabungan BTN Haji –Reguler Plus, Tabungan BTN Batara Pensiunan, Tabungan Simpanan Pelajar, dan Tabungan BTN perumahan.

3. Giro

Giro BTN dan Giro Valas BTN.

b. Produk Kredit

Dalam melayani nasabahnya, BTN menyediakan beberapa produk kredit, antara lain:

1. Kredit Konsumer

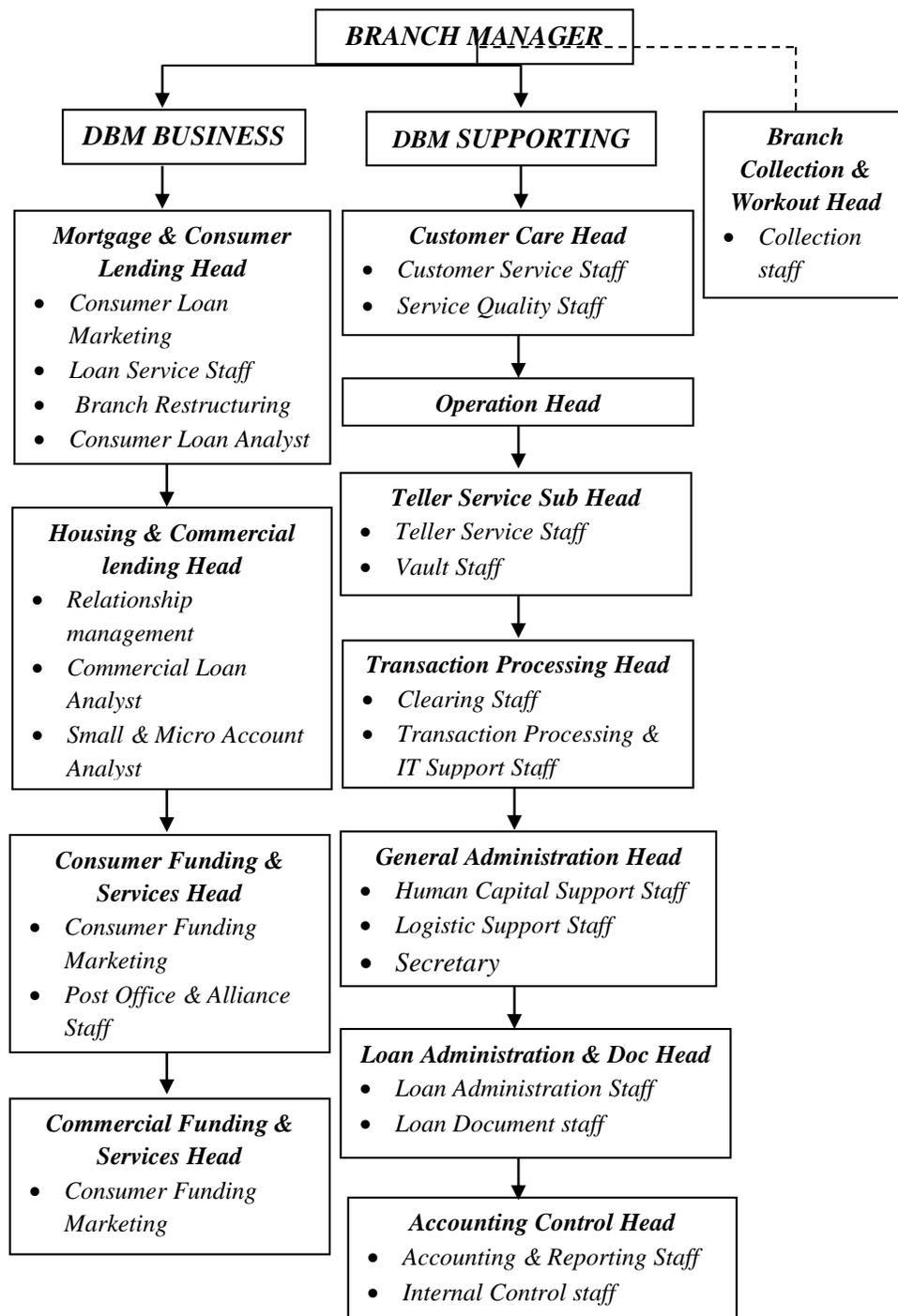
KPR BTN Subsidi, KPR BTN Platinum, Kredit Pemilikan Apartemen BTN, Kredit Agunan Rumah, Kredit Ringan BTN, Kredit Ruko BTN, Kredit Bangun Rumah, Kredit Swadana BTN, PRR-KB Jamsostek, **Bantuan Tabungan & Uang Muka Perumahan (TbumBapertarum)**, dan Tambahan Sebagian Biaya Membangun (**TBM Bapertarum**).

2. Kredit Komersial

Kredit Yasagriya atau Kredit Konstruksi, Kredit Modal Kerja-Kontraktor (KMK-Kontraktor), Kredit Modal Kerja (KMK), Kredit Investasi (KI), Kredit Usaha Mikro dan Kecil (kumk), dan Kredit Linkage.

4.1.1.4 Struktur Organisasi

Gambar 4.2
Struktur Organisasi BTN Cabang Cibubur
Per 01 Juni 2020



4.1.2 Karakteristik Responden

Masalah kepuasan nasabah terhadap pembelian kpr di Bank Btn cibubur sangatlah berperan penting untuk meningkatkan penjualan kpr dan memenuhi target di Bank Btn cibubur, betapa pentingnya kepuasan nasabah sehingga perlu diperhatikan lebih untuk meningkatkannya tingkat kepuasan nasabah terhadap Bank Btn cibubur.

Untuk meningkatkannya kepuasan nasabah, perlu dilakukan perhatian khusus terhadap faktor – faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah bagi Bank Btn Cibubur. Hal ini untuk mengetahui variabel – variabel mana saja yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah serta variabel mana saja yang paling dominan mempengaruhi kepuasan nasabah. Dengan hal ini Pt Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur akan mengambil langkah untuk mendorong bagaimana meningkatkan kepuasan nasabah.

Pt. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa atau lebih ke bidang KPR yang mengelola kredit pemberian rumah subsidi atau non subsidi. Dalam pemberian jasa kpr kepada nasabah perlunya memiliki kualitas pelayanan dan kualitas produk untuk mendorong kepuasan nasabah kepada Bank Btn dan meningkatkan penjualan kpr atau mempererat hubungan antara nasabah dan bank, dalam melakukan pengelolaan untuk meningkatkan kepuasan nasabah maka yang ditekankan adalah karakteristik responden yang berdasarkan jenis kelamin dan jangka waktu kredit. Untuk lebih jelasnya mengenai karakteristik responden. disajikan sebagai berikut:

4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

Dari hasil pengumpulan data dengan kuesioner dari beberapa jenis responden, maka diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

JENIS_KELAMIN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	22	55.0	55.0	55.0
	PEREMPUAN	18	45.0	45.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Sumber: Data primer, Tahun 2019

Berdasarkan karakteristik responden menurut jenis kelamin, maka 40 orang responden yang dikumpulkan didapat sebanyak 22 orang atau 55% yang berjenis kelamin laki – laki, Sedangkan 18 orang atau 45% yang berjenis kelamin perempuan. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden pada PT. Bank Tabungan Negara Cibubur adalah laki-laki.

4.1.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kpr

Dari hasil pengumpulan data dengan kuesioner dari beberapa jumlah responden, maka di peroleh karakteristik responden berdasarkan pemilihan jenis kpr yang di lihat melauai tabel berikut ini :

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kpr

		KPR			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KPR SUBSIDI	22	55.0	55.0	55.0
	KPR NON SUBSIDI	18	45.0	45.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Berdasarkan karakteristik responden menurut jenis kpr maka 40 orang responden yang dikumpulkan didapat sebanyak 22 orang atau 55% yang memiliki kpr subsidi, sedangkan 18 orang atau 45% yang memiliki kpr non subsidi. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden kepada Pt. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur memiliki Kpr Subsidi.

4.1.3. Uji Instrumen Penelitian

Hasil uji validitas dan reliabilitas dilakukan terhadap seluruh item kuesioner Untuk perhitungan validitas dan reliabilitas instrument item masing-masing variable pada penelitian yang dilakukan menggunakan program SPSS 16.0 for windows. Hasil uji validitas dan reliabilitas masing-masing adalah sebagai berikut:

4.1.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Data Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Uji terhadap instrumen penelitian variable Kualitas Pelayanan dari 10 pertanyaan yaitu X1 samapi X10 dari jumlah responden 40 orang. Validitas variable Kualitas Pelayanan diuji dengan membandingkan nilai r_{hitung} di dapatkan sebesar (kolom Correted Item-Total Correlation) hasil Output SPSS.

Hasil uji validitas variable Kualitas Pelayanan yang dilakukan menggunakan SPSS disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.3
Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (XI)

No	R. Hitung	R. Table	Keterangan
X1.1	0.726	0,312	Valid
X1.2	0.797	0,312	Valid
X1.3	0.863	0,312	Valid
X1.4	0.833	0,312	Valid
X1.5	0.828	0,312	Valid
X1.6	0.756	0,312	Valid
X1.7	0.812	0,312	Valid
X1.8	0.801	0,312	Valid
X1.9	0.811	0,312	Valid
X1.10	0.751	0,312	Valid

Sumber: Data Penelitian yang diolah dengan spss 16, 2020

Dari hasil uji validitas diatas dapat dilihat bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid karena masing-masing item mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.312). Sehingga dapat disimpulkan bahwa hasil uji valid.

Tabel 4.4
Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.935	10

Sumber: Data Penelitian yang diolah dengan spss 16, 2020

Uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha $> 0,60$. Uji reliabilitas variabel Kualitas Pelayanan dilakukan terhadap 10 item pernyataan yang telah valid. Hasil uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan tersebut mendapat nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai kritis ($0,935 > 0,60$) maka variable Kualitas Pelayanan dinyatakan reliabel.

4.1.3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Varibel Kualitas Produk (X2)

Uji terhadap instrumen penelitian variable Kualiatas Produk dari 10 pertanyaan yaitu X2.1 samapi X2.10 dari jumlah responden 40 orang. Validitas variable Kualitas Produk diuji dengan membandingkan nilai r_{hitung} di dapatakan sebesar (kolom Correted Item-Total Correlation) hasil Output SPSS.

Hasil uji validitas variable Kualitas Produk yang dilakukan menggunakan SPSS disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.5
Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

No	R. Hitung	R. Table	Keterangan
X2.1	0.719	0,312	Valid
X2.2	0.658	0,312	Valid
X2.3	0.691	0,312	Valid
X2.4	0.662	0,312	Valid
X2.5	0.773	0,312	Valid
X2.6	0.757	0,312	Valid
X2.7	0.587	0,312	Valid
X2.8	0.700	0,312	Valid
X2.9	0.734	0,312	Valid
X2.10	0.691	0,312	Valid

Sumber: Data Penelitian yang diolah dengan SPSS 16, 2020

Dari hasil uji validitas diatas dapat dilihat bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid karena masing-masing item mempunyai nilai r hitung > r tabel (0.312).

Tabel 4.6
Uji Realibilitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.880	10

Sumber: Data Penelitian yang diolah dengan SPSS 16, 2020

Uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha > 0,60. Uji reliabilitas variabel Kualitas Produk dilakukan terhadap 10 item pernyataan yang telah valid. Hasil uji Reliabilitas Kualitas Produk tersebut mendapat nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai kritis (0,806 > 0,60) maka variabel Kualitas Produk dinyatakan reliabel.

4.1.3.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Uji terhadap instrumen penelitian variabel Kepuasan Nasabah dari 3 pertanyaan yaitu Y1 samapi Y3 dari jumlah responden 40 orang. Validitas variable Kepuasan Nasabah diuji dengan membandingkan nilai r_{hitung} di dapatakan sebesar (kolom Correted Item-Total Correlation) hasil Output SPSS.

Hasil uji validitas variabel Kepuasan Nasabah yang dilakukan menggunakan SPSS disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4.7
Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

No	R. Hitung	R. Table	Keterangan
Y.1	0.906	0,312	Valid
Y.2	0.922	0,312	Valid
Y.3	0.793	0,312	Valid

Sumber: Data Penelitian yang diolah dengan SPSS 16, 2020

Dari hasil uji validitas diatas dapat dilihat bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid karena masing-masing item mempunyai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0.312).

Tabel 4.8
Hasil Uji Realibilitas Variabel Kepuasan Nasabah (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.845	3

Sumber: Data Penelitian yang diolah SPSS 16, 2020

Uji reliabilitas dilakukan dengan metode Cronbach's Alpha $> 0,60$. Uji reliabilitas variabel Kepuasan Nasabah dilakukan terhadap 3 item pernyataan yang telah valid. Hasil uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah tersebut mendapat nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari nilai kritis ($0,312 > 0,60$) maka variabel Kepuasan Nasabah dinyatakan reliabel.

4.1.4 Analisis Data

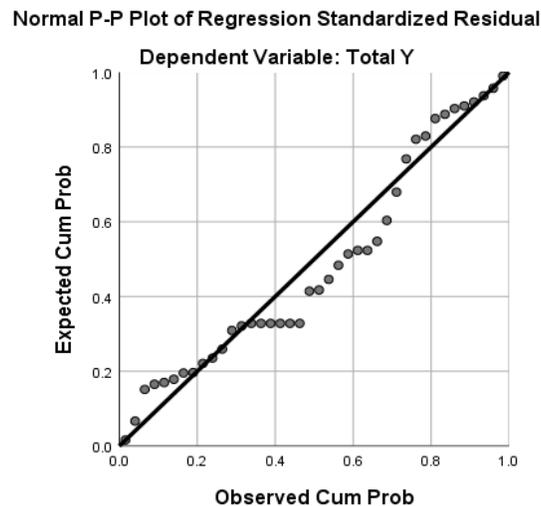
Analisis regresi linier ganda adalah uji asumsi klasik. Uji asumsi klasik ini digunakan untuk membuktikan bahwa model persamaan regresi linier ganda dapat diterima secara ekonometrika karena memenuhi penaksiran BLUE (*Best Linier Unbiased Estimator*) artinya penaksiran tidak bias, linier dan konsisten. Uji asumsi terdiri dari uji normalitas, linieritas, multikolinieritas, autokorelasi, dan heteroskedastisitas, yang dapat dijelaskan sebagai berikut (Mulyanto dan Wulandari, 2010: 181).

4.1.4.1. Uji Normalitas

Normalitas harus terpenuhi yang menunjukkan bahwa data variabel penelitian berasal dari data variabel yang berdistribusi normal. Normalitas data pada analisis regresi linier ganda dalam penelitian ini dilakukan secara grafik yaitu menggunakan Normal P-P Plot. Normalitas terpenuhi jika titik-titik pada grafik Normal P-P Plot menyebar di sekitar dan mengikuti garis diagonal grafik.

Hasil perhitungan uji normalitas dengan melihat dari segi grafik yang ditunjukkan pada gambar p-p plot berikut ini

Gambar 4.3
Uji Normalitas (Normal P-Plot)



Sumber: Data Penelitian yang diolah, 2020

Dari hasil uji plot diatas ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal, hal ini terlihat pada titik – titik garis yang menyebar di sekitar garis diagonal dan tidak menyimpang terlalu jauh dari garis diagonal.

4.1.4.2. Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas yaitu adanya korelasi yang sangat kuat antar variabel bebas tidak diharapkan sehingga pengujian dilakukan untuk memastikan tidak terjadi multikolinieritas yang menunjukkan variabel bebas satu dengan lainnya setara (independen). Uji Multikolonieritas yaitu adanya korelasi yang sangat kuat antar variabel bebas tidak diharapkan sehingga pengujian dilakukan untuk memastikan tidak

terjadi multikolinearitas yang menunjukkan variabel bebas satu dengan yang lainnya setara (independen). Tidak terjadinya multikolinearitas atau terpenuhi uji pengujian dilakukan dengan melihat nilai VIF dan *tolerance* jika:

Nilai *tolerance* seluruh variabel independen mendekati angka 1 dan atau lebih besar dari pada 0,2

Nilai VIF seluruh variabel independen berada di seputar angka 1 dan tidak boleh lebih dari 10.

Tabel 4.9
Uji Multikolonieritas

Coefficients ^a								
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.523	1.373		.381	.705		
	Kualitas Pelayanan	.110	.057	.315	1.942	.060	.296	3.383
	Kualitas produk	.188	.054	.562	3.470	.001	.296	3.383

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Penelitian yang diolah dengan spss 16, 2020

Berdasarkan table 4.11 menunjukkan hasil yaitu sebagai berikut: Kualitas pelayanan dan Kualitas Produk memiliki nilai *tolerance* $0,296 > 0,2$ begitu juga dengan nilai VIF dibawah angka 10 yaitu $3.383 < 10$. Maka tidak terjadi gejala multikolineritas atau syarat uji yang terpenuhi.

4.1.4.3. Uji Asumsi Autokorelasi

Autokorelasi digunakan untuk menguji Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi autokorelasi dimana pengujian dilakukan dengan melihat nilai Durbin-Watson hasil pengolahan data dibandingkan dengan nilai dl dan du pada Durbin-Watson.

Tabel 4.10
Hasil Uji Autokorelasi Durbin Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.844 ^a	.713	.697	.965	1.949
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, kualitas Produk					
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					

Sumber: Data Penelitian yang diolah dengan SPSS 16, 2020

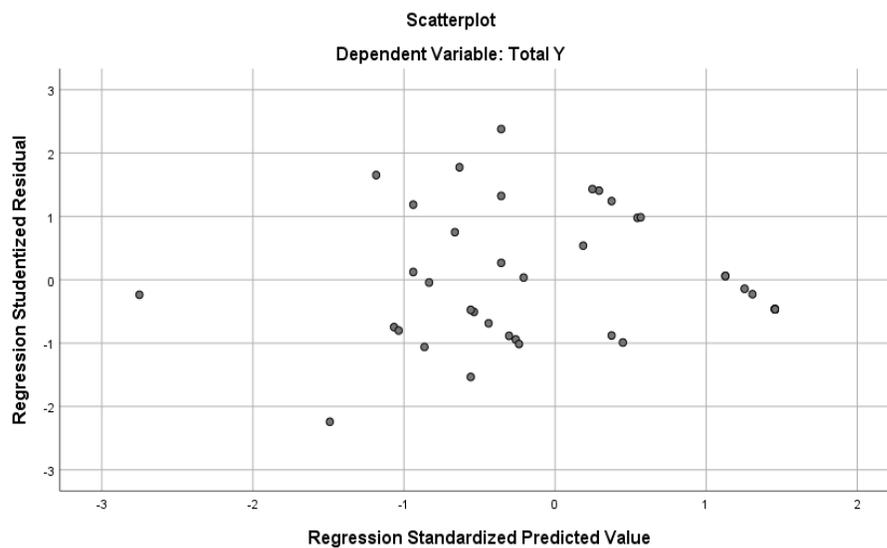
Berdasarkan dari table diatas dapat diketahui nilai Durbin Watson (1,949) terletak diantara nilai $1.65 < DW < 2.35$ sehingga dapat disimpulkan hasil penelitian tidak terjadi Autokorelasi, karena hasil uji penelitian tidak terjadi Autokorelasi maka penelitian terpenuhi.

4.1.4.4. Uji Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas tidak diharapkan sehingga pengujian dilakukan untuk membuktikan bahwa model persamaan regresi ganda tidak memiliki masalah heteroskedastisitas. Pengujian dilakukan secara grafis yaitu dengan melihat titik-titik pada grafik scatter plot. Apabila titik-titik tersebar acak tidak membentuk suatu pola

tertentu seperti segitiga, segiempat, lengkung yang beraturan dan sebagainya maka uji asumsi ini terpenuhi

Tabel 4.11
Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Data Penelitian yang diolah dengan spss 16, 2020

Berdasarkan dari grafik diatas dapat dilihat bahwa titik – titik menyebar Secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas sehingga dapat disimpulkan hasil uji tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

4.1.5. Uji Kelayakan Model

Setelah di lakukan uji asumsi klasik terpenuhi, maka dapat dilanjutkan uji selanjutnya untuk mengetahui apakah ada Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Nasabah pada PT Bank Tabungan Negara. Kriteria layak tidaknya hasil penelitian didasarkan pada nilai Adjusted R Square pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.12
Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.844 ^a	.713	.697	.965
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk				
b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah				

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan model menghasilkan nilai R Square sebesar 0, 713 artinya Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas produk (X2) dapat menjelaskan 71,30% Variasi Y, dan sisanya 28,70% dipengaruhi oleh factor lain yang tidak diteliti. Hasil uji Regresi Ganda juga menghasilkan table Anova yang digunakan untuk menguji hipotesis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah.

Sebelum melakukan pengujian hipotesis, langkah pertama adalah melakukan pengujian kelayakan model yaitu menganalisis kemampuan model persamaan regresi linier ganda dengan uji F untuk menunjukkan kelayakan data dari penelitian yang menjelaskan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan nasabah yang ditunjukkan oleh tabel berikut ini.

Tabel 4.13
Anova

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	85.505	2	42.753	45.891	.000 ^b
Residual	34.470	37	.932		
Total	119.975	39			
a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah					
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk					

Tabel Anova diatas memperoleh nilai $F_{hitung} = 45.891$ dan nilai sig F (0,000) < α yaitu 0,05 Sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak. Dapat disimpulkan Variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

nilai koefisien determinasi ganda R Square = 0.713 dengan nilai sig F = 0.000.

Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

$H_0: \rho = 0$: tidak ada pengaruh

$H_a: \rho \neq 0$: ada pengaruh

Dari tabel anova diatas memiliki nilai probabilitas F sebesar 0,000. Karena nilai Sig F < α yaitu 0,000 < 0,05 maka model persamaan regresi pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada penelitian ini layak, sehingga diterima dan layak untuk menunjukkan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah.

4.1.6. Pengujian Hipotesis

Analisis Regresi linier ganda menghasilkan table koefisien yang digunakan untuk menunjukkan pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Analisis Regresi Ganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.523	1.373		.381	.705
	Kualitas Pelayanan	.110	.057	.315	1.942	.060
	Kualitas Produk	.188	.054	.562	3.470	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan tabel diatas dapat disusun model persamaan regresi linier ganda sebagai berikut.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Kualitas Produk

Y = Kepuasan Nasabah

a = Konstanta

b₁ = Koefisien Regresi Kualitas Pelayanan

$Y = 0,523 + 0.110X_1 + 0.188X_2$ <p style="text-align: center;">(0.060) (0.001)</p>
--

Model persamaan regresi linier ganda hasil analisis tersebut dapat diartikan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar $a = 0,523$ dapat diartikan bahwa jika Kualitas pelayanan dan Kualitas Produk bernilai nol maka Y bernilai positif sebesar 0,523
- Nilai Koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar $b_1 = 0.110$ dapat diartikan bahwa nilai Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Nasabah
- Nilai Koefisien regresi Kualitas Produk sebesar $b_2 = 0.188$ dapat diartikan bahwa Kualitas Produk berpengaruh secara positif terhadap Kepuasan Nasabah.

Pengujian hipotesis penelitian ini dilakukan dengan uji t. Pengujian hipotesis dalam penelitian sebanyak dua kali sesuai dengan hipotesis penelitian.

1. Uji Hipotesis: Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah.

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur. Pengaruhnya ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar

$b_1 = 0.110$ pada model persamaan regresi linier ganda $Y = 0,523 + 0.110X_1 + 0.188X_2$.

Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_{10} : $b_1 = 0$: tidak ada pengaruh

H_{1a} : $b_1 \neq 0$: ada pengaruh

Berdasarkan tabel *coefficients* di atas, maka nilai Sig t untuk Kualitas Pelayanan (X1) sebesar = 0,060 oleh karena nilai Sig t $0,060 > 0,05$ dan nilai $b_2 \neq 0$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak maka Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah.

2. Uji Hipotesis: Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan nasabah.

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur. Pengaruhnya ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi Kualitas Produk sebesar $b_2 = 0.188$ pada model persamaan regresi linier ganda $Y = 0,523 + 0.110X_1 + 0.188X_2$.

Hipotesis statistik yang diajukan adalah sebagai berikut:

H_{20} : $b_2 = 0$: tidak ada pengaruh

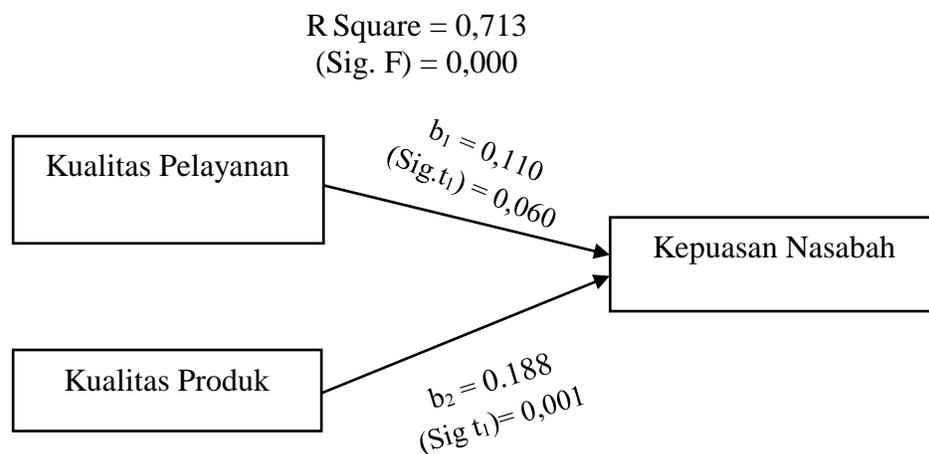
H_{2a} : $b_2 \neq 0$: ada pengaruh

Berdasarkan tabel *coefficients* di atas, maka nilai Sig t untuk Kualitas Produk (X2) sebesar = 0,001, karena nilai Sig t $0,001 < 0,05$ dan nilai $b_2 \neq 0$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga dapat dinyatakan Kualitas Produk berpengaruh Terhadap Kepuasan Nasabah.

4.1.7. Pembahasan Penelitian

Pengukuran variabel penelitian dilakukan dengan menggunakan kuesioner yang dikembangkan dari indikator pada masing-masing variabel penelitian. Dari hasil uji validitas dan uji reliabilitas terhadap masing-masing variabel penelitian ditemukan bahwa seluruh item pernyataan pada setiap variabel telah valid dan reliabel. Karena kuesioner telah valid dan reliabel maka kuesioner penelitian merupakan alat yang handal untuk mengukur masing-masing variabel penelitian.

Gambar 4.4
Rangkuman Hasil Nilai



Hasil analisis penelitian menggunakan metode statistik, sehingga dapat diketahui makna pengaruh antara variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan nasabah Pada PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur. Penelitian ini melibatkan 40 orang responden kepada Nasabah

PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur. Kemudian untuk menguji keseluruhan perhitungan statistik dilakukan dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program SPSS versi 16.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah.

Berdasarkan hasil penelitian Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah, tetapi kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah sehingga pihak perusahaan tetap harus mempertahankan kualitas pelayanannya dengan memberikan respon yang cepat dan tanggap terhadap keluhan nasabah, memberikan pelayanan yang ramah serta tata krama yang baik.

Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Septiana Dwi Exmawati, 2014) menunjukkan bahwa yang paling berpengaruh atau dominan adalah faktor pelayanan, faktor pelayanan merupakan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini juga tidak sejalan oleh penelitiannya terdahulu (Conny Sondakh, 2014) yang menunjukkan bahwa Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan, sedangkan variabel citra merk berpengaruh tidak signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah secara parsial dan penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian terdahulu (Destika primasari 2016) hasil penelitian yaitu kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada bank bni Syariah.

PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur tetap mempertahankan Kualitas Pelayanan yang yaitu dengan cara mempererat hubungan antara nasabah dengan pihak bank agar kedepannya dapat memberikan dampak positif bahwa nasabah merasakan terpenuhi keinginannya dan merasa puas akan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank terutama dalam pelayanan dalam bidang kpr sehingga apa yang nasabah inginkan sesuai dengan harapan nasabah yang di dapatkan di PT Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian ini Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah oleh karena itu perusahaan harus bisa meningkatkan kualitas produk yang akan diberikan ke nasabah, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sesuai yang dibutuhkan oleh nasabah, kepuasan nasabah membutuhkan kualitas produk yang mempunyai daya tahan lama , kegunaan produk , mutu produk dan jaminan bila ada kesalahan di sebuah produk yang akan ditawarkan ke nasabah sesuai harapan nasabah untuk mendapatkan kualitas produk yang diinginkan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Fitri Novianti Pramudya, 2019) Pengaruh kualitas produk sangat positif karena nasabah merasa puas dengan kualitas produk yang sesuai. Penelitian inipun sejalan dengan peniltian yang dilakukan oleh (Gerardo Andrew Tumangkeng 2013) Hasil penelitian dan pembahasan ini, bahwa kualitas produk, suku bunga,

dan kualitas layanan secara Bersama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan kpr pada Bank BTN Cab Manado dan penelitian ini sejalan

PT Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur perlu meningkatkan kualitas produk dengan cara melakukan pemahaman terhadap produknya yang akan diberikan kepada nasabah, agar nasabah dapat terbantu untuk memilih produk yang nasabah inginkan dan hasilnya sesuai dengan keinginan nasabah merasa puas dengan kualitas produk kpr yang didapatkan akan mempererat hubungan antara nasabah dengan PT. Bank Tabungan Negara cabang Cibubur.

BAB 5

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dan sesuai dengan hasil tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Yang artinya Kualitas Pelayanan Tidak akan menghasilkan Kepuasan Nasabah kepada PT Bank Tabungan Negara cabang Cibubur.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah yang artinya semakin Kualitas Produk yang diberikan berkualitas akan menghasilkan Kepuasan Nasabah yang berkualitas kepada PT Bank Tabungan Negara cabang Cibubur.

5.2 Saran

Sebagai tambahan dari hasil kesimpulan penelitian diatas, maka penulis akan memberikan saran yang mungkin akan bermanfaat bagi perusahaan.

1. Berdasarkan hasil penelitian ini penulis menyarankan untuk meningkatkan Kualitas Produk agar kepuasan nasabah semakin meningkat, karena kepuasan nasabah adalah hal yang paling penting bagi perusahaan maka kepuasan nasabah akan menjadi dampak positif bila terwujud sehingga dapat meningkatkan penjualan menambah minat nasabah untuk memilih kembali melakukan kpr di PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur dan menarik nasabah baru untuk memilih bank btn sebagai pilihan untuk mendapatkan proses kpr.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah untuk ini penulis menyarankan PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur tetap mempertahankan Kualitas Pelayanan sehingga nasabah tetap merasa terpenuhi untuk kualitas pelayanan sesuai yang di inginkan nasabah dengan memberikan rasa nyaman dan respon yang baik kepada nasabah dan untuk mendapatkan kualitas pelayanan yang sesuai dengan kepuasan nasabah, sehingga membuat nasabah untuk tetap memilih kembali kpr di bank btn cibubur.

Lampiran 1. Lembar Daftar Pustaka

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Edwin Seyo, Purnomo. 2017, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks*, Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis, Vol.1, No. 6, hal. 755-764.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Pt Grasindo Anggota IKAPI Jakarta 2019. 1: 34.
- Juni Priansa, Donno. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15 th Edition Pearson Education inc.
- Kotler & Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong (2012). *Marketing Management* 14th Edition New Jersey: Prentice.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management* 14th. New Jersey: Pearson Education.
- Linardo, Mr. (2018) *Manajemen pemasaran* Cikudanews, 1-4.

- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. edisi 13. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyanto, Heru dan Anna Wulandari. *Penelitian: Metode dan analisis*, CV agung, Semarang, 2010.
- Rusydi. (2017). *Customer Excellence*, Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2017). *Metodologi Kuantitatif, Kualitatif dan Kuantitatif R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang (2011). *Perilaku konsumen Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Sunyoto, Danang 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Tjiptono, Fandy & Gregorius chandra. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono, fandy dan gregorius Chandra 2012, *pemasaran strategic*. Yogyakarta andi.
- Tjiptono, fandy. (2011). *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, fandy. (2012) *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Cv andi Ofset.
- Tjiptono, fandy. (2016). *Service, quality & Satisfaction*. Yogyakarta, Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2012). *Strategi Pemasaran*, edisi. 3, Yogyakarta, Andi.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Wahjono, Sentot Imam. (2010). *Manajemen pemasaran bank*, Jakarta : Penerbit :Graha Ilmu,

Lampiran 2. Kuesioner

Kuesioner Penelitian

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH KPR PT BANK TABUNGAN NEGARA CIBUBUR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir skripsi saya di Program Studi Manajemen S1 yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Kpr di PT. Bank Tabungan Negara Cabang Cibubur. maka dengan ini peneliti mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk melakukan pengisian angket berikut terlampir. Semua informasi yang diperoleh sebagai hasil dari angket ini bersifat RAHASIA dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas kerjasama dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Lidya Permatasari

NIM: 2016511188

1. Identitas Responden

1. Nama :

2. Jenis Kelamin:

Laki-laki

Perempuan

3. Kpr yang diambil :

Subsidi

Non subsidi

2. Pernyataan Variabel**Petunjuk:**

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan melingkari (O) pada jawaban tersebut

Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju
1	2	3	4	5

I. Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	Tangibles atau Bukti Fisik					
1.	Saya merasa petugas menjawab pertanyaan nasabah dengan cepat dan tanggap					
2.	Saya merasa petugas sangat ramah dan professional dalam melayani nasabah					
	Emphaty atau Empati					
3.	Saya merasa petugas memberikan suasana nyaman dan menyenangkan dengan memberikan senyum dan salam					
4.	Saya merasa petugas mendahulukan informasi sesuai yang dibutuhkan nasabah					
	Responsiveness atau Daya Tanggap					
5.	Saya merasa petugas menjelaskan produk dan jasa dengan cepat dan jelas					
6.	Saya merasa petugas sangat membantu dalam melakukan proses kredit					
	Realibility atau Kehandalan					
7.	Saya merasa produk dan jasa yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah					
8.	Saya merasa petugas sangat jelas dalam memberi informasi tentang bunga kpr kepada nasabah					
	Assurance atau Jaminan					
9.	Saya merasa petugas mengetahui tentang manfaat asuransi jiwa dan kebakaran untuk nasabah					
10.	Saya merasa petugas mengetahui tentang manfaat asuransi jiwa dan kebakaran untuk nasabah					

II. Variabel Kualitas Produk

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	<i>Kinerja</i>					
1.	Saya merasa Pt Bank Tabungan Negara memberikan kemudahan dalam memilih kpr secara online melalui Btn Properti					
2.	Saya merasa diberikan kemudahan dalam melakukan pembayaran kpr melalui m-banking					
	<i>Estetika</i>					
3.	Saya merasa Produk kpr memiliki harga yang terjangkau bagi nasabah menengah kebawah hingga menengah keatas					
4.	Saya merasa Jangka waktu kpr yang diberikan sesuai dengan keinginan nasabah					
	<i>Reliability</i> atau Reliabilitas					
5.	Saya merasa produk kpr kualitas rumahnya sangat sesuai dengan harapan nasabah					
6.	Saya merasa desain rumah yang kerja sama dengan kpr Pt Bank Tabungan Negara sangat menarik perhatian					
	<i>Features</i>					
7.	Adanya promo yang diberikan pihak bank untuk pengambilan kpr menarik perhatian nasabah					
8.	Adanya fasilitas pembayaran ekstra untuk tiap nasabah dalam melakukan pembayaran kpr					
	<i>Serviceability</i>					
9.	Saya merasa proses kpr di Bank Tabungan Negara cibubur sangat cepat dalam memberikan keputusan					
10.	Saya merasa diberikan kemudahan dalam melengkapi data data untuk pengambilan Kpr					

III. Variabel Kepuasan Nasabah

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
	<i>Kesesuaian Harapan</i>					
1.	Nasabah akan menjadikan Bank Btn Cibubur sebagai pilihan pertama bila ingin menggunakan jasa fasilitas Kpr					
	<i>Reputasi</i>					
2.	Reputasi yang baik menjadi pilihan utama bagi nasabah					
	<i>Kepuasan</i>					
3.	Nasabah merasa puas atas jasa dan pelayanan yang diberikan oleh Bank Tabungan Negara Cibubur					

Lampiran 3 Rekapitulasi data responden

KUALITAS PELAYANAN (X.1)										Total X1
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	43
4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	35
4	5	4	4	5	4	3	4	5	3	41
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	31
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	44
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	4	4	3	4	5	5	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	45
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	48
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	44
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	44
4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41

4	3	5	4	5	5	4	3	3	4	40
5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	40
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	41
4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	35
4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	39
4	4	3	3	3	3	5	5	4	4	38
4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	43
4	4	5	5	4	4	3	5	4	4	42
4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	45
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

KEPUASAN NASABAH (Y)			Total Y
Y.1	Y.2	Y.3	
4	4	4	12
4	4	5	13
5	4	4	13
3	4	4	11
4	4	4	12
5	5	4	14
2	3	4	9
4	5	5	14
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	4	4	13

5	5	5	15
4	5	4	13
5	5	5	15
5	5	5	15
3	3	5	11
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	4	12
4	3	4	11
5	4	5	14
4	4	4	12
5	5	5	15
4	4	5	13
3	3	3	9
4	4	4	12
4	4	5	13
5	5	5	15
4	4	4	12
4	4	5	13
5	5	5	15
4	3	4	11
4	4	4	12
5	5	5	15
5	5	5	15

Lampiran 4. Data Karakteristik Responden

JENIS_KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	22	55.0	55.0	55.0
	PEREMPUAN	18	45.0	45.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

KPR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	KPR SUBSIDI	22	55.0	55.0	55.0
	KPR NON SUBSIDI	18	45.0	45.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

Lampiran 5 Uji Validitas dan Realibilitas

1. Uji Validitas dan Realibilitas (X1)

No	R. Hitung	R. Table	Keterangan
X1.1	0.726	0,312	Valid
X1.2	0.797	0,312	Valid
X1.3	0.863	0,312	Valid
X1.4	0.833	0,312	Valid
X1.5	0.828	0,312	Valid
X1.6	0.756	0,312	Valid
X1.7	0.812	0,312	Valid
X1.8	0.801	0,312	Valid
X1.9	0.811	0,312	Valid
X1.10	0.751	0,312	Valid

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.935	10

2. Uji Validitas dan Realibilitas (X2)

No	R. Hitung	R. Table	Keterangan
X2.1	0.719	0,312	Valid
X2.2	0.658	0,312	Valid
X2.3	0.691	0,312	Valid
X2.4	0.662	0,312	Valid
X2.5	0.773	0,312	Valid
X2.6	0.757	0,312	Valid
X2.7	0.587	0,312	Valid
X2.8	0.700	0,312	Valid
X2.9	0.734	0,312	Valid
X2.10	0.691	0,312	Valid

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.880	10

3. Uji Validitas dan Realibilitas (Y)

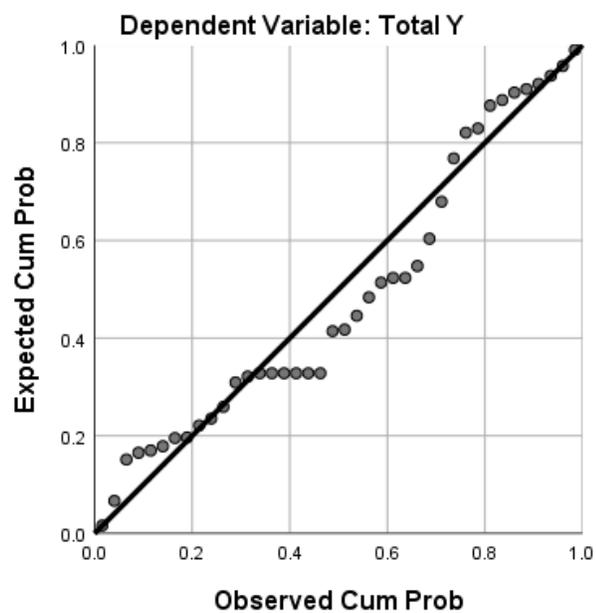
No	R. Hitung	R. Table	Keterangan
Y.1	0.906	0,312	Valid
Y.2	0.922	0,312	Valid
Y.3	0.793	0,312	Valid

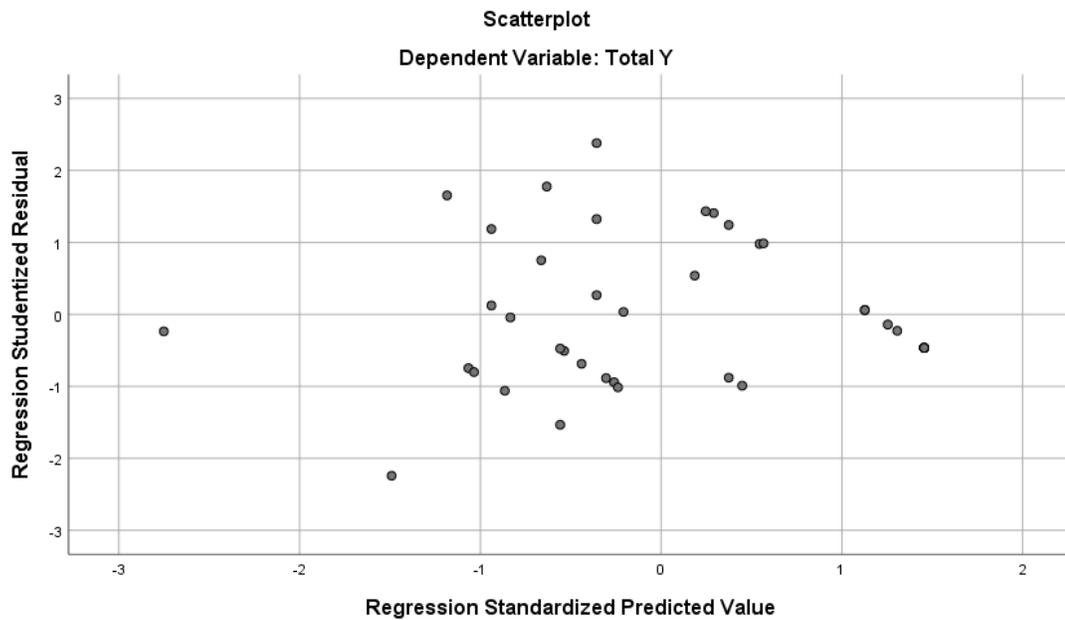
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.845	3

Lampiran 6 Analisis Data

1. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual





2. Analisis Regresi Linear berganda Uji T, F dan Koefisien dominan

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
.523	1.373		.381	.705		
.110	.057	.315	1.942	.060	.296	3.383
.188	.054	.562	3.470	.001	.296	3.383

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.844 ^a	.713	.697	.965	1.949

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.523	1.373		.381	.705
	Total X1	.110	.057	.315	1.942	.060
	Total X2	.188	.054	.562	3.470	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85.505	2	42.753	45.891	.000 ^b
	Residual	34.470	37	.932		
	Total	119.975	39			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualiotas Pelayanan

Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

1. Nama Lengkap : Lidya Permatasari
2. Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 10 Oktober 1995
3. Kewarganegaraan : Indonesia
4. Jenis Kelamin : Perempuan
5. Agama : Kristen
6. Telepon/Hp : 089658961775
7. Email : lidyaaff40@gmail.com

Riwayat Pendidikan

- 2001 – 2006 : SDN 3 Cicadas
- 2006 – 2009 : SMPN 01 Gunung Putri
- 2009 – 2012 : SMA Bina Pendidikan 2
- 2016 – 2020 : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ipwi Jakarta