



**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK CIMB
NIAGA TBK KC MEDAN PEMUDA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen Pada Fakultas Sosial Sains
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

IMMANUEL HIZKIA HUTAPEA
1815310582

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS SOSIAL SAINS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI
MEDAN
2022**

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

JUDUL : ANALISIS KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK CIMB NIAGA TBK KC MEDAN PEMUDA

NAMA : IMMANUEL HIZKIA HUTAPEA
N.P.M : 1815310582
FAKULTAS : SOSIAL SAINS
PROGRAM STUDI : Manajemen
TANGGAL KELULUSAN : 13 September 2022

DIKETAHUI

DEKAN

KETUA PROGRAM STUDI

Dr. E. Rusladi, SE., M.Si.

Husni Muharram Ritonga, B.A., M.Sc. M.

DISETUIJI
KOMISI PEMBIMBING

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II

Ramadhan Harahap, S.E., S.Psi., M.Si.

Yana Diana, S.E., M.Si.

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Immanuel Hizkia
Npm : 1815310582
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1 (Strata Satu)
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non Eksklusif kepada UNPAB untuk menyimpan, mengalih-media/formatkan, mengelola, mendistribusikan, dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya perbuat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Medan, 13 September 2022



Immanuel Hizkia Hutapea

YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Immanuel Hizkia Hutapea
Npm : 1815310582
Program Studi : Manajemen
Jenjang : S1 (Strata Satu)
Judul Skripsi : Analisis Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda

Dengan ini mengajukan permohonan untuk mengikuti ujian sarjana lengkap pada Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi. Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya tidak akan lagi ujian perbaikan nilai di masa yang akan datang. Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Medan, 13 September 2022



Immanuel Hizkia Hutapea

YAYASAN PROF. DR. H. KADIRUN YAHYA

ABSTRAK

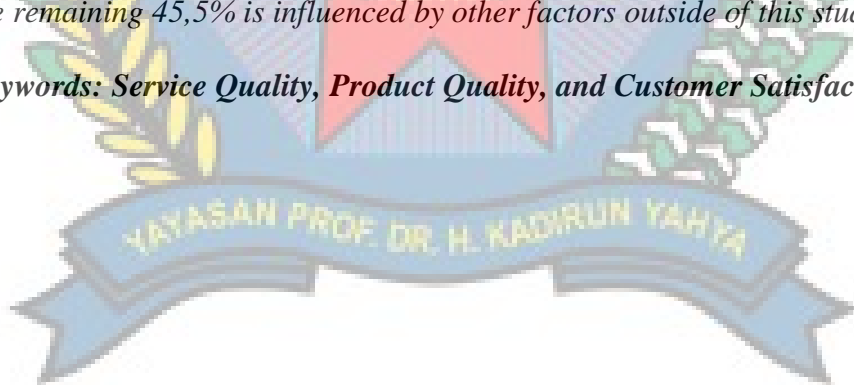
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis baik secara parsial maupun simultan pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda. Skripsi ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan teknik analisis data yang digunakan yaitu Regresi Linear berganda dengan pengujian hipotesis yaitu uji-t dan uji-f. Jumlah sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 91 responden. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil uji-t yang didapatkan oleh variabel kualitas pelayanan (X_1) dengan nilai t-hitung (5,886) > t-tabel (1,66235) dan sig (0,000) < 0,05. Dengan demikian keputusan yang diambil yaitu menerima hipotesis alternatif (H_1) dan menolak hipotesis alternatif (H_0). Sedangkan untuk hasil uji-t variabel kualitas produk (X_2) dengan nilai t-hitung (2,323) > t-tabel (1,66235) dan sig (0,023) < 0,05. Dengan demikian keputusan yang diambil yaitu menerima hipotesis alternatif (H_2) dan menolak hipotesis alternatif (H_0). Sementara apabila variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk di uji secara simultan, maka di dapatkan nilai F hitung (54,855) > F tabel (3,10), dengan demikian keputusan yang diambil yaitu menerima hipotesis alternatif (H_3) dan menolak hipotesis alternatif (H_0). Nilai koefisien determinasi mencapai 0,545 atau sebesar 54,5% yang berarti bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda. Sementara sisanya sebesar 45,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini.

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

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze both partially and simultaneously the positive and significant influence of service quality and product quality on customer satisfaction at Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda. This thesis uses a quantitative descriptive method with data analysis techniques used, namely Multiple Linear Regression with hypothesis testing, namely t-test and f-test. The number of samples in this study were 91 respondents. Data collection techniques by distributing questionnaires. The results showed that service quality and product quality had a positive and significant effect, either partially or simultaneously on customer satisfaction at Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda. This can be seen from the results of the t-test obtained by the service quality variable (X_1) with a t-count value ($5,886 > t\text{-table } (1,66235)$ and $\text{sig } (0,000) < 0,05$. Thus, the decision taken is to accept the alternative hypothesis (H_1) and reject the alternative hypothesis (H_0). As for the results of the t-test of product quality variable (X_2) with t-count value ($2,323 > t\text{-table } (1,66235)$ and $\text{sig } (0,23) < 0,05$. Thus, the decision taken is to accept the alternative hypothesis (H_2) and reject the alternative hypothesis (H_0). Meanwhile, if the service quality and product quality variables are tested simultaneously, then the calculated F value ($54,855 > F\text{ table } (3,10)$, thus the decision taken is to accept the alternative hypothesis (H_3) and reject the alternative hypothesis (H_0). The value of the coefficient of determination reached 0,545 or 54,5%, which means that the service quality and product quality variables affect customer satisfaction at Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda. While the remaining 45,5% is influenced by other factors outside of this study.

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



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat mengajukan skripsi ini yang disusun guna memenuhi syarat untuk pembuatan skripsi. Adapun judul yang penulis ajukan adalah sebagai berikut: **“Analisis Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.”**

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam pembuatan skripsi ini nantinya akan menghadapi banyak permasalahan dan kesulitan, yang disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Untuk ini, bantuan dan bimbingan dari semua pihak sangat saya harapkan dan kendala tersebut dapat diatasi penulis berkat adanya bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M., selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
2. Bapak Dr. E. Rusiadi, S.E., M.Si., CiQar., CIQnR., CIMMR., selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Bapak Husni Muharram Ritonga, BA., M.SC.M, selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi.

4. Bapak Ramadhan Harahap, S.E., S.Psi., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I (satu) yang telah banyak memberikan masukan dan meluangkan waktu membimbing penulis.
5. Ibu Yana Diana, S.E., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II (dua) yang telah banyak memberikan masukan dan meluangkan waktu membimbing penulis.
6. Seluruh civitas akademik Universitas Pembangunan Panca Budi, yang telah memberikan bantuan dan jasanya selama penulis menjalankan pendidikan di Universitas Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
7. Pimpinan dan karyawan Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda yang dengan tulus mensupport peneliti dari awal penelitian hingga akhir.
8. Teristimewa untuk keluarga yang selalu mendoakan dan menjadi motivasi terbesar bagi penulis.

Penulis juga menyadari bahwa kesalahan dalam pengetikan maupun penyampaian dalam penulisan skripsi ini yang disengaja maupun yang tidak disengaja oleh penulis yang mempunyai keterbatasan. Akhirnya penulis mengharapkan semoga dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Terimakasih.

Medan, 13 September 2022

Immanuel Hizkia Hutapea
1815310582

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan dan Rumusan Masalah.....	6
1. Batasan Masalah.....	6
2. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Penelitian.....	8
E. Keaslian Penelitian	9
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teori	10
1. Kepuasan Nasabah	10
a. Pengertian Kepuasan Nasabah	10
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah.....	11
c. Indikator Kepuasan Nasabah.....	13
2. Kualitas Pelayanan	14
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	14
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan	15
c. Indikator Kualitas Pelayanan	18
3. Kualitas Produk.....	20
a. Pengertian Kualitas Produk.....	20
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	21
c. Indikator Kualitas Produk	23
B. Penelitian Terdahulu	25

C. Kerangka Konseptual.....	28
D. Hipotesis.....	30
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Pendekatan Penelitian	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	32
1. Lokasi Penelitian.....	32
2. Waktu Penelitian.....	33
C. Populasi dan Sampel	33
1. Populasi	33
2. Sampel.....	34
D. Jenis dan Sumber Data.....	36
1. Jenis Data.....	36
2. Sumber Data	36
E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	36
1. Variabel Penelitian.....	36
2. Definisi Operasional.....	37
F. Teknik Pengumpulan Data	38
G. Teknik Analisis Data.....	39
1. Uji Instrumen.....	39
2. Uji Statistik Deskriptif	40
3. Uji Asumsi Klasik.....	40
4. Uji Regresi Linear Berganda	43
5. Uji Hipotesis	43
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
A. Hasil Penelitian.....	46
1. Gambaran Umum Bank CIMB Niaga Tbk.....	46
2. Deskripsi Karakteristik Responden.....	49
3. Hasil Analisis Data.....	53
a. Hasil Uji Instrumen	53
b. Hasil Statistik Deskriptif	58
c. Hasil Uji Asumsi Klasik	59
d. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	64
e. Hasil Uji Hipotesis	65
B. Pembahasan.....	69
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	74
A. Kesimpulan.....	74
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Total Nasabah Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	25
Tabel 3.1 Waktu Penelitian.....	33
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 3.3 Alternatif Jawaban Responden	38
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	50
Tabel 4.2 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan .	54
Tabel 4.3 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk	55
Tabel 4.4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Nasabah	56
Tabel 4.5 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan	57
Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Produk ..	57
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah	58
Tabel 4.8 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian.....	59
Tabel 4.9 Hasil Pengujian Normalitas Secara Statistik	62
Tabel 4.10 Hasil Pengujian Multikolinieritas	63
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda.....	64
Tabel 4.12 Hasil Pengujian Parsial (Uji-t).....	66
Tabel 4.13 Hasil Pengujian Simultan (Uji-F)	67
Tabel 4.14 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi	68



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda	49
Gambar 4.2 <i>Histogram</i>	60
Gambar 4.3 <i>Probability Plot</i>	61
Gambar 4.4 <i>Scatter Plot</i>	63



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut UU Perbankan No. 10 Tahun 1998, bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup orang banyak. Oleh karena itu, peranan perbankan sangat mempengaruhi kegiatan ekonomi suatu Negara. Semakin maju suatu Negara maka semakin besar peranan perbankan dalam mengendalikan ekonomi Negara tersebut.

Dari definisi sesuai dengan UU No. 10 Tahun 1998 dapat disimpulkan bahwa bank mempunyai 3 fungsi yaitu: (1) menghimpun dana masyarakat; (2) menyalurkan dana kepada masyarakat; (3) memberikan jasa lalu lintas pembayaran dan peredaran uang atau dikenal dengan jasa perbankan.

Sebagai lembaga intermediasi, pihak perbankan membutuhkan kepercayaan dari masyarakat terutama nasabah sehingga kelangsungan sektor perbankan sebagai urat nadi perekonomian dapat terus berjalan. Untuk memperoleh kepercayaan dari masyarakat, maka sektor perbankan harus dikelola secara profesional mulai dari pelayanan, strategi pemasaran, dan keuangan yang harus dikelola dengan prinsip kehati-hatian. Perbankan juga harus inovatif dalam menciptakan produk yang dibutuhkan oleh masyarakat. Karena yang dibutuhkan oleh masyarakat (nasabah) adalah kepuasan dalam hal pelayanan yang diberikan oleh pihak bank. Konsumen semakin sulit dipuaskan karena telah terjadi pergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan menjadi harapan (*expectation*) untuk memenuhi kepuasan.

Menurut Indrasari (2019:87), kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya.

Umumnya nasabah yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain yang dapat berakibat pada besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan nasabah. Nasabah sebagai obyek yang harus dipuaskan mempunyai harapan yang abstrak, sehingga melahirkan persepsi yang berbeda-beda tentang bagaimana pelayanan yang baik dari bank untuk diberikan kepada nasabah.

Pelayanan merupakan perilaku bank dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan demi tercapainya kepuasan nasabah. Hal yang paling penting dalam suatu bank adalah kualitas pelayanan yang diberikan. Tjiptono (2016:59) mengatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Nasabah akan merasa puas jika pelayanan yang diberikan itu baik. Karena keberhasilan suatu produk sangat ditentukan dari baik atau tidaknya pelayanan yang diberikan.

Selain pelayanan yang baik, produk yang unggul juga berperan penting terhadap kepuasan nasabah. Semakin pesatnya persaingan saat ini membuat sektor perbankan saling bersaing dalam menawarkan keunggulan produknya masing-masing. Keunggulan produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi pelanggan, terutama dari segi kualitas produk. Tjiptono (2016:145), mengatakan kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan

pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Setiap perusahaan jasa wajib untuk dapat merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas pelayanan dan kualitas produk sedemikian rupa sehingga pelayanan dan produk dapat memuaskan nasabah.

Penelitian ini mengambil obyek penelitian nasabah Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda. Selama ini manajemen Bank CIMB Niaga telah banyak melakukan terobosan guna untuk terus meningkatkan jumlah nasabah atau pengguna jasa. Namun fakta yang terjadi dilapangan menunjukkan bahwa pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda, nasabah selalu memberikan *feedback* kurang puas atas produk dan pelayanan yang telah dirasakan. Pada kasus tersebut bisa diketahui melalui nasabah pada perusahaan mengalami fluktuatif setiap tahun. Rasa tidak puas tersebut membuat nasabah malas dan tidak ingin melakukan transaksi pada perusahaan sehingga Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda terjadi pengurangan dan peningkatan jumlah nasabah walaupun tidak terlalu signifikan namun jika penurunan yang terjadi tidak mendapat penanganan secara baik maka akan dapat berdampak terhadap pertumbuhan perusahaan dimasa yang akan datang. Adapun tabel membahas mengenai total nasabah pada bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Total Nasabah Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda

Tahun	Jumlah
2019	5.798
2020	4.320
2021	4.686

Sumber: Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda, 2022

Pada tabel 1.1 dapat terlihat tingkat pertumbuhan nasabah Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda sepanjang tiga tahun terakhir yang mengalami fluktuasi, pada tahun 2019 nasabah Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda berjumlah 5.798 nasabah, yang mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2020 sebanyak 1.478 nasabah atau sebesar 25% menjadi 4.320 nasabah sehingga mengakibatkan penurunan pendapatan pada bank tersebut, namun pada tahun 2021 jumlah nasabah mengalami peningkatan sebesar 366 nasabah atau sebesar 8,5% peningkatan tersebut tidak terlalu signifikan dengan jumlah penurunan yang terjadi pada tahun 2020. Hal ini harus segera ditangani agar kinerja pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda tidak mengalami hal buruk yang dapat membawa pengaruh langsung pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

Tidak berbeda dengan perbankan lain meskipun Bank CIMB Niaga Tbk merupakan salah 1 bank terkemuka di Indonesia, dinamika ketidakpuasan nasabah juga tidak terlepas dari cara pelayanan karyawan Bank CIMB Niaga KC Medan Pemuda. Berdasarkan hasil observasi melalui wawancara dengan nasabah bank CIMB Niaga cabang Medan Pemuda, para nasabah sering mengeluh tentang adanya bentuk pelayanan yang kurang memuaskan yang diberikan CIMB Niaga KC Medan Pemuda menurut nasabah adalah *customer service* dalam melayani nasabah respon yang diberikan kurang cepat. Hal tersebut dapat dilihat dari masih adanya antrian panjang yang terjadi pada nasabah sehingga banyak nasabah yang harus rela menunggu lama. Adapun pada saat nasabah melakukan peminjaman kredit, nasabah harus melalui beberapa ketentuan yang rumit dan membutuhkan waktu yang cukup lama sehingga menimbulkan persepsi negatif terhadap pelayanan Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

Di dalam Bank CIMB Niaga itu sendiri terdapat beberapa produk yaitu, pendanaan (tabungan, deposito, giro), pembiayaan (simulasi pembiayaan, pembiayaan iB Kepemilikan Rumah, pembiayaan iB Kepemilikan Mobil, dan *bancassurance* (asuransi jiwa)

Dalam dunia usaha tidak terkecuali perbankan, kualitas produk menjadi hal yang penting untuk menarik minat konsumen untuk menjadi nasabah. Kualitas produk menjadi faktor penentu untuk memenuhi keinginan dan kepuasan konsumen selaku nasabah. Apabila perusahaan memiliki produk yang berkualitas maka perusahaan akan memenuhi keinginan dan memberikan kepuasan bagi konsumen itu sendiri. Namun fenomena yang sering dialami oleh Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda mengenai kualitas produk yaitu sering mendapat keluhan dari nasabah CIMB Niaga KC Medan Pemuda perihal produk bank CIMB Niaga itu sendiri, seperti Suku Bunga tabungan CIMB Niaga yang kurang kompetitif, persyaratan dan prosedur menjadi nasabah tabungan yang terlalu sulit, bahkan yang lebih sering terjadi mengenai gangguan pada jaringan komunikasi yang berpengaruh pada ATM tidak beroperasi, sehingga dari keluhan nasabah tersebut mengindikasikan bahwa kualitas produk bank CIMB Niaga masih belum optimal dan dari masalah-masalah yang dialami oleh nasabah tersebut mengakibatkan rendahnya tingkat kepuasan yang didapatkan oleh nasabah dari perusahaan.

Berdasarkan fenomena tersebut yang terjadi pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“Analisis Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, terdapat masalah-masalah yang berkaitan dengan penelitian ini. Masalah tersebut diidentifikasi sebagai berikut:

1. Rendahnya tingkat kepuasan yang didapatkan oleh nasabah dari perusahaan dikarenakan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang tidak sesuai dengan yang mereka harapkan.
2. Keterbatasan pelayanan yang terdapat pada bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda mengindikasikan kualitas pelayanan yang belum optimal.
3. Seringya terjadi gangguan pada jaringan komunikasi yang berpengaruh pada ATM tidak beroperasi, mengindikasikan bahwa kualitas produk dari Bank CIMB Niaga belum optimal.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Batasan masalah penelitian dimaksudkan agar pembahasan tidak menyimpang atau berkembang ke masalah lain. Berdasarkan terbatasnya waktu, ruang, dan gerak yang dialami oleh peneliti. Maka batasan masalah dalam penelitian ini meliputi:

- a. Variabel penelitian:

Variabel independen : kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2), serta variabel dependen: kepuasan nasabah (Y).

- b. Objek penelitian:

Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah :

- a. Apakah kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda?
- b. Apakah kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda?
- c. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan nasabah pada bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis secara parsial pengaruh positif dan signifikan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

- c. Untuk mengetahui dan menganalisis secara simultan pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan oleh peneliti dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai wahana dalam melatih menulis karya ilmiah pada manajemen. Khususnya berkaitan dengan kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah.

- b. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan yang berkaitan dengan pentingnya untuk lebih memperhatikan kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan nasabah sehingga perusahaan berkesempatan untuk mengevaluasi kebijakan dan tindakan yang kurang sempurna yang berhubungan dengan kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah.

- c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan tambahan dan juga sebagai panduan serta referensi terhadap pembaca dan peneliti-peneliti lainnya dalam melakukan analisis lebih jauh terhadap topik yang sama.

E. Keaslian Penelitian

Penelitian ini merupakan perkembangan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang telah ada, salah satunya penelitian dari Nasfi, et al (2020), yang membahas kajian yang hampir sama dengan tema yang dilakukan dalam penelitian saat ini, namun demikian masih terdapat beberapa perbedaan seperti:

1. Waktu Penelitian:

Pada penelitian terdahulu dilakukan pada tahun 2020 sedangkan pada penelitian saat ini dilakukan pada tahun 2022.

2. Variabel Penelitian:

Pada penelitian terdahulu hanya terdiri dari 1 variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan 1 variabel terikat yaitu kepuasan nasabah. Sedangkan pada penelitian yang sedang dilakukan saat ini terdiri dari 2 variabel bebas yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk dan 1 variabel terikat yaitu kepuasan nasabah.

3. Teknik Analisis Data:

Pada penelitian terdahulu menganalisis data dengan menggunakan regresi linear sederhana, sedangkan pada penelitian saat ini menggunakan regresi linear berganda.

4. Subjek Penelitian:

Pada penelitian terdahulu adapun yang menjadi objeknya yaitu nasabah PT. BPRS Haji Miskin kantor Pusat Kab.Tanah Datar dan Kantor Cabang Kota Payakumbuh dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden, sedangkan pada penelitian saat ini yang menjadi objeknya yaitu nasabah Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda sebanyak 91 responden.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Kepuasan Nasabah

a. Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah adalah persepsi nasabah bahwa harapannya telah terpenuhi, diperoleh hasil yang optimal bagi setiap nasabah dan pelayanan perbankan dengan memperhatikan kemampuan nasabah dan keluarganya, perhatian terhadap keluarganya, perhatian terhadap kebutuhan nasabah sehingga kesinambungan yang sebaik-baiknya antara puas dan hasil.

Perusahaan dituntut untuk memenuhi kepuasan pelanggan, sehingga perusahaan harus jeli melihat pergeseran kebutuhan dan keinginan yang sangat cepat berubah. Kepuasan pelanggan adalah harapan atau perasaan seseorang atas pembelian suatu barang atau jasa. Artinya apa yang diharapkan dapat dicapai oleh pelanggan sesuai dengan kenyataan. Harapan dengan kenyataan inilah yang akan menentukan tingkat kepuasan pelanggan (Kasmir, 2017:236).

Sedangkan menurut Tjiptono (2016:146), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Indrasari (2019:87), kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya.

Berdasarkan pengertian para ahli dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen (nasabah) merupakan penilaian setiap konsumen dengan membandingkan antara kondisi yang ada dengan kondisi yang diharapkan.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Didalam suatu proses keputusan, pelanggan tidak hanya berhenti hanya sampai proses konsumsi. Pelanggan akan melakukan proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya. Hasil dari proses evaluasi terhadap konsumsi yang telah dilakukannya adalah pelanggan akan puas atau tidak puas terhadap konsumsi produk atau jasa yang telah dilakukannya. Indrasari (2019:87) mengatakan bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu:

1) Kualitas Produk

Kualitas produk menjadi salah satu yang penting, dikarenakan kualitas produk sebagai representasi terhadap kualitas perusahaan penghasil produk tersebut. Kualitas produk yang dirasakan konsumen akan menentukan persepsi konsumen terhadap kinerja, yang pada gilirannya akan berdampak pada kepuasan pelanggan. Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa. Tingkat pelayanan merupakan suatu

tingkat yang ditunjukkan oleh perusahaan atau instansi dalam menanggapi orang-orang yang memerlukan pelayanan. Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3) Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4) Harga

Harga menjadi suatu hal yang penting, dikarenakan harga yang ditawarkan suatu perusahaan pada konsumen sebagai sebuah tolak ukur pada kualitas produk yang dibeli. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

5) Biaya

Biaya adalah suatu pengorbanan yang diukur dengan satuan kas atau uang. Biaya dikeluarkan untuk mendapatkan barang atau jasa untuk masa manfaat masa kini atau masa depan. Namun konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau

tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

c. Indikator Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah berkaitan dengan bagaimana perasaan nasabah terhadap sesuatu yang diharapkan dan terhadap berbagai macam aspek dari sesuatu yang diterimanya tersebut, sehingga kepuasan nasabah sangat berkaitan dengan sejauh mana nasabah puas atau tidak puas dengan suatu produk atau jasa. Karena ada begitu banyak pelanggan yang menggunakan produk dan setiap pelanggan menggunakannya secara berbeda, sikap berbeda, dan berbicara secara berbeda. Menurut Indrasari (2019:92), pada umumnya program kepuasan memiliki beberapa indikator-indikator, yakni:

1) Kesesuaian harapan

Harapan konsumen dapat merupakan keyakinan konsumen sebelum mencoba atau membeli suatu produk. Dalam mengevaluasi, konsumen akan menggunakan harapannya sebagai standar atau ukuran. Sehingga dalam hal ini yang dimaksud dengan kesesuaian harapan merupakan tingkatan kesesuaian antara kinerja produk yang yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen.

2) Minat berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pemakaian ulang terhadap produk terkait. Hal itu merupakan bagian dari keadaan mental seseorang yang

mencerminkan rencana untuk melakukan beberapa tindakan dalam jangka waktu tertentu. Definisi ini diasumsikan sebagai anteseden langsung dari perilaku.

3) Kesiediaan merekomendasikan.

Merupakan kesiediaan konsumen untuk untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakan kepada teman atau keluarga. Dalam kasus produk yang pembelian ulangnya relatif lama atau bahkan hanya terjadi satu kali pembelian, kesiediaan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran yang penting untuk dianalisis dan ditindak lanjuti.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Terjadinya kompetisi dalam usaha dalam merebut market guna meningkatkan penjualan membawa sebuah perubahan positif dalam dunia bisnis karena mereka bersaing dalam memberikan pelayanan terbaik bagi setiap konsumen. Hal itu mengubah persepsi banyak orang yang awalnya berpegang teguh pada filosofi produk dan penjualan ke filosofi pemasaran.

Dalam proses pemasaran, kualitas pelayanan menjadi sesuatu yang sangat krusial karena hal itu menjadi faktor dominan dalam menciptakan rasa puas atau tidak puas terhadap pelanggan.

Pelayanan menurut Kasmir (2017:47) adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau suatu organisasi untuk memberikan kepuasan

kepada pelanggan, sesama karyawan, dan juga pimpinan. Pelayanan dan pemberian dukungan kepada pelanggan.

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Asnawi dan Fanani (2017:162), kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tindakan dan kemampuan karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan dengan penuh komitmen untuk memberikan pelayanan yang terbaik dan bermutu kepada konsumen, sesama karyawan, maupun pimpinan perusahaan.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah seberapa baik suatu organisasi atau perusahaan mampu merespon kebutuhan pelanggan setelah produk atau layanan diantarkan dan diberikan kepada pelanggan. Menurut Tjiptono (2016:60) ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi kualitas pelayanan dari suatu produk atau jasa, yang diantaranya adalah sebagai berikut:

- 1) Produksi dan konsumsi yang terjadi secara simultan; salah satu karakteristik unik dari jasa atau layanan adalah *inseparability*, yang artinya jasa atau layanan diproduksi dan dikonsumsi pada saat bersamaan sehingga hal ini kerap kali membutuhkan

kehadiran dan partisipasi pelanggan dalam proses penyampaian layanan.

- 2) Intensitas tenaga kerja yang tinggi; keterlibatan karyawan secara intensif dalam penyampaian layanan dapat pula menimbulkan masalah kualitas, yaitu berupa tingginya variabilitas layanan yang dihasilkan. Misalnya terkait masalah upah rendah, pelatihan yang kurang memadai, atau bahkan tidak sesuai dengan kebutuhan organisasi, tingkat perputaran karyawan terlalu tinggi, motivasi kerja karyawan rendah, dan lain-lain.
- 3) Dukungan terhadap pelanggan internal kurang memadai; dukungan tersebut bisa berupa peralatan (perkakas atau peralatan, material, pakaian seragam), pelatihan keterampilan, maupun informasi (misalnya prosedur operasi), selain itu juga pemberdayaan karyawan seperti kemampuan untuk mengendalikan dan menguasai cara melaksanakan pekerjaan dan tugasnya, memahami konteks dimana pekerjaannya dilaksanakan dan kesesuaian pekerjaannya dalam rangka pekerjaan yang lebih luas (*big picture*), bertanggung jawab atas *output* kerja pribadi dan mengemban tanggung jawab bersama atas kinerja unit dan organisasi.
- 4) Gap komunikasi; gap komunikasi bisa berupa:
 - a) Penyedia layanan memberikan janji yang terlalu berlebihan, sehingga tidak mampu untuk memenuhinya.

- b) Penyedia layanan tidak bisa selalu atau salah menyajikan informasi terbaru kepada para pelanggan, misalnya yang berkaitan dengan perubahan prosedur atau aturan, perubahan susunan barang di rak pajangan pasar swalayan, perubahan kemasan, perubahan harga, dan lain-lain.
 - c) Pesan komunikasi yang disampaikan oleh penyedia layanan tidak dipahami pelanggan.
 - d) Penyedia layanan tidak memperhatikan atau tidak segera menindaklanjuti keluhan dan atau saran yang disampaikan oleh para pelanggan.
- 5) Memperlakukan semua pelanggan dengan cara yang sama; hal ini memunculkan tantangan bagi penyedia layanan dalam hal kemampuan memahami kebutuhan spesifik pelanggan individual dan memahami perasaan pelanggan terhadap penyedia layanan dan layanan spesifik yang diterima.
- 6) Perluasan atau pengembangan layanan secara berlebihan; bila terlampaui banyak layanan baru dan tambahan terhadap layanan yang sudah ada, hasil yang didapatkan belum tentu optimal, bahkan tidak tertutup kemungkinan timbul masalah-masalah seputar standar kualitas layanan.
- 7) Visi bisnis jangka pendek; misalnya orientasi pada pencapaian target penjualan dan laba tahunan, penghematan biaya sebesar-besarnya, peningkatan produktivitas tahunan, dan lain-lain bisa

merusak kualitas layanan yang sedang dibentuk untuk jangka Panjang.

c. Indikator Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan suatu tindakan atau kinerja yang ditawarkan suatu pihak kepada pihak lainnya. Walaupun prosesnya mungkin terkait dengan produk fisik, kinerjanya pada dasarnya tidak nyata dan biasanya tidak menghasilkan kepemilikan atas faktor-faktor produksi, namun mampu menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tempat tertentu, sebagai hasil dan tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri-atau atas nama-penerima pelayanan tersebut, dan agar dapat mengukur tingkat kualitas pelayanan dari suatu perusahaan menurut Tjiptono (2016:64), ada 5 (lima) dimensi kualitas pelayanan yang masuk ke dalam indikator kualitas pelayanan, antara lain:

- 1) Berwujud (*Tangible*), yaitu berupa penampilan fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang baik. Dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan diterima oleh konsumen. Contohnya seperti fasilitas kantor, kebersihan dan kenyamanan ruang yang digunakan untuk transaksi serta kerapian penampilan karyawan.
- 2) Empati (*Empathy*), yaitu kesediaan karyawan dan pengusaha untuk lebih peduli memberikan perhatian secara pribadi kepada pelanggan. Kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan. Inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan

bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi. Dalam menjaga hubungan baik, tentu saja layanan yang diberikan oleh para karyawan bank harus dapat menunjukkan kepedulian mereka kepada nasabah.

- 3) Cepat tanggap (*Responsiveness*), yaitu kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan konsumen. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. Kemudian jika dilihat lebih mendalam pada layanan yang cepat tanggap di sebuah bank, bisa dilihat dari kemampuan karyawan bank yang cepat memberikan pelayanan kepada nasabah dan cepat menangani keluhan mereka.
- 4) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa sesuai dengan yang dijanjikan, terpercaya dan akurat, serta konsisten. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah, dan harga. Jika dilihat dalam bidang usaha jasa perbankan, maka sebuah layanan yang handal adalah ketika seorang karyawan bank mampu memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan dan membantu penyelesaian masalah yang dihadapi oleh nasabah dengan cepat.
- 5) Kepastian (*Assurance*), yaitu berupa kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan terhadap janji yang

telah dikemukakan kepada konsumen. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi. Contohnya seperti di bank, asuransi, dan dokter. Sehingga dapat dikatakan dalam sebuah jasa perbankan, kepastian menjadi hal yang sangat penting untuk dapat diberikan kepada nasabahnya seperti jaminan keamanan dan kemudahan saat melakukan transaksi di bank.

3. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Dewasa ini dikarenakan kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat cenderung meningkat, sehingga sebagian masyarakat semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk.

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:224) kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang atau hasil. Assauri (2015:90) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat pada suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil dimaksudkan.

Lupiyoadi (2017:175) Kualitas produk adalah “*degree to which aset of inherent characteristics fulfils requirements*” yang artinya kualitas

produk adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan. Menurut Tjiptono (2016:145) kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Dari definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah karakter atau sifat yang dimiliki oleh sebuah produk yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan dari seseorang.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk

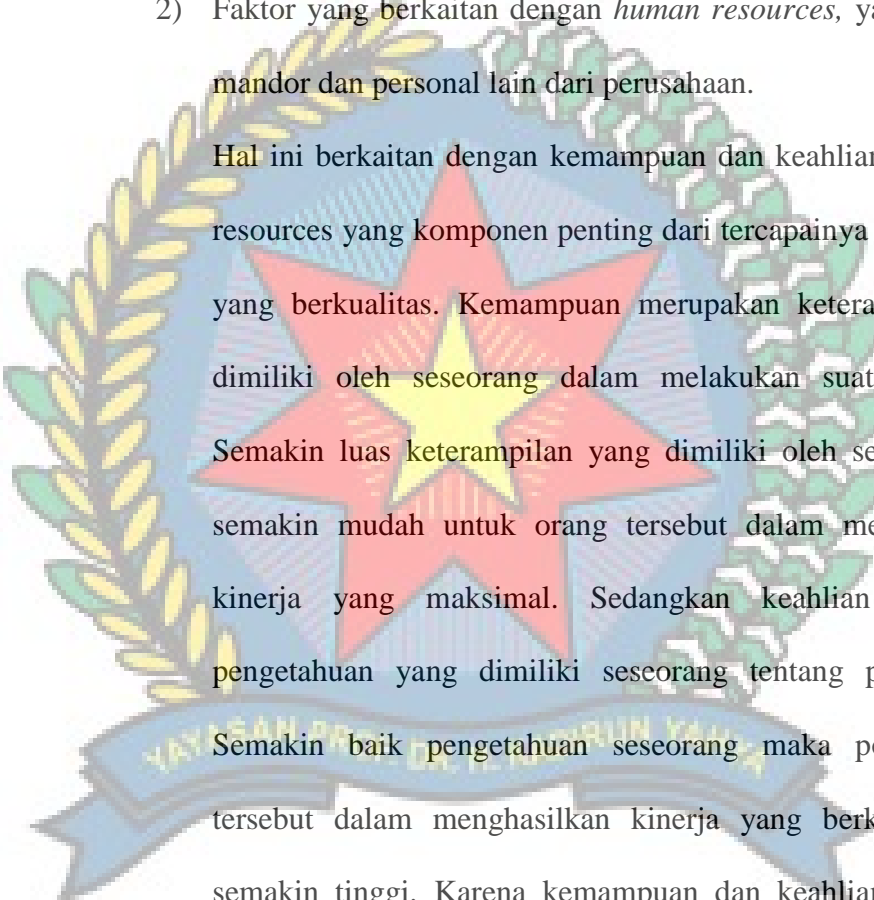
Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan membeli produk jika merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk berhasil. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Menurut Tjiptono (2016:146) secara umum ada beberapa faktor yang mampu mempengaruhi kualitas produk tersebut dapat dikelompokkan menjadi dua hal, yaitu:

- 1) Faktor yang berkaitan dengan teknologi, yaitu mesin, bahan dan perusahaan.

Di era global ini sangat bergantung pada kompetensi pemasar dalam memanfaatkan segala faktor teknologi guna menerobos berbagai hambatan dan mengubah potensi yang terkandung

dalam teknologi menjadi keunggulan bersaing, yang dimaksud faktor teknologi adalah kompetensi pemasar atau organisasi dalam menggunakan segala potensi teknologi yang dimiliki guna menanggapi dan memenuhi tuntutan bisnis serta mewujudkan inovasi.

- 2) Faktor yang berkaitan dengan *human resources*, yaitu operator, mandor dan personal lain dari perusahaan.



Hal ini berkaitan dengan kemampuan dan keahlian dari human resources yang komponen penting dari tercapainya suatu produk yang berkualitas. Kemampuan merupakan keterampilan yang dimiliki oleh seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan. Semakin luas keterampilan yang dimiliki oleh seorang, maka semakin mudah untuk orang tersebut dalam mencapai hasil kinerja yang maksimal. Sedangkan keahlian merupakan pengetahuan yang dimiliki seseorang tentang pekerjaannya. Semakin baik pengetahuan seseorang maka potensi orang tersebut dalam menghasilkan kinerja yang berkualitas akan semakin tinggi. Karena kemampuan dan keahlian merupakan komponen yang sangat berpengaruh terhadap kinerja seorang karyawan. Karena dengan sumber daya manusia yang berkualitas tinggi perusahaan dapat menciptakan suatu produk yang berkualitas tinggi pula.

c. Indikator Kualitas Produk

Perusahaan apabila ingin mempertahankan keunggulan kompetitif dalam pasar, maka perusahaan harus tau aspek-aspek apa saja yang menjadi bagian dari kualitas produk tersebut. Dalam hal ini kualitas produk memiliki indikator yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik dari suatu produk. Menurut Tjiptono (2016:134) kualitas produk memiliki delapan indikator sebagai berikut:

- 1) *Performance* (kinerja) merupakan karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang dibeli. Biasanya hal ini berkaitan dengan aspek fungsional dari produk itu dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk, yaitu meliputi *faster* (lebih cepat) berkaitan dengan dimensi waktu yang menggambarkan kecepatan dan kemudahan atau bagaimana untuk memperoleh produk ini, dan aspek *cheaper* (lebih murah) berkaitan dengan dimensi biaya yang menggambarkan harga atau ongkos dari suatu produk yang harus dibayarkan oleh pelanggan.
- 2) *Features* (fitur atau ciri-ciri tambahan) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap. Biasanya dimensi ini berkaitan dengan performansi dari suatu produk yang dapat menambah fungsi dasar yang berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.
- 3) *Reliability* (reliabilitas) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai. Biasanya dimensi ini berkaitan dengan tingkat probabilitas atau periode waktu tertentu, dengan

demikian kehandalan merupakan karakteristik yang mereflesikan kemungkinan atau probabilitas tingkat keberhasilan dalam penggunaan produk ini.

- 4) *Confermance to Specifications* (kesesuaian dengan spesifikasi) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Biasanya dimensi ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan, konformasi merefleksikan derajat dimana karakteristik desain produk dan karakteristik operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan, serta sering didefinisikan sebagai konformasi terhadap kebutuhan (*comformance to requierements*).
- 5) *Durability* (daya tahan) yaitu berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat digunakan. Semakin lama daya tahannya tentu semakin awet. Produk yang awet akan dipersepsikan lebih berkualitas disbanding produk yang cepat habis atau cepat diganti.
- 6) *Serviceability* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan direparasi serta penanganan keluhan secara memuaskan. Kualitas produk ditentukan atas dasar kemampuan diperbaiki meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan. Produk yang mampu diperbaiki tentu kualitasnya lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang tidak atau sulit diperbaiki.

- 7) *Esthetics* (Estetika) yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Biasanya dimensi ini berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan referensi atau pilihan individual. Dengan demikian estetika dari suatu produk lebih banyak berkaitan dengan perasaan pribadi dan mencakup karakteristik tertentu.
- 8) *Perceived Quality* (kualitas yang dipersepsikan), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Persepsi pelanggan terhadap kualitas secara keseluruhan atau keunggulan suatu produk atau jasa dibandingkan dengan produk atau jasa lain dan dalam kaitannya dengan tujuan yang diharapkan.

B. Penelitian Terdahulu

Setelah melakukan penelusuran pada penelitian sebelumnya, peneliti menemukan beberapa karya tulis ilmiah dan hasil penelitian dari beberapa jurnal yang terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah dalam meningkatkan, diantara penelitian terdahulu tersebut di antaranya yaitu:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis	Hasil
1	Muslimah dan Murti (2017)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Tanda 360 Bank OCBC NISP Cabang Harco Mangga Dua	X_1 = Kualitas Produk X_2 = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Nasabah	<i>Path analysis</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah

Lanjutan dari tabel di atas

No	Nama Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis	Hasil
2	Hoe (2018)	<i>The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industr</i>	X = Kualitas Produk Y = Kepuasan Nasabah	Reduction	The results provide insights to understand the dimensions of Product Quality that affect customer satisfaction and higher satisfaction leads to higher customer loyalty in the engineering industry in Malaysia
3	Adam dan Sumartana (2018)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah KC Denpasar	X = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Nasabah	Regresi Sederhana	Adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank BRI Syariah KC Denpasar.
4	Khatab, et al (2019)	<i>The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction: Evidence from Public Sector and Private Sector Banks in Kurdistan/Iraq</i>	X = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Nasabah	Reduction	<i>Therefore, this study was specifically carried out to explore this phenomenon and to seek empirical justification in this regard by considering the quality of service as the main contributing factor to the satisfaction of customers</i>
5	Rismanto (2019)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan PT Bank X Bandung	X1 = Kualitas Produk X2 = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Nasabah	Regresi Linear Berganda	Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan, artinya semakin baiknya kinerja kualitas produk dan kualitas pelayanan, maka hal tersebut akan meningkatnya kepuasan

Lanjutan dari tabel di atas

No	Nama Penelitian dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel	Teknik Analisis	Hasil
6	Anggreini dan Eriawati (2019)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Simpang Empat	X1 = Kualitas Pelayanan X2 = Kualitas Produk Y = Kepuasan Nasabah	Regresi Linear Berganda	Dari penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah
7	Ivantan, et al (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT BPR Syariah X	X1 = Kualitas Pelayanan X2 = Kualitas Produk X ₃ = Nilai Nasabah Y = Kepuasan Nasabah	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian secara simultan didapatkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT BPR Syariah X
8	Nasfi, et al (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah	X = Kualitas Pelayanan Y = Kepuasan Nasabah	Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah
9	Rahfizah, et al (2020)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan Ib Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan	X1 = Kualitas Pelayanan X2 = Kualitas Produk Y = Kepuasan Nasabah	Regresi Linear Berganda	Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk tabungan iB Hasanah terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank BNI Syariah Kantor Cabang Medan
10	Munzir, et al (2021)	Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah	X1 = Kualitas Pelayanan X2 = Kualitas Produk Y = Kepuasan Nasabah	Regresi Linear Berganda	Kedua variabel independen yang dianalisis terbukti secara signifikan mempengaruhi variabel dependen kepuasan Pelanggan

C. Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual/Berfikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2017:60). Dalam penelitian ini dilakukan pengukuran pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

1. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan sangat memiliki peran penting didalam menciptakan kepuasan pelanggan. Persepsi konsumen mengenai baik buruknya suatu perusahaan tergantung antara kesesuaian dan keinginan pelayanan yang diperolehnya. Perusahaan penyedia jasa, pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur untuk sebuah kepuasan konsumen. Jika pada pelayanan yang dirasakan kecil dari pada apa yang diharapkan konsumen akan merasa kecewa dan tidak akan puas dengan pelayanan dan akan berdampak pada ditinggalkannya perusahaan oleh pelanggan.

2. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya (Tjiptono, 2016:145).

Dalam persaingan, kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan merupakan satu hal yang sangat penting. Dimana dalam pemenuhan kebutuhan tersebut dipengaruhi oleh tingkat mutu yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan maka akan semakin tinggi pula tingkat terpenuhinya kepuasan pelanggan. Tetapi sebaliknya jika terdapat kesenjangan antara mutu yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, maka akan timbul ketidakpuasan pelanggan dan bisa berakibat ditinggalkannya perusahaan oleh pelanggan.

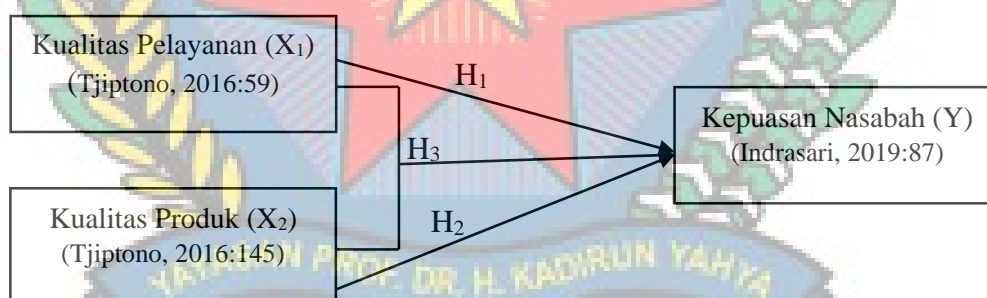
Hubungan antar kualitas produk dengan kepuasan pelanggan memiliki kaitan yang sangat erat. Biasanya jika produk yang ditawarkan perusahaan berkualitas baik kemudian konsumen membeli dan mengkonsumsi langsung dan produk tersebut melebihi ekspektasi dari konsumen, maka dapat dikatakan mereka puas terhadap produk tersebut. Sebaliknya pun begitu, jika saat mengkonsumsi mereka cenderung kecewa maka mereka akan beralih pada produk yang lain. Kepuasan konsumen sendiri ditimbulkan dari kualitas yang diberikan oleh perusahaan, semakin baik kualitasnya semakin banyak pula pelanggan yang dimiliki, perusahaan harus mempertahankan kualitas yang sudah di miliki atau menambah kualitas yang lebih baik agar konsumen tidak terpengaruh oleh pesaing yang lain dan tetap setia pada merek tersebut.

3. Hubungan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya (Indrasari, 2019:87). Ketika keinginan konsumen mengenai kualitas pelayanan dan

produk dipenuhi oleh suatu perusahaan maka konsumen akan merasa puas, dengan memberikan kualitas produk yang diinginkan konsumen juga memberikan gambaran positif bagi suatu usaha untuk keberlanjutannya, sebaliknya jika keinginan konsumen mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak terpenuhi konsumen akan cenderung kurang puas atau mengalami pengalaman kurang memuaskan sehingga akan berdampak pada keberlanjutan suatu usaha. Pernyataan tersebut didukung oleh Indrasari (2019:87) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan bagian dari faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan landasan teori serta penelitian terdahulu yang telah dikemukakan diatas, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambra 2.1
Kerangka Konseptual

Sumber: Peneliti (2022)

D. Hipotesis

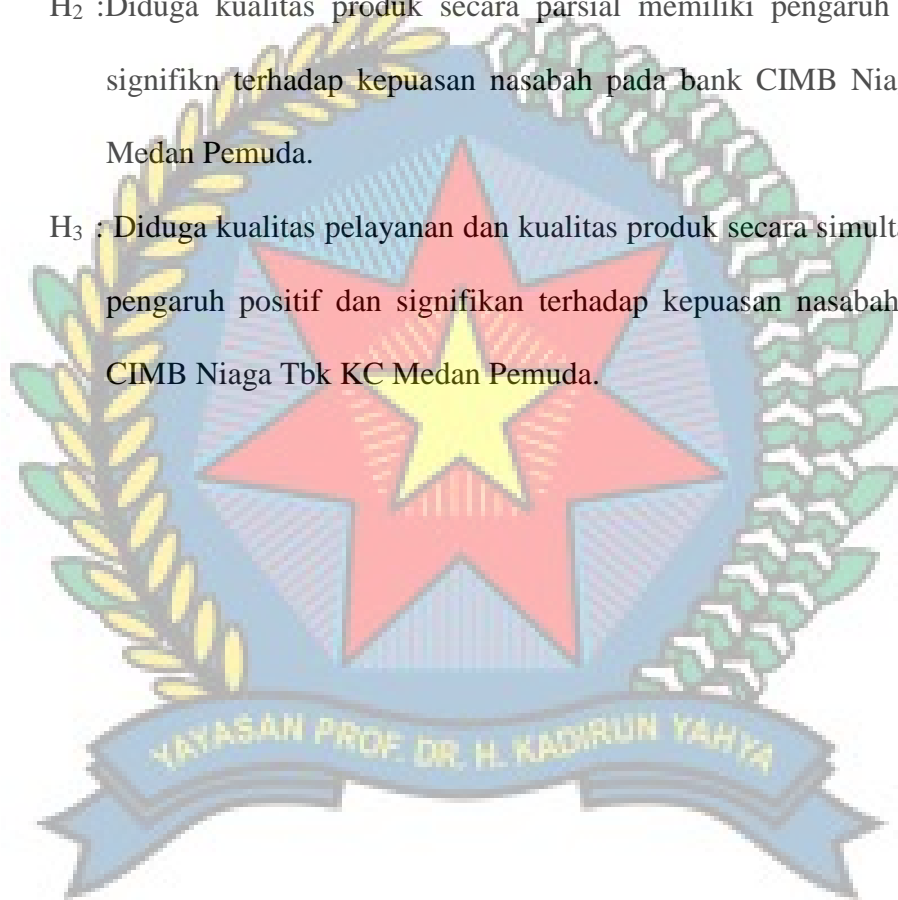
Hipotesis dalam penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Menurut Arikunto, (2016:110), hipotesis merupakan jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian, sampai terbukti

melalui data yang terkumpul. Berdasarkan judul penelitian dan konsep hipotesis tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H₁ : Diduga kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

H₂ : Diduga kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

H₃ : Diduga kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan penelitian yang digunakan penulis dalam menganalisis masalah yang ada yaitu dengan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Metode ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017:8). Sedangkan pengertian dari asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2017:11).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda, yang terletak di Jl. Pemuda No.14 A-B, A U R, Kec. Medan Maimun, Kota Medan, Sumatera Utara 20151.

2. Waktu Penelitian

Pada penelitian ini penulis merencanakan penyelesaian dalam penyusunan penelitian ini selama 4 (empat) bulan, yang mulai dilaksanakan dari bulan April 2022 sampai dengan September 2022. Dengan rincian kegiatan sebagai berikut:

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	April 2022				Mei 2022				Juni 2022				Juli s/d Agust 2022				Sept 2022			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																				
2	Pra Riset																				
3	Penyusunan Proposal																				
4	Bimbingan Proposal																				
5	Seminar Proposal																				
6	Pengumpulan Data																				
7	Pengolahan Data																				
8	Penyusunan Skripsi																				
9	Bimbingan Skripsi																				
10	Seminar Hasil																				
11	Sidang Meja Hijau																				

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

C. Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:80), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Berdasarkan pengertian di atas, maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah nasabah Bank CIMB

Niaga Tbk KC Medan Pemuda pada Maret 2022 s/d Juni 2022 atau selama 54 hari kerja dimana dalam 1 bulan terdiri dari 20 hari kerja dan dalam 1 hari memperoleh ± 25 nasabah, sehingga jumlah populasi yang digunakan sebanyak 1.044 orang.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasinya, jadi dari populasi tersebut diambil sampel sebagai sumber data yang dapat mewakili populasi (Sugiyono, 2017:81).

Dalam hal ini, penetapan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus sampel Slovin (Umar, 2013:65), salah satu rumus yang sederhana dan mudah dihitung dengan batas toleransi 10%. Menurut Nalendra, et al (2021:27), rumus Slovin adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Ukuran sampel menurut Slovin ditentukan berdasarkan rumus berikut :

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

(Umar, 2013:65)

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas toleransi kesalahan (0,10)

Berdasarkan rumus di atas, dengan batas toleransi sebesar 10% maka dapat diketahui besarnya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini:

$$n = \frac{1.044}{1 + 1.044 (0,10)^2}$$

$$n = \frac{1.044}{1 + 10,44} = \frac{1.044}{11,44} = 91,26 \cong 91$$

Dari hasil perhitungan di atas, maka dapat diketahui banyaknya sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 91 orang/responden. Dengan teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2017:85), *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.

Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah penulis tentukan. Sampel yang dipilih sengaja ditentukan berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditentukan oleh penulis untuk mendapatkan sampel yang representatif. Adapun kriteria nasabah yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Nasabah bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda yang masih aktif.
- b. Konsumen yang telah menjadi nasabah bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda lebih dari satu tahun.
- c. Nasabah yang mempunyai simpanan atau pinjaman pada bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.
- d. Nasabah yang melakukan transaksi layanan bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda dalam satu bulan terakhir.
- e. Nasabah yang telah berumur lebih dari tujuh belas tahun

Alasan pemilihan kriteria tersebut agar responden dapat memberikan jawaban yang Objektif dan dapat menjawab sesuai dengan pengalamannya bertransaksi dibank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

D. Jenis dan Sumber Data Penelitian

1. Jenis Data Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data kuantitatif. Data kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui (Darmawan, 2016:37).

2. Sumber Data Penelitian

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini obyek (orang), secara individual (kelompok), hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan dan hasil pengujian-pengujian (Fauzi, 2016:165). Data primer dalam penelitian ini adalah koesioner yang diisi langsung oleh nasabah di Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

E. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

1. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:68) variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Peneitian ini memiliki variabel independen dan variabel dependen. Adapun menurut Sugiyono (2017:69) variabel independen (variabel bebas) merupakan variabel yang memengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan dependen (terikat) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Adapun yang termasuk variabel independen dan variabel dependen dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Variabel Independen : kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2)
- b. Variabel Dependen : kepuasan konsumen (Y)

2. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional ialah suatu definisi yang di dasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang di definisikan atau menerjemahkan sebuah konsep variabel ke dalam instrument pengukuran (Kurniawan dan Puspaningtyas, 2016:90). Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Pengertian	Indikator	Skala
Kepuasan Nasabah (Y)	Indrasari (2019:87), kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya	1. Kesesuaian harapan 2. Minat berkunjung kembali 3. Kesiediaan merekomendasikan (Indrasari, 2019:92)	Likert
Kualitas Pelayanan (X_1)	Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut.	1. Berwujud 2. Empati 3. Cepat tanggap 4. Keandalan 5. Kepastian (Tjiptono, 2016:64)	Likert
Kualitas Produk (X_2)	Tjiptono (2016:145) kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana	1. Kinerja 2. Fitur atau ciri-ciri tambahan 3. Reliabilitas	Likert

	keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.	4. Kesesuaian dengan spesifikasi 5. Daya tahan 6. Kemudahan servis 7. Estetika 8. Kualitas yang dipersepsikan (Tjiptono, 2016:134)	
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

F. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017:193) teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan kuisisioner (angket), dan observasi (pengamatan). Adapun penjelasan dari masing-masing teknik pengumpulan data, sebagai berikut:

1. Kuisisioner (Angket)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Jawaban dari instrument menggunakan *skala likert*, yaitu skala yang digunakan untuk mengukur suatu sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017:93).

Dengan gradasi dari sangat setuju sampai sangat tidak setuju, dengan 5 alternatif jawaban sebagai berikut:

Tabel 3.3
Alternatif Jawaban Responden

Simbol	Alternatif Jawaban	Nilai
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
KS	Kurang Setuju	3
TS	Tidak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Sugiyono (2017:94)

2. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila penelitian

berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara kuisisioner (angket), dengan pertimbangan bahwa kuisisioner dirasakan akan lebih efisien dilakukan dan penulis mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

G. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih nama yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2017:206). Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Langkah-langkahnya sebagai berikut:

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Sugiyono (2017:70), Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Pada uji validitas dengan metode *Corrected Item-Total Corelation* nilai r hitung diwakili oleh nilai *Corrected Item-Total Corelation* $> 0,30$.

b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono, (2017:270) uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila

dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach's Alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel bila koefisien reliabilitas (α) $>$ 0,60. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai *Cronbach Alpha* $<$ 0,60 maka tidak reliabel.

2. Uji Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2018:19), statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, *sum*, *range*, kurtosis dan *skewness* (kemencengan distribusi). Analisis ini merupakan teknik deskriptif yang memberikan informasi tentang data yang dimiliki dan tidak bermaksud menguji hipotesis.

3. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang baik (tidak termasuk model regresi sederhana), harus memenuhi asumsi klasik. Pemenuhan asumsi klasik dimaksudkan agar dalam pengerjaan model regresi, tidak menemukan masalah-masalah statistik. Selain itu, model regresi yang dihasilkan dapat memenuhi standar statistik, sehingga parameter yang diperoleh logis dan masuk akal (Gani dan Amalia, 2014:121). Pengujian asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui apakah data berasal dari populasi yang terdistribusi normal atau berada

dalam sebaran normal (Nuryadi, et al, 2017:79). Dalam penelitian ini pengujian normalitas dilakukan dengan dua cara yaitu pengujian secara grafik dan pengujian secara statistik.

1) Pengujian Normalitas Secara Grafik

Pengujian normalitas secara grafik dapat dilakukan melalui grafik histogram dan grafik *probability plot*. Menurut Nuryadi et al (2017), distribusi normal diartikan sebagai sebuah distribusi tertentu yang dimiliki karakteristik berbentuk seperti lonceng jika dibentuk menjadi sebuah histogram. Sedangkan menurut Trihendradi (2013:98), mengatakan bahwa grafik normal *probability plot* (PP-Plot) memperlihatkan garis lurus yang terbentang dari kiri bawah ke kanan atas dan titik-titik menyebar disekitar garis diagonal.

2) Pengujian Normalitas Secara Statistik

Banyak teknik pengujian distribusi normalitas data, diantaranya yang paling sering dipakai adalah dengan menggunakan teknik *Kolmogorov-Smirnov*. *Kolmogorov-Smirnov* adalah alat uji ketidaknormalan. Konsekuensinya, H_0 adalah hipotesis untuk data berdistribusi normal. Sebaliknya H_a adalah hipotesis untuk data tidak berdistribusi normal. Dengan demikian, penempatan pengertian H_0 dan H_a , sangat tergantung dengan alat uji yang digunakan. Dengan kriteria: jika tingkat signifikansi uji kenormalam distribusi data lebih besar dari tingkat alpha (0,05), maka H_0 diterima, atau data berdistribusi normal. Sebaliknya, jika

signifikansi uji kenormalan distribusi data lebih kecil dari tingkat alpha (0,05), maka H_a yang diterima, atau data tidak berdistribusi normal (Gani dan Amalia, 2014:111).

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah dua atau lebih variabel independen dalam model regresi memiliki hubungan linear yang erat atau tidak. Jika dua variabel atau lebih variabel independen memiliki hubungan linear yang erat, maka model regresi ini tergejala oleh kondisi multikolinieritas. Model regresi yang baik harus bebas dari gejala multikolinieritas. Jika tergejala multikolinieritas, maka model regresi menjadi buruk, karena beberapa variabel akan menghasilkan parameter yang mirip, sehingga dapat saling mengganggu. Pendeteksian problem multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *variance Inflation Factor (VIF)*. Jika nilai VIF kurang dari 10 ($VIF < 10$) maka tidak ada gejala multikolinieritas (Gani dan Amalia, 2014:123).

c. Uji Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah kondisi dimana varians dan nilai sisa adalah tidak sama (*unequal*) antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Jika varian dan nilai sisa sama (*equal*) antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya, maka kondisi ini disebut dengan kondisi homokedastisitas. Regresi yang baik adalah regresi yang berada dalam posisi homokedastisitas dan bukan kondisi heterokedastisitas. Variabel dinyatakan dalam posisi homokedastisitas, jika penyebaran titik-titik

observer di atas dan atau di bawah angka nol pada sumbu Y, tidak mengarah kepada satu pola yang jelas (Gani dan Amalia, 2014:123).

4. Uji Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah teknik analisis yang menjelaskan hubungan atau pengaruh variabel dependen dengan beberapa variabel independen. Analisis regresi linier berganda mampu menjelaskan hubungan variabel dependen dengan lebih dari satu variabel independen (Safitri dan Kholilah, 2018:101).

Teknik analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X_1), kualitas produk (X_2), terhadap kepuasan (Y) nasabah bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda adalah dengan regresi linear berganda, dengan persamaan:

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

Keterangan:

Y = Variabel Kepuasan Nasabah

α = Konstanta

β = Koefisien Regresi

X_1 = Variabel Kualitas Pelayanan

X_2 = Variabel Produk

e = Error

5. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganalisis regresi. Analisis regresi digunakan

untuk mengukur kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga menunjukkan arah hubungan antara variabel dependen dengan independen (Gozali, 2018:96). Pengujian hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2018:99). Adapun langkah dalam melakukan uji t adalah:

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara individu dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.

b. Uji Simultan (Uji-F)

Uji simultan F digunakan untuk mengetahui apakah ada pengaruh secara bersama-sama antara variabel-variabel independen (kualitas pelayanan dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah). Adapun cara melakukan uji F (Ghozali, 2018:98), sebagai berikut:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen.

- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. hal ini artinya bahwa semua variabel independen secara serentak dan signifikan tidak mempengaruhi variabel dependen.
- c. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk memprediksi seberapa besar kontribusi pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Sebaliknya, nilai koefisien determinasi yang kecil menandakan kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas (Ghozali, 2018:97).



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Bank CIMB Niaga Tbk

a. Sejarah Singkat Bank CIMB Niaga Tbk



Bank CIMB Niaga Tbk atau yang lebih dikenal dengan CIMB Niaga adalah sebuah Bank yang berdiri sejak tahun 1955 berdasarkan Akta pendirian perusahaan No. 90 yang dibuat di hadapan Raden Meester Soewandi, dengan akta dari Notaris yang sama yaitu Akta No. 9 tanggal 4 November 1955. Saat ini mayoritas saham Bank CIMB Niaga dimiliki oleh CIMB Group. CIMB Niaga pertama kali didirikan pada tanggal 26 September 1955 sebagai Bank Swasta nasional dengan nama Bank Niaga. Setelah terbentuk, membangun nilai-nilai inti dan profesionalisme karyawan menjadi perhatian utama Bank. Pada tahun 1969, ketika sektor swasta di Indonesia dilanda krisis, Bank Niaga mampu bertahan dan berhak memperoleh jaminan dari Bank Indonesia. Bank Niaga kemudian merevisi rencana usahanya pada tahun 1974, dan berganti menjadi bank umum agar dapat memenuhi kebutuhan nasabah.

Pada tahun 1976 Bank Niaga meluncurkan program kredit profesional, yaitu pinjaman bagi para profesional seperti ahli teknik, dokter dan sebagainya. Selanjutnya, pada tahun 1981-1982, Bank Niaga menjadi Bank pertama di Indonesia yang menerapkan sistem perbankan jaringan (*online*) dan sistem jaringan kantor cabang. Langkah berikut yang

ditempuh Bank Niaga adalah membentuk jaringan unit usaha penukaran valuta asing resmi di sejumlah kantor cabang pada tahun 1985 beserta program produk baru.

Pada tahun 1987, Bank Niaga membedakan dirinya dari persaingan di pasar domestik dengan menjadi Bank pertama yang menawarkan nasabahnya layanan perbankan melalui mesin ATM (Anjungan Tunai Mandiri) di Indonesia. Pada juni 1989 merupakan tahun Bank Niaga melakukan penawaran saham perdana sehingga menjadi perusahaan terbuka. Saham yang ditawarkan laris dibeli, dan saham yang dipesan mencapai empat kali lipat dibanding jumlah saham yang diterbitkan (20,9 juta saham) Bank Niaga mulai menyediakan layanan bagi nasabah kelas menengah atas pada tahun 1998, hal ini bertujuan guna memperbesar jumlah nasabah. Pada tahun 1999, Bank Niaga menjadi Bank di bawah pengawasan Badan Penyehatan Perbankan Nasional (BPPN) karena dana pemegang saham untuk rekapitalisasi kurang dari 20%.

Commerce Asset Holding Berhard (CAHB) yang sekarang dikenal luas sebagai *CIMB Group Holding Berhad*, mengakuisisi saham Bank Niaga pada tahun 2002, tahun 2007 seluruh kepemilikan saham berpindah ke *CIMB Group* sebagai bagian dari reorganisasi internal untuk menkonsolidasikan kegiatan seluruh anak perusahaan *CIMB Group*. Pada bulan Mei 2008, Bank Niaga resmi berubah nama menjadi Bank *CIMB Niaga*. Dalam rangka memenuhi kebijakan *Single Presence Policy (SPP)* yang ditetapkan oleh Bank Indonesia, *Khazanah Nasional Berhad* sebagai

pemilik saham mayoritas Lippo Bank dan juga saham pengendali Bank Niaga (melalui CIMB Group) melakukan penggabungan (*merger*) kedua Bank tersebut secara resmi pada tanggal 1 november 2008 yang diikuti dengan pengenalan logo kepada masyarakat luar. Bergabungnya Lippo Bank ke dalam Bank CIMB Niaga merupakan sebuah lompatan besar di sektor perbankan asia tenggara. Bank CIMB Niaga kini menawarkan nasabahnya layanan perbankan yang komprehensif di Indonesia dengan menggabungkan kekuatan di bidang perbankan ritel, UKM, dan korporat serta layanan transaksi pembayaran. Penggabungan ini menjadikan Bank CIMB Niaga menjadi Bank terbesar ke 5 dari sisi *asset*, pendanaan, kredit dan luasnya jaringan cabang. Dengan komitmennya pada integritas, ketekunan untuk menempatkan perhatian utama kepada nasabah dan semangat untuk terus unggul, Bank CIMB Niaga akan terus memanfaatkan seluruh daya yang dimilikinya untuk menciptakan sinergi dari penggabungan ini.

b. Visi dan Misi Bank CIMB Niaga Tbk

Visi Bank CIMB Niaga Tbk

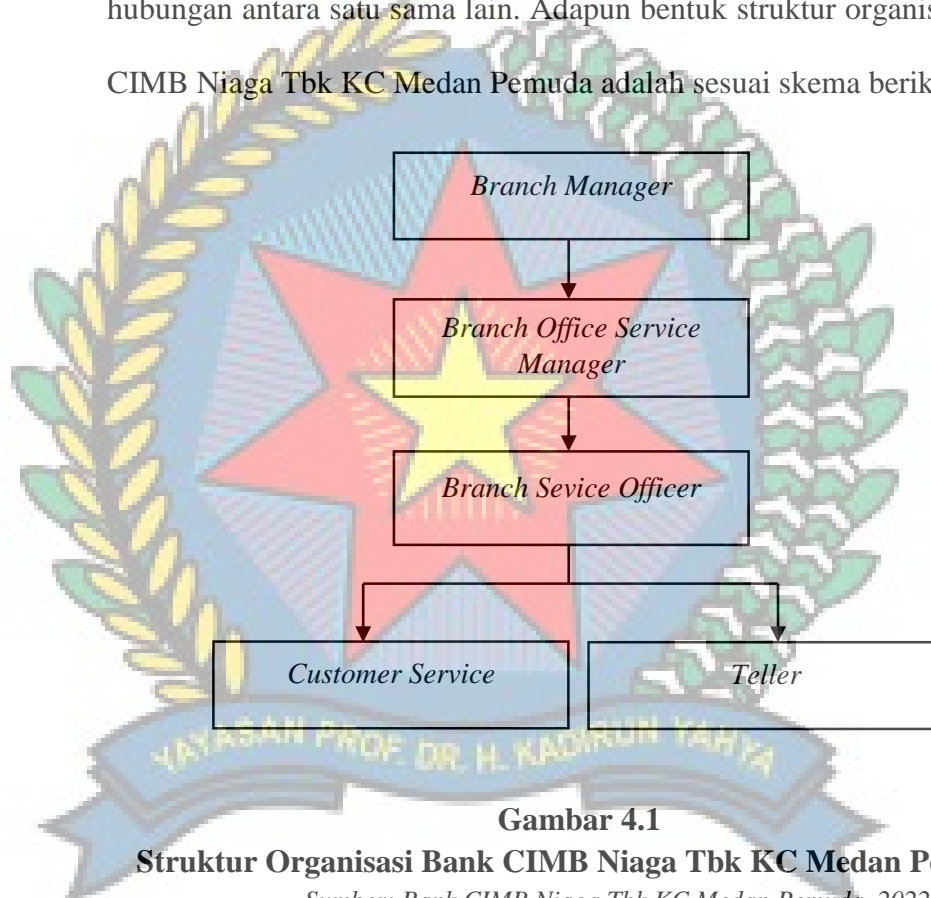
Menjadi perusahaan ASEAN yang terkemuka.

Misi Bank CIMB Niaga Tbk

Mmenyediakan layanan perbankan universal di Indonesia secara terpadu sebagai perusahaan dengan kinerja unggul di kawasan ASEAN dan kawasan utama lainnya, serta mendukung percepatan integrasi ASEAN dan menghubungkannya dengan kawasan lain.

c. Struktur Organisasi Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda

Struktur organisasi dan manajemen perusahaan merupakan elemen penting yang sangat menentukan dalam menjalankan aktivitas perusahaan untuk mencapai tujuan dasar kerjasama yang mempunyai bentuk atau susunan yang jelas dalam tiap-tiap tugasnya serta untuk menegaskan hubungan antara satu sama lain. Adapun bentuk struktur organisasi Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda adalah sesuai skema berikut:



Gambar 4.1
Struktur Organisasi Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda
 Sumber: Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda, 2022

2. Deskripsi Karakteristik Responden

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai identitas responden yang meliputi jenis kelamin, usia responden, pendidikan terakhir, pekerjaan serta lamanya waktu telah menjadi nasabah. Dalam hal ini, adapun responden yang dijadikan populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda pada Januari 2021 s/d Desember 2021 yang berjumlah

sebanyak 1.044 orang dan yang digunakan sebagai objek penelitian sebanyak 91 nasabah.

Berdasarkan data sampel 91 nasabah bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda, melalui daftar pernyataan yang terdapat pada kuesioner yang telah disediakan oleh peneliti, diperoleh mengenai rincian singkat identitas responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, yaitu tentang jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan serta lamanya responden tersebut telah menjadi nasabah pada bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda, hal tersebut dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui secara jelas dan akurat mengenai gambaran responden yang telah dijadikan objek dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan diperoleh data mengenai responden yang dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden

Karakteristik Responden		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	34	37,4
	Perempuan	57	62,6
Jumlah		91	100,0
Usia	18-20 tahun	4	4,4
	21-25 tahun	6	6,6
	26-30 tahun	27	29,7
	31-35 tahun	44	48,3
	> 35 tahun	10	11,0
Jumlah		91	100,0
Tingkat Pendidikan	SMP	4	4,4
	SMA	20	22,0
	D3	3	3,3
	S1	38	41,7
	S2	26	28,6
Jumlah		91	100,0
	Wiraswasta	26	28,6
	Karyawan	38	41,7
	PNS/Pegawai	23	25,3

Lanjutan dari tabel di atas

Karakteristik Responden		Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Pekerjaan	Lainnya	4	4,4
Jumlah		91	100,0
Lama Menjadi Nasabah	2 tahun	10	11,0
	3 tahun	26	28,6
	4 tahun	17	18,7
	> 5 tahun	38	41,7
Jumlah		91	100,0

Sumber: Data diolah Penulis, 2022

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dilihat banyaknya responden berdasarkan pada identitas responden, adapun dari 91 responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini mayoritas responden berjenis kelamin perempuan yaitu ada sebanyak 57 responden dengan tingkat persentase sebesar 62,6%, sedangkan responden berjenis kelamin laki-laki ada sebanyak 34 orang dengan tingkat persentase sebesar 37,4%.

Sedangkan untuk banyaknya responden berdasarkan pada tingkat usia, dari 91 responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini, mayoritas responden berusia dari 31-35 tahun yaitu ada sebanyak 44 responden dengan tingkat persentase sebesar 48,3%, responden yang berusia 26-30 tahun ada sebanyak 27 responden dengan tingkat persentase sebesar 29,7%, sedangkan untuk responden yang berusia >35 tahun ada sebanyak 10 responden dengan tingkat persentase sebesar 11%, sementara responden yang berusia 21-25 tahun ada sebanyak 6 responden atau dengan tingkat persentase sebesar 6,6% dan yang terakhir untuk responden yang berusia 18-20 tahun ada sebanyak 4 responden dengan tingkat persentase sebesar 4,4%.

Berdasarkan pada tingkat pendidikan mayoritas dari 91 responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini memiliki pendidikan terakhir S1 yaitu ada

sebanyak 38 responden dengan tingkat persentase sebesar 41,7%, untuk responden yang berpendidikan S2 ada sebanyak 26 responden dengan tingkat persentase sebesar 28,6%, responden yang memiliki pendidikan SMA sebanyak 20 responden dengan tingkat persentase sebesar 22%, responden yang berpendidikan SMP ada sebanyak 4 responden atau sebesar 4,4% dan responden yang memiliki pendidikan tingkat D3 ada sebanyak 3 responden dengan tingkat persentase sebesar 3,3%.

Sementara deskripsi responden berdasarkan pekerjaannya, dari 91 responden yang telah menjadi nasabah bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda mayoritas responden memiliki pekerjaan sebagai karyawan swasta yaitu ada sebanyak 38 responden dengan tingkat persentase sebesar 41,7%, sementara responden yang memiliki pekerjaan sebagai wiraswasta ada sebanyak 26 responden atau sebesar 28,6%, sedangkan untuk responden yang bekerja sebagai PNS/Pegawai ada sebanyak 23 responden atau sebesar 25,3%, dan sisanya ada sebanyak 4 responden atau sebesar 4,4% memiliki pekerjaan yang tidak termasuk dalam kriteria di atas, pekerjaan tersebut antara lain seperti ibu rumah tangga, mahasiswa, *freelance*, dan lain sebagainya.

Dari 91 responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini dapat dikatakan bahwa seluruh responden tersebut merupakan nasabah tetap bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda yang telah loyal menjadi nasabah lebih dari 1 tahun, hal tersebut dapat terlihat dari deskripsi responden berdasarkan lamanya responden menjadi nasabah yang mayoritas diisi oleh responden yang sudah >5 tahun menjadi nasabah bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda yaitu ada sebanyak 38 responden dengan tingkat persentase sebesar 41,7%,

sementara responden yang telah menjadi nasabah bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda selama 4 tahun ada sebanyak 17 responden atau sebesar 18,7%, dan responden yang telah menjadi nasabah selama 3 tahun ada sebanyak 26 responden atau sebesar 28,6% dan sisanya merupakan responden yang telah 2 tahun menjadi nasabah bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda yaitu ada sebanyak 10 responden dengan tingkat persentase 11%.

3. Hasil Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kuantitatif merupakan langkah setelah seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data antara lain mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data pada setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, serta melakukan perhitungan untuk merumuskan hipotesis. Adapun dalam penelitian ini menggunakan data yang berhubungan dengan angka maka analisis yang digunakan adalah analisis statistik. Dalam analisis data terdapat beberapa tahap uji analisis data yaitu analisis uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis.

a. Hasil Uji Instrumen

Instrumen penelitian digunakan untuk mengukur nilai variabel yang diteliti. Dengan demikian jumlah instrumen yang digunakan untuk penelitian akan tergantung pada jumlah variabel yang diteliti. Keabsahan suatu hasil penelitian sangat ditentukan oleh alat ukur yang digunakan, alat pengukuran tersebut yaitu kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data dengan cara pemberian pertanyaan-

pertanyaan kepada responden untuk membantu penulis melakukan penelitian. Untuk menguji keabsahan tersebut diperlukan dua macam pengujian yaitu uji validitas (*test of validity*) dan uji Reliabilitas (*test of reliability*).

1) Hasil Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini menggunakan pengujian *Corrected Item Total Correlation*. Pada uji validitas dengan metode *Corrected Item-Total Correlation* nilai r hitung diwakili oleh nilai *Corrected Item-Total Correlation* $> 0,30$ (Sugiyono, 2017:70). Adapun hasil yang diperoleh dari pengujian validitas dalam penelitian ini:

Tabel 4.2
Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir1	32.9670	29.610	.660	.807
Butir2	32.8242	32.813	.473	.826
Butir3	32.9890	30.500	.572	.817
Butir4	32.9451	31.119	.600	.815
Butir5	33.0769	32.116	.472	.827
Butir6	33.0000	32.067	.474	.827
Butir7	33.0110	30.789	.566	.818
Butir8	32.8681	32.071	.490	.825
Butir9	32.8791	31.596	.571	.817
Butir10	32.9780	33.422	.393	.833

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Berdasarkan pada tabel 4.2 di atas, dapat dilihat bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *corrected item-total correlation* $> 0,3$, dengan nilai minimum terdapat pada butir pernyataan 10 sebesar 0,393 $> 0,3$ yang berarti bahwa seluruh butir pernyataan yang terdapat pada variabel kualitas pelayanan dapat dikatakan valid. Dengan demikian uji validitas pada variabel kualitas pelayanan terpenuhi, sehingga butir-

butir pernyataan pada variabel tersebut dapat digunakan dalam penelitian.

Selain variabel kualitas pelayanan, peneliti juga telah melakukan pengujian validitas terhadap variabel kualitas produk dan hasil yang diperoleh dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.3
Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk

	Item-Total Statistics Kualitas Produk			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir1	55.8901	76.477	.573	.857
Butir2	55.8132	78.109	.503	.861
Butir3	55.8571	78.524	.441	.864
Butir4	55.7692	77.668	.550	.858
Butir5	55.9560	78.998	.487	.861
Butir6	55.9011	77.557	.537	.859
Butir7	55.9670	76.143	.628	.855
Butir8	55.7033	79.900	.408	.865
Butir9	55.7033	80.367	.473	.862
Butir10	55.8901	76.543	.620	.855
Butir11	55.8242	81.524	.379	.866
Butir12	55.7143	78.340	.476	.862
Butir13	56.0110	79.833	.447	.863
Butir14	55.9560	78.198	.567	.858
Butir15	55.8462	80.354	.393	.865
Butir16	55.7692	77.135	.546	.858

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Pada tabel 4.3 dapat dijelaskan bahwa keseluruhan butir pernyataan yang terdapat pada variabel kualitas produk memiliki nilai *corrected item-total correlation* > 0,3, dengan nilai minimum terdapat pada butir pernyataan 11 dengan nilai 0,379 > 0,3, sehingga dapat diartikan bahwa seluruh pernyataan yang terdapat pada variabel kualitas produk dapat dikatakan valid atau sah untuk digunakan dalam suatu penelitian.

Sedangkan untuk hasil pengujian validitas dari variabel kepuasan nasabah, dapat dilihat pada tabel yang telah disajikan oleh peneliti di bawah ini:

Tabel 4.4
Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

	Item-Total Statistics Variabel Kepuasan Nasabah			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Butir1	18.4505	9.695	.339	.597
Butir2	18.3297	9.935	.339	.596
Butir3	18.2198	9.640	.393	.576
Butir4	18.3077	9.726	.335	.598
Butir5	18.4176	9.824	.346	.594
Butir6	18.1648	9.339	.419	.565

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Hasil pengujian validitas yang telah dilakukan peneliti terhadap variabel kepuasan nasabah memperoleh hasil dengan nilai *corrected item-total correlation* $> 0,3$, hal tersebut dapat dilihat pada tabel 4.4 di atas, dimana keseluruhan butir pernyataan pada variabel kepuasan nasabah memperoleh nilai *corrected item-total correlation* $> 0,3$, dengan nilai minimum terdapat pada butir pernyataan 4 dengan nilai $0,335 > 0,3$, yang berarti bahwa seluruh butir pernyataan yang terdapat pada variabel kepuasan nasabah dapat dikatakan valid atau sah untuk digunakan dalam penelitian.

2) Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Suatu variabel dikatakan reliabel bila koefisien reliabilitas (α) $> 0,60$. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai *Cronbach Alpha* $< 0,60$ maka tidak reliabel. Berikut hasil pengujian reliabilitas yang telah dilakukan peneliti terhadap tiga variabel dalam penelitian ini:

Tabel 4.5
Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.836	10

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Dari tabel 4.5 di atas dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai *Cronbach Alpha* $0,836 > 0,6$, yang berarti bahwa pernyataan yang terdapat pada variabel kualitas pelayanan dapat dikatakan reliabel atau handal sesuai dengan interval koefisien $> 0,6$ dan dapat digunakan untuk penelitian.

Sedangkan untuk pengujian reliabilitas pada variabel kualitas produk telah dijelaskan pada hasil pengujian yang telah disajikan oleh peneliti dalam bentuk tabel di bawah:

Tabel 4.6
Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Reliability Statistics Kualitas Produk	
Cronbach's Alpha	N of Items
.868	16

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Tabel 4.6 menjelaskan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar $0,868$, yang berarti bahwa $0,868 > 0,6$ maka dengan demikian dapat diambil kesimpulan bahwa pernyataan pada variabel kualitas produk dikatakan reliabel atau handal sesuai dengan interval koefisien $> 0,6$ dan dapat digunakan untuk penelitian.

Variabel terakhir yang dilakukan pengujian reliabilitas dalam penelitian ini yaitu kepuasan nasabah, dimana hasil yang diperoleh telah disajikan oleh peneliti dalam bentuk tabel di bawah:

Tabel 4.7
Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Kepuasan Nasabah

Reliability Statistics Variabel Kepuasan Nasabah	
Cronbach's Alpha	N of Items
.631	6

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Pada tabel 4.7 dapat terlihat dengan jelas bahwa variabel kepuasan nasabah memiliki nilai *Cronbach's Alpha* 0,631, yang berarti bahwa nilai *Cronbach's Alpha* ($0,631$) $>$ $0,6$, sehingga dapat disimpulkan bahwa pernyataan untuk variabel kepuasan kerja dapat dikatakan reliabel atau handal dikarenakan nilai interval koefisien $>$ $0,6$ sehingga pernyataan-pernyataan tersebut dapat digunakan dalam suatu penelitian.

b. Hasil Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya dalam penelitian ini. Berdasarkan data olahan SPSS yang meliputi kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah, maka akan dapat diketahui nilai maksimum, nilai minimum, rata-rata (*mean*) dan standar deviasi dari setiap variabel dapat dilihat pada tabel 4.8 berikut ini :

Tabel 4.8
Hasil Statistik Deskriptif Variabel Penelitian
Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	91	26.00	49.00	36.6154	6.19098
Kualitas Produk	91	41.00	80.00	59.5714	9.40820
Kepuasan Pelanggan	91	14.00	29.00	21.9780	3.60548
Valid N (listwise)	91				

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.8 di atas, menunjukkan hasil analisis deskriptif dari data penelitian ini yang dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

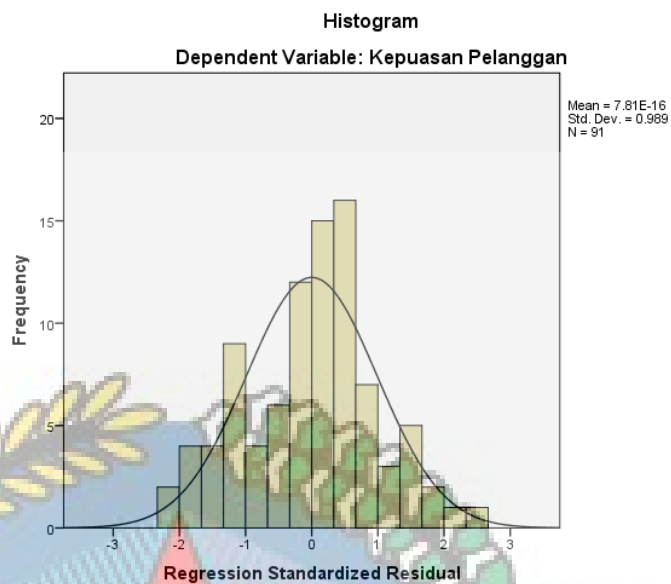
- 1) Variabel kualitas pelayanan (X_1) memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 36,6154, dengan nilai standart deviasi sebesar 6,19098. Sedangkan untuk nilai maksimum sebesar 49 dengan nilai minimum sebesar 26.
- 2) Variabel kualitas produk (X_2) memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 59,5714, dengan standart deviasi sebesar 9,40820, dengan nilai maksimum sebesar 80 dan nilai minimum sebesar 41.
- 3) Variabel kepuasan nasabah (Y) memiliki nilai rata-rata (*mean*) sebesar 21,9780 dengan tingkat standart deviasi sebesar 3,60548, dengan nilai maksimum sebesar 29 dan nilai minimum 14.

c. Hasil Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini dilakukan untuk melihat data yang digunakan mengalami penyimpangan asumsi klasik atau tidak. Pada uji asumsi yang dilakukan terdapat 3 uji yang digunakan yaitu:

1) Hasil Uji Normalitas

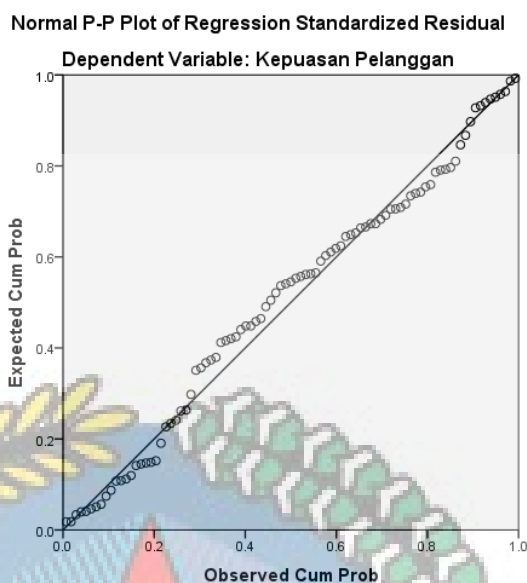
Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal bila asumsi dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid. Untuk mengetahui apakah suatu data terdistribusi secara normal atau tidak, dapat dilakukan dengan analisa grafik dengan melihat normal *histogram* dan *probability plot* serta dengan analisa statistik *One Sample Kolmogorov Smirnov*.



Gambar 4.2
Histogram

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Dengan melihat tampilan *histogram* uji normalitas di atas, dapat disimpulkan bahwa *histogram* menunjukkan pola distribusi normal karena *histogram* berbentuk seperti lonceng. Namun demikian, hanya dengan melihat *histogram*, hal ini dapat memberikan hasil yang meragukan khususnya untuk jumlah sampel kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Adapun grafik normal dari *probability plot* dapat dilihat pada gambar 4.3 di bawah ini:



Gambar 4.3
Probability Plot

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Pada grafik normal *probability plot* di atas terlihat bahwa titik-titik menyebar berhimpit di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Dari kedua grafik tersebut maka dapat dinyatakan bahwa model regresi pada penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Selain dengan menggunakan grafik, pengujian normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan statistik yaitu dengan menggunakan uji *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan syarat jika *asympt sig. (2-tailed) > 0,05* maka data tersebut dinyatakan berdistribusi normal, sebaliknya jika *asympt sig (2-tailed) < 0,05* maka data tersebut berdistribusi tidak normal. Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.9
Hasil Pengujian Normalitas Secara Statistik
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.40541963
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.059
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.
 c. Lilliefors Significance Correction.
 d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh angka *Asymp.sig (2-tailed)* sebesar 0,200. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan 0,05 (menggunakan taraf signifikan atau $\alpha = 5\%$) untuk mengambil keputusan. Dari hasil uji normalitas menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* diperoleh nilai $0,200 > 0,05$, sehingga hasil keputusan menyatakan bahwa distribusi data adalah normal.

2) Hasil Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi yang terbentuk ada kolerasi yang tinggi atau sempurna diantara variabel bebas. Gejala multikolinieritas dapat dikoreksi dengan menggunakan metode TOL (*Tolerance*) dan VIF (*Variance Inflation Factor*), apabila nilai VIF < 10 dan nilai *tolerance*-nya $> 0,10$, maka tidak terjadi multikolinieritas. Dari perhitungan regresi, maka akan diperoleh nilai VIF dan *Tolerance* sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Pengujian Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.617	1.736		
	Kualitas Pelayanan	.333	.057	.535	1.869
	Kualitas Produk	.087	.037	.535	1.869

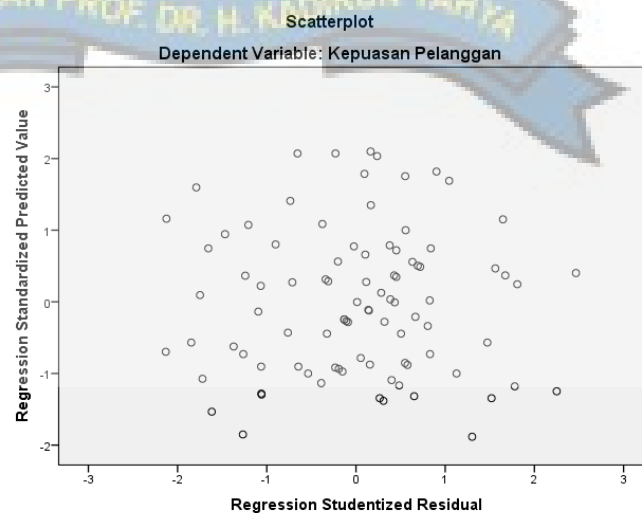
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Tabel di atas dapat diketahui bahwa variabel X_1 (kualitas pelayanan) memperoleh nilai VIF 1,869 dan *tolerance* 0,535 untuk variabel X_2 (kualitas produk) memperoleh nilai VIF 1,869 dan *tolerance* 0,535. Dari kedua variabel tersebut nilai VIF kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas dari kedua variabel tersebut

3) Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah pengujian dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.



Gambar 4.4
Scatter Plot

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Dari gambar 4.4 terlihat titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, tidak ada pola tertentu yang teratur. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

d. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Analisis yang digunakan pada penelitian adalah analisis regresi linier berganda dengan kontinuitas hubungan kepuasan nasabah (Y) sebagai variabel terikat dan variabel bebas adalah kualitas pelayanan (X_1) dan kualitas produk (X_2). Adapun hasil dari pengolahan data dengan menggunakan SPSS 26 dapat dilihat dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.11
Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.617	1.736		2.659	.009
	Kualitas Pelayanan	.333	.057	.572	5.886	.000
	Kualitas Produk	.087	.037	.226	2.323	.023

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Berdasarkan dari hasil uji regresi linier berganda yang telah dilakukan dengan bantuan program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) for windows versi 24.0 diperoleh persamaan regresi:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 4,617 + 0,333X_1 + 0,087X_2$$

Dari persamaan di atas dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Dari tabel di atas dapat terlihat bahwa nilai konstanta sebesar 4,617 yang berarti jika kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak mengalami peningkatan ataupun penurunan maka kepuasan nasabah

bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda akan tetap bernilai 4,617 satuan atau 461,7%.

- 2) Untuk koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,333 yang berarti bahwa apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan maka akan berdampak terhadap kepuasan nasabah yang juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,333 satuan atau 33,3%, dengan catatan bahwa variabel *independent* yang lain tidak ikut mempengaruhi atau dalam keadaan konstan.
- 3) Untuk koefisien regresi variabel kualitas produk sebesar 0,087 yang berarti bahwa apabila kualitas produk meningkat sebesar 1 satuan maka akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan nasabah yang juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,087 satuan atau 8,7% dengan catatan bahwa variabel *independent* yang lain dalam penelitian ini tidak ikut mempengaruhi atau dalam keadaan konstan.

e. Hasil Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk mengetahui hubungan dari variabel *independent* terhadap variabel *dependent* yang terdapat dalam penelitian, serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari variabel *independent* tersebut terhadap variabel *dependent*. Berikut uji hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini:

1) Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Uji t bertujuan untuk menguji masing-masing variabel independen (kualitas pelayanan dan kualitas produk) secara individu apakah berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (kepuasan

nasabah) atau tidak. Hasil uji analisis regresi *coefficients* dengan menggunakan SPSS versi 24.0 terlihat di bawah ini:

Tabel 4.12
Hasil Pengujian Parsial (Uji-t)

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1	(Constant)	4.617	1.736		2.659	.009
	Kualitas Pelayanan	.333	.057	.572	5.886	.000
	Kualitas Produk	.087	.037	.226	2.323	.023

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Berdasarkan tabel 4.12 di atas dapat diketahui nilai t hitung dari setiap variabel independen.

Pengujian H₁ : Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda

Berdasarkan data tabel 4.12 diperoleh t-hitung sebesar 5,886 pada tingkat sig sebesar 0,000. Hal ini berarti nilai t-hitung sebesar 5,886 pada level *probabilitas* (kepercayaan) 0,05 (95%) diperoleh t-tabel sebesar 1,66235. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai t-hitung (5,886) > t-tabel (1,66235) dan sig (0,000) < 0,05 dengan kata lain H₀ ditolak dan H₁ diterima, yang berarti bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

Pengujian H₂ : Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

Berdasarkan data tabel 4.12 diperoleh t-hitung sebesar 2,323 pada tingkat sig sebesar 0,023. Hal ini berarti nilai t-hitung sebesar 2,323 pada level *probabilitas* (kepercayaan) 0,05 (95%) diperoleh t-tabel sebesar 1,66235. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai t-hitung ($2,323 > t\text{-tabel } (1,66235)$) dan sig ($0,023 < 0,05$) dengan kata lain H_0 ditolak dan H_2 diterima, yang berarti bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

2) Hasil Uji Simultan (Uji-F)

Uji simultan (Uji F) digunakan untuk menguji secara bersama-sama ada atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat diketahui dengan menggunakan uji F. Hasil uji simultan dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.13
Hasil Pengujian Simultan (Uji-F)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	649.212	2	324.606	54.855	.000 ^b
	Residual	520.744	88	5.918		
	Total	1169.956	90			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Dari *output* tabel 4.13 di atas menunjukkan bahwa hasil signifikansi sebesar $0.000 < 0,05$ dan di dapatkan nilai F hitung sebesar 54,855. Jadi F hitung ($54,855 > F\text{ tabel } (3,10)$). Maka dari analisis di atas dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X_1), dan kualitas produk (X_2)

berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y) pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

Dengan kata lain H₃ diterima artinya variabel independen yang terdiri dari kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

3) Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *Adjusted R square*.

Tabel 4.14
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	.555	.545	2.43260

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS, 2022

Hasil perhitungan regresi pada tabel 4.14 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R square*) yang diperoleh sebesar 0,545. Hal ini berarti 54,5% kepuasan nasabah Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda dipengaruhi oleh variabel independen (X) yang terdiri dari kualitas pelayanan (X₁), dan kualitas produk (X₂), sedangkan sisanya yaitu 45,5% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, berikut ini peneliti akan membahas dari setiap permasalahan yang ada di dalam penelitian ini.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa dalam hal ini variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kinerja, hal ini dapat dilihat dari koefisien variabel kualitas pelayanan dengan t hitung yang bernilai sebesar $(5,886) > t$ -tabel $(1,66235)$. Dengan tingkat signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti dapat dikatakan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan sangat memiliki peran penting didalam menciptakan kepuasan pelanggan. Persepsi konsumen mengenai baik buruknya suatu perusahaan tergantung antara kesesuaian dan keinginan pelayanan yang diperolehnya. Perusahaan penyedia jasa, pelayanan yang diberikan menjadi suatu tolak ukur untuk sebuah kepuasan konsumen. Jika pada pelayanan yang dirasakan kecil dari pada apa yang diharapkan konsumen akan merasa kecewa dan tidak akan puas dengan pelayanan dan akan berdampak pada ditinggalkannya perusahaan oleh pelanggan.

Hasil penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian dari Muslimah dan Murti (2017), Adam dan Sumartana (2018), Khatab et al (2019), Rismanto (2019), Anggreini dan Eriawati (2019), Ivantan, et al (2020), Nasfi, et al (2020), Rahfizah, et al (2020) serta penelitian Munzir, et al (2020) yang mengatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan/konsumen.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa dalam hal ini variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah, hal ini dapat dilihat dari koefisien variabel kualitas produk dengan t hitung yang bernilai sebesar $(2,323) > t$ -tabel $(1,66235)$. Dengan tingkat signifikansi yaitu $0,023 < 0,05$. Hal ini berarti dapat dikatakan bahwa secara parsial variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda terbukti benar adanya.

Kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya (Tjiptono, 2016:145).

Dalam persaingan, kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan merupakan satu hal yang sangat penting. Dimana dalam pemenuhan kebutuhan tersebut dipengaruhi oleh tingkat mutu yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan maka akan semakin tinggi pula tingkat

terpenuhinya kepuasan pelanggan. Tetapi sebaliknya jika terdapat kesenjangan antara mutu yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, maka akan timbul ketidakpuasan pelanggan dan bisa berakibat ditinggalkannya perusahaan oleh pelanggan.

Hubungan antar kualitas produk dengan kepuasan pelanggan memiliki kaitan yang sangat erat. Biasanya jika produk yang ditawarkan perusahaan berkualitas baik kemudian konsumen membeli dan mengkonsumsi langsung dan produk tersebut melebihi ekspektasi dari konsumen, maka dapat dikatakan mereka puas terhadap produk tersebut. Sebaliknya pun begitu, jika saat mengkonsumsi mereka cenderung kecewa maka mereka akan beralih pada produk yang lain. Kepuasan konsumen sendiri ditimbulkan dari kualitas yang diberikan oleh perusahaan, semakin baik kualitasnya semakin banyak pula pelanggan yang dimiliki, perusahaan harus mempertahankan kualitas yang sudah dimiliki atau menambah kualitas yang lebih baik agar konsumen tidak terpengaruh oleh pesaing yang lain dan tetap setia pada merek tersebut.

Pada beberapa penelitian terdahulu, peneliti juga menemukan bahwa terdapat keterkaitan antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan / konsumen / nasabah. Menurut penelitian Muslimah dan Murti (2017), Rismanto (2019), Anggreini dan Eriawati (2019), Ivantan, et al (2020), Rahfizah, et al (2020) serta penelitian Munzir, et al (2020) yang mengatakan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan/konsumen.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dapat dijelaskan bahwa dalam hal ini variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap variabel kepuasan nasabah, hal ini dapat dilihat dari koefisien uji simultan dengan F hitung yang bernilai sebesar $(54,855) > F \text{ tabel } (3,10)$. Dengan tingkat signifikansi yaitu $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti dapat dikatakan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda.

Kepuasan konsumen yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapannya (Indrasari, 2019:87). Ketika keinginan konsumen mengenai kualitas pelayanan dan produk dipenuhi oleh suatu perusahaan maka konsumen akan merasa puas, dengan memberikan kualitas produk yang diinginkan konsumen juga memberikan gambaran positif bagi suatu usaha untuk keberlanjutannya, sebaliknya jika keinginan konsumen mengenai kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak terpenuhi konsumen akan cenderung kurang puas atau mengalami pengalaman kurang memuaskan sehingga akan berdampak pada keberlanjutan suatu usaha. Pernyataan tersebut didukung oleh Indrasari (2019:87) yang mengatakan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan bagian dari faktor-faktor yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya oleh Muslimah dan Murti (2017), Rismanto (2019),

Anggreini dan Eriawati (2019), Ivantan, et al (2020), Rahfizah, et al (2020) serta penelitian Munzir, et al (2020) yang megatakan bahwa secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan/konsumen.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap nasabah Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda, hal itu dapat dilihat dari nilai t-hitung ($5,885$) $>$ t-tabel ($1,66235$) dan sig ($0,000$) $<$ $0,05$ dengan kata lain H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda, hal itu dapat dilihat dari nilai t-hitung ($2,323$) $>$ t-tabel ($1,66235$) dan sig ($0,023$) $<$ $0,05$ dengan kata lain H_0 ditolak dan H_2 diterima.
3. Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda, hal tersebut dapat dilihat dari nilai F hitung ($54,855$) $>$ F tabel ($3,10$), dengan tingkat sig ($0,000$) $<$ $0,05$ (5%), dengan kata lain H_0 ditolak dan H_3 diterima.

B. Saran

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan diatas, penulis memaparkan saran yang sekiranya dapat memberi masukan bagi perusahaan untuk lebih

mengoptimalkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah sebagai berikut:

1. Meskipun secara keseluruhan pelaksanaan pelayanan *customer service* baik, namun akan lebih baik apabila pelaksanaannya lebih di tingkatkan lagi, seperti kecepatan *customer service* Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda dalam menyelesaikan masalah, dengan cara melakukan *training* secara rutin untuk lebih memaksimalkan kinerja dari *customer service*. Selain itu Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda juga harus peka terhadap keinginan nasabah diantaranya kemudahan ketika melakukan transaksi, kecepatan dalam menanggapi keluhan nasabah, serta kemudahan untuk mendapatkan pelayanan, baik itu berupa informasi maupun tanggapan terhadap keluhan yang disampaikan nasabah. Sehingga Bank CIMB Niaga Tbk KC Medan Pemuda dapat terus memperkuat eksistensinya sebagai salah satu bank terbaik, dan dapat bersaing dengan bank-bank sejenisnya untuk terus meningkatkan pelayanan bagi nasabahnya.
2. Ketersediaan pinjaman pada Bank CIMB Niaga Tbk sudah baik dan sangat membantu untuk solusi keuangan nasabah. Namun untuk peningkatan kualitas pelayanan sebaiknya dalam proses pengajuan kredit, sebaiknya tidak terlalu banyak prosedur yang membuat nasabah merasa kesulitan pada saat pengajuan dan dilakukan dengan proses cepat dan tepat. Dimana dalam permohonan pinjaman tersebut dilakukan secara transparan, sehingga selama proses permohonan kredit tersebut dapat diinformasikan *follow up* terupdate, sehingga jika ada kekurangan syarat yang harus

dilengkapi dapat segera dipenuhi. Sehingga proses pengumpulan data dapat dilakukan secara efisien.

3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan agar menambah variabel penelitian, seperti variabel lokasi, fasilitas ataupun variabel lainnya. Selain itu penelitian selanjutnya dapat menambah jumlah responden yang digunakan, dengan harapan jumlah data yang lebih banyak akan menghasilkan analisa yang lebih akurat



DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Asnawi, N., dan Fanani, M. A. (2017). *Pemasaran Syariah (Teori, Filosofi & Isu-isu Kontemporer)*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali.
- Darmawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Fauzi, M. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Semarang: Walisongo Press
- Gani, I. and Amalia, S. (2014). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent Teori dan Praktik*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P. and Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, A. W., dan Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku
- Lupiyoadi, R. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nalendra, A.R.D., et al. (2021). *Statistika Seri Dasar Dengan SPSS*. Bandung: Media Sains Indonesia
- Nuryadi., et al. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Safitri, E., dan Kholilah. (2018). *Statistik I*. Palembang : Citra Books.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset

Trihendradi, C. (2013). *Step by Step IBM SPSS 21*. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, H. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali

JURNAL:

Adam, I., dan Sumartana, I. M. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah KC Denpasar*. *Jurnal MBE Vol. 4 No. 1*

Anggreini, S., dan Eriawati, Y. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank Nagari Cabang Pembantu Syariah Simpang Empat*. *At-Tasiri'iy, Vol.2, No.2*

Hoe, L. C. (2018). *The Effects of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty: Evidence from Malaysian Engineering Industry*. *International Journal of Industrial Marketing, Vol. 3, No. 1*

Ivantan, et al. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. BPR Syariah X*. *Jurnal Ekonomi Efektif, Vol. 2, No.3*

Khatab, J. J., et al. (2019). *The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction: Evidence from Public Sector and Private Sector Banks in Kurdistan/Iraq*. *International Journal of Advanced Science and Technologi, Vol. 28, No. 20*

Munzir, T., et al. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah*. *DIMENSI, Volume 10 Nomor 1*

Muslimah, E., dan Murti, W. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Tanda 360 Bank OCBC NISP Cabang Harco Mangga Dua*. *Jurnal Manajemen, Vol. 5. No. 2*

Nasfi, et al. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah*. *Ekonomika Syariah, Vol. 4, No. 1*

Rahfizah, R. Z., et al. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Tabungan iB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Bnisyariah Kantor Cabang Medan*. *Jurnal Nisbah. Vol. 6 No. 1*

Rismanto, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan PT Bank X Bandung*. *Jisora, Vol. 2, No. 1*