



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA BANK BPR
SYARIAH SITUBONDO TAHUN 2023.**

Vina Romadaniyatul Fitri¹, Dassucik² & Ahmad Hafas Rasyidi³

¹Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Situbondo

²Dosen Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Situbondo

³Dosen Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Situbondo

Corresponding Email: dassucik75@gmail.com

Received: Oct 12, 2023 Revised: Oct 16, 2023 Accepted: Oct 29, 2023

Abstrak. Persaingan yang ketat di dunia perbankan menjadikan bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya baik secara kualitas dengan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya, baik secara kualitas dengan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan nasabah maupun secara kuantitas dengan menambah produk yang dianggap akan memenuhi keinginan nasabah. Tujuan penelitian untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank BPR Syariah Situbondo Tahun 2023. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel X1 (kualitas pelayanan) dan X2 (kualitas produk) terhadap Y (kepuasan nasabah). Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan random sampling, sampel yang di ambil hanya 100 orang dari nasabah Bank BPR Syariah Situbondo. Besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,251. Hal ini menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel independent (kualitas pelayanan dan kualitas produk) di BPR Syariah terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 25,1% sedangkan sisanya sebesar 74,9% dipengaruhi oleh faktor – faktor yang lain. Berdasarkan tabel diperoleh nilai Fhitung= 12,932 dengan signifikansi uji F sebesar 0,000. Nilai Fhitung selanjutnya dibandingkan dengan nilai Ftabel. Ftabel = F (2,27,5%) = 2,33 Karena nilai Fhitung = 12,932 >3,35 maka tolak H0 sehingga model regresi yang dihasilkan sesuai.

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

PENDAHULUAN

Persaingan yang ketat di dunia perbankan menjadikan bank berlomba-lomba untuk memberikan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya baik secara kualitas dengan pelayanan yang terbaik kepada nasabahnya, baik secara kualitas dengan pelayanan yang berorientasi pada kepuasan nasabah maupun secara kuantitas dengan menambah produk yang dianggap akan memenuhi keinginan nasabah.

Kepuasan nasabah merupakan penelitian dari nasabah atas pengguna barang atau jasa dibandingkan penggunaannya. Menurut Kasmir, (2011 : 43) kepuasan nasabah merupakan suatu evaluasi purna beli, jika kepuasan nasabah tercapai maka akan timbul loyalitas dari nasabah, oleh karena itu kepuasan nasabah merupakan hal yang penting bagi perusahaan. Nasabah yang merasa puas akan suatu produk dari suatu merek, maka nasabah akan terus menerus membeli dan menggunakannya. Hal ini juga tidak menutup kemungkinan nasabah akan memberitahukan orang lain mengenai pengalamannya terhadap kualitas produk yang telah digunakan (Sulistiyawati, 2017 : 8). Kepuasan Nasabah merupakan indikator utama dari standar suatu fasilitas dan sebagai ukuran mutu pelayanan yang diberikan. Kepuasan nasabah dapat dicapai melalui kinerja yang baik dalam memberikan pelayanan kepada nasabah. Pemberian pelayanan terbaik terjadi apabila perusahaan mampu menjaga atau meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada nasabah. Oleh karena itu setiap perusahaan atau usaha yang dijalankan harus dapat terus membaca apa yang menjadi kebutuhan nasabah guna mencapai tingkat kepuasan nasabah yang tinggi.

Kepuasan nasabah menjadi sangat penting bagi suatu perusahaan, yang dalam penelitian ini adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa perbankan, di mana pelayanan yang baik memegang peran utama dalam memberikan kepuasan kepada para nasabahnya. Dengan pelayanan ini maka akan memunculkan suatu tingkat kepuasan pada nasabah baik itu kepuasan positif maupun kepuasan negative. Bagi perusahaan perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut. Kepuasan nasabah sangat penting bagi perbankan syariah. Karena pentingnya kepuasan nasabah perlu mempelajari faktor- faktor yang mempengaruhi kepuasan. Begitupun sebaliknya jika kepuasan menurun maka dampak yang diperoleh bank yaitu menurunnya jumlah nasabah, menurunnya tingkat kepercayaan dan menurunnya loyalitas.

Menurut Fandi Tjiptono faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga dan biaya, promosi, fasilitas, lokasi, kemudahan, kepercayaan, service quality, religiusitas, kenyamanan (2014 : 123). Dari beberapa faktor diatas peneliti memilih faktor kualitas pelayanan dan kualitas produk. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah dan sangatlah penting untuk kepuasan nasabah karena memiliki suatu komitmen untuk merealisasi konsep yang berorientasi pada nasabah

Kualitas pelayanan yang berkualitas dan terpenuhi akan memberikan kepuasan kepada nasabah sehingga tercipta loyalitas pada nasabah untuk tidak berpaling pada produk sejenis pesaing perusahaan. Disamping itu juga memberikan rekomendasi kepada orang lain dari mulut kemulut sehingga terciptanya nasabah baru yang gilirannya kualitas yang dirasakan atas produk atau jasa yang dikonsumsi. Jika kinerja bank memenuhi harapan nasabah, maka nasabah merasa puas, sehingga dapat dilihat bahwa ketika kualitas pelayanan tinggi maka kepuasan nasabah akan tinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Rekyan Septiyani mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Menabung Di BRI Syariah KCP Ponorogo”(2019) Yang menyimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan secara bersama-sama dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya meliputi keawetan, kehandalan, kemudahan penggunaan dan perbaikannya, dan sifat lainnya (Machfoedz, 2005). Menurut Kotler dan Armstrong, kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Produk yang dihasilkan oleh dunia usaha umumnya berbentuk dua macam yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud (2014 : 32). Hal ini sejalan dengan penelitian yang di lakukan Rekyan septiani dengan judul Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menabung Di BRI Syariah KCP Ponorogo, hasil penelitian kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo yang menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menabung di Bank BRI Syariah KCP Ponorogo dan kualitas produk, kualitas pelayanan secara bersama-sama dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah menabung di BRI Syariah KCP Ponorogo

Menurut Zeithhaml, Kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas produk atau barang-barang yang diberikan nasabah (2014: Kepuasan juga tergantung pada kualitas produk. Kualitas produk merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan, semakin tinggi kualitas produk atau jasa, semakin tinggi pula tingkat kepuasan nasabah yang dihasilkan, ini jelas merupakan definisi yang berpusat pada nasabah.

Teori yang telah dipaparkan di atas mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah terjadi kesenjangan dimana dalam teoridikatakan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan maka semakin tinggi pula kepuasan nasabah, tetapi pada kenyataanya, kualitas pelayanan yang dirasa sudah baik masih belum mampu memberikan kepuasan maksimal terhadap nasabah. Berdasarkan fakta yang ada maka peneliti terdorong untuk mengetahui sampai dimana kualitas pelayanan dan kualitas produk mempengaruhi kepuasan nasabah , maka judul penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BPR Syariah Situbondo Tahun 2023.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penelitian ini untuk menguji pengaruh variabel X1 (kualitas pelayanan) dan X2 (kualitas produk) terhadap Y (kepuasan nasabah). Adapun teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan menggunakan random sampling, sampel yang di ambil hanya 100 orang dari nasabah Bank BPR Syariah Situbondo. Kegiatan pengujian instrumen penelitian meliputi empat hal, yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji hipotesis serta uji analisis korelasi dan determinasi.

HASIL PENELITIAN

A. Uji Validitas

1) Uji validitas kualitas pelayanan (X1)

Berikut adalah hasil uji validitas kualitas pelayanan yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS:

Tabel 1. Hasil validitas angket kualitas pelayanan (X1)

No. Soal	r Hitung	r tabel N= 100	Kesimpulan
1	0,343	0,312	Valid
2	0,394	0,312	Valid
3	0,337	0,312	Valid

4	0,378	0,312	Valid
5	0,201	0,312	Valid
6	0,875	0,312	Valid
7	0,345	0,312	Valid
8	0,335	0,312	Valid
9	0,341	0,312	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS

Untuk mengetahui apakah setiap pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner sebagai alat ukur memiliki kevalidasian atau tidak bisa diketahui dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel maka pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid dan sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan tidakvalid.

Dalam penelitian ini nilai r tabel yang digunakan adalah 0,312, nilai tersebut digunakan karena jumlah narasumber dalam penelitian ini adalah 100 nasabah. Jadi, jika nilai r hitung lebih besar dari 0,312 maka pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid, sebaliknya jika nilai r hitung lebih kecil dari 0,312 maka pertanyaan-pertanyaan tidak valid.

2) Uji validitas kualitas produk (X2)

Berikut adalah hasil uji validitas kualitas produk yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS:

Tabel 2. Hasil validitas angket kualitas produk (X2)

No. Soal	r Hitung	r tabel N= 100	Kesimpulan
1	0,475	0,312	Valid
2	0,449	0,312	Valid
3	0,738	0,312	Valid

4	0,727	0,312	Valid
5	0,606	0,312	Valid
6	0,588	0,312	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS

Pada tabel di atas diketahui R Hitung yang diperoleh masing – masing item pernyataan lebih dari R Tabel = 0,312 sehingga item pernyataan dinyatakan valid dan dapat dilakukan pengumpulan data selanjutnya.

3) Uji validitas kepuasan nasabah (Y)

Berikut adalah hasil uji validitas kepuasan nasabah yang dilakukan menggunakan aplikasi SPSS:

Tabel 3. Hasil validitas angket kepuasan nasabah (Y)

No. Soal	r Hitung	r tabel N= 100	Kesimpulan
1	0,440	0,312	Valid
2	0,377	0,312	Valid
3	0,547	0,312	Valid
4	0,325	0,312	Valid
5	0,529	0,312	Valid
6	0,529	0,312	Valid
7	0,527	0,312	Valid
8	0,587	0,312	Valid
9	0,487	0,312	Valid
10	0,565	0,312	Valid

Sumber: Data diolah Peneliti dengan SPSS

Pada tabel di atas diketahui R Hitung yang diperoleh masing – masing item pernyataan lebih dari R Tabel = 0,312 sehingga item pernyataan dinyatakan valid dan dapat dilakukan pengumpulan data selanjutnya.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan metode *Cronbach's Alpha* dimana suatu instrument dikatakan reliable bila memiliki koefisien kehandalan reabilitas. Suatu instrumen yang digunakan dalam sebuah penelitian dapat dikatakan reliabel atau memiliki konsistensi tingkat ketepatan, ketelitian dan keakuratan jika memberikan nilai *Croancbach Alpha* variabel yang lebih besar dari 0.60, berikut adalah hasil uji reliabilitas.

Tabel 4 Tingkat realibilitas berdasarkan nilai alpha

No	Alpha	Tingkat Reliabilitas
1	0,00 s/d 0,20	Kurang Reliable
2	0,21s/d 0,40	Agak Reliable
3	0,41 s/d 0,60	Cukup Reliable
4	0,61 s/d 0,80	Reliable
5	0,81 s/d 1,00	Sangat Reliable

Sumber : Triton Perwira Budi, SPSS 13 Terapan: Riset Statistik

1) Uji Realibilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Vareabel kualitas pelayanan yang akan diuji reliabilitasnya sebagai berikut:

Tabel 5. Uji reliabilitas kualitas pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.384	9

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah) 2023

Pada kualitas pelayanan pada tingkat signifikan 5% koefisien alpha .384 (dibaca 0,384), ini berarti $\alpha > r$ table yaitu 0,312, sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk kualitas pelayanan terbukti reliabel, karena nilai cronbach's Alpha= 0,384.

2) Uji Realibilitas Kualitas Produk (X2)

Vareabel kualitas produk merupakan yang akan diuji reliabilitasnya sebagai berikut:

Tabel 6 Uji Reliabilitas Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.650	6

Pada vareabel kualitas produk pada tingkat signifikan 5% koefisien alpha .650 (dibaca 0,650), ini berarti $\alpha > r$ table yaitu 0,312, sehingga dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk kualitas produk terbukti reliabel, karena nilai cronbach's Alpha= 0,650.

3) Uji Realibilitas Kepuasan Nasabah

Vareabel kepuasan nasabah merupakan (variable terikat) yang akan diuji reliabilitasnya sebagai berikut :

Tabel 7 Uji Reliabilitas Kepuasan Nasabah

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.647	10

Sumber: Hasil Penelitian (Data Diolah)

Pada variabel kepuasan nasabah pada tingkat signifikan 5% koefisien alpha .647 (dibaca 0,647), ini berarti $\alpha > r$ table yaitu 0,312, sehingga dari hasil tersebut dapat

disimpulkan bahwa kuesioner yang diuji untuk kesetiaan nasabah terbukti sangat reliable, karena nilai cronbach's Alpha = 0,647.

B. Uji Analisis Korelasi

a) Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen (variabel terikat). Nilai koefisien determinasi (R^2) berkisar 0 – 1. Nilai koefisien determinasi (R^2) yang kecil menunjukkan kemampuan variabel-variabel bebas (independen) dalam menjelaskan variabel terikat (dependen) sangat terbatas.

Tabel 8 Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,501	0,251	0,232	4,057

- Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan
- Dependen variable : kepuasan nasabah
(Sumber: Data Peneliti dengan SPSS)

Besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,251. Hal ini menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel independent (kualitas pelayanan dan kualitas produk) di BPR Syariah terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 25,1% sedangkan sisanya sebesar 74,9% dipengaruhi oleh faktor – faktor yang lain.

b) Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui bagaimana pengaruh X_1 dan X_2 terhadap Y , serta mengetahui di antara variabel X tersebut yang paling dominan mempengaruhi Variabel Y .

Tabel 9. Hasil estimasi koefisien model regresi linier berganda

Variabel Dependen	Koefisien (B)
(constant)	19,614
X_1	0,160

X2	0,493
----	-------

Berdasarkan pada Tabel dapat dibuat model persamaan regresi sebagai berikut ini: $= 19,614 + 0,160 X_1 + 0,493 X_2 +$

1. Konstanta B0 Nilai konstanta (b0) 19,614 sebesar menunjukkan bahwa, tanpa dipengaruhi variabel lain. $bX_1 = 0,160$, nilai koefisien bX_1 adalah 0,160 artinya variabel X_1 memiliki pengaruh yang positif/ searah terhadap Y, semakin tinggi X_1 maka Y semakin tinggi. Jika X_1 diitngkatkan 1 satuan maka Y akan meningkat 0,160 satuan dengan asumsi variabel lain
2. $bX_2 = 0,493$ nilai koefisien bx_2 adalah 0,493 artinya variabel X_2 memiliki pengaruh yang positif / searah terhadap Y, semakin tinggi X_2 maka Y semakin tinggi. Jika X_1 ditingkatkan 1 satuan maka Y akan meningkat 0,493 satuan dengan asumsi variabel lain.

c) Uji Hipotesis

1) Uji t

Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t-statistik. Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara signifikan atau tidak terhadap variabel dependen. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 0,05 Hipotesis dalam pengujian ini dapat ditentukan sebagai berikut:

H1: Variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H0: Variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H2 : Variabel kualitas produk berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah.

HO: Variabel kualitas produk tidak berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tabel : 10 Hasil Uji-t

Vareabel	tHitung	Sig	tTabel	Keputusan
----------	---------	-----	--------	-----------

X1	2,201	0,001	1,664	berpengaruh
X2	4,041	0,000	1,664	berpengaruh

Dari tabel tersebut dapat dilihat nilai probabilitas tHitung variabel kualitas pelayanan sebesar $0,001 < 0.05$ menunjukkan hipotesis alternatif (H1) yang diajukan diterima yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Dari tabel tersebut dapat dilihat nilai probabilitas tHitung variabel kualitas produk sebesar $0,001 < 0.05$ menunjukkan hipotesis alternatif (H2) yang diajukan diterima yang berarti kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2) Uji F

Uji ini dilakukan untuk menguji sesuai tidaknya model regresi yang dihasilkan guna melihat pengaruh dari X1 dan X2 terhadap Y. Hipotesis yang digunakan

H3: Variabel kualitas pelayanan, kualitas produk secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

H0: Variabel kualitas pelayanan, kualitas produk tidak berpengaruh positif secara simultan serta signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau maka tolak H0 sehingga model regresi yang diperoleh layak atau signifikan. Pada saat pengujian kesesuaian model (Uji F) diperbolehkan memilih salah satu dari kedua kriteria yang telah dijelaskan sebelumnya. Hasil uji kesesuaian model atau uji F dengan menggunakan alat bantu komputer dengan program IBM SPSS 21.0

Tabel 11 : Hasil Uji F

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	425,788	2	212,894	12,932	0,000
	Residual	1.267,600	77	16,462		

Total	1.693,387	79			
-------	-----------	----	--	--	--

- a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan
- b. Dependen variable : kepuasan nasabah
(Sumber: Data Peneliti dengan SPSS)

Berdasarkan tabel diperoleh nilai Fhitung= 12,932 dengan signifikansi uji F sebesar 0,000. Nilai Fhitung selanjutnya dibandingkan dengan nilai Ftabel. Ftabel = F (2,27,5%) = 2,33 Karena nilai Fhitung = 12,932 > 2,33 maka tolak H0 sehingga model regresi yang dihasilkan sesuai. maka model regresi yang dihasilkan sesuai.

PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan menunjukkan adanya pengaruh yang positif secara parsial maupun simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Berikut penjelasan atas jawaban dari hipotesis penelitian:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil analisis dengan bantuan program komputer SPSS 21.0 for windows menunjukkan pada tabel dalam pengujian X1 Dari tabel tersebut dapat dilihat nilai probabilitas tHitung 2.201 variabel kualitas pelayanan sebesar $0,001 < 0,05$ menunjukkan hipotesis alternatif (H1) yang diajukan diterima yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang diungkapkan oleh Kotler Apabila kenyataan tidak lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak berkualitas. Apabila layanan sesuai dengan apa yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan memuaskan.

2. Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah

Dari tabel tersebut dapat dilihat nilai probabilitas tHitung variabel kualitas produk sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan hipotesis alternatif (H2) yang diajukan diterima yang berarti kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hipotesis dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Hasil ini sesuai dengan teori yang diungkapkan Fandy

Tjiptono dan Handi Irawan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Kepuasan Nasabah. Adanya fenomena tersebut membuat Bank BPR Syariah Situbondo dituntut untuk dapat bersaing dalam menciptakan produk-produk unggulan yang dibutuhkan nasabah. Sebab menurunnya kepuasan nasabah pada saat ini seperti kurangnya produk-produk unggulan, ketiadaan dan pusat informasi. Solusinya dengan memberikan produk unggulan dibandingkan bank syariah yang lain agar nasabah tetap setia.

3 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Nasabah

Besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,251. Hal ini menunjukkan bahwa presentase pengaruh variabel independent (kualitas pelayanan dan kualitas produk) di Bank BPR Syariah Situbondo kepuasan nasabah adalah sebesar 25,1% sedangkan sisanya sebesar 74,9% dipengaruhi oleh faktor – faktor yang lain. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Kotler produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan,

Produk juga dapat didefinisikan sebagai serangkaian atribut tangible dan intangible, termasuk manfaat atau utilitas fungsional, social dan psikologis. Produk merupakan pandangan pertama bagi konsumen dalam membeli karena dapat dipastikan bahwa konsumen akan menyukai produk yang menarik dan bermanfaat. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja dan pelengkap inovatif yang terbaik. Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uraian deskripsi data serta analisis data dalam penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah menghasilkan pengaruh yang dilihat dari hasil Uji t nilai probabilitas thitung variabel kualitas pelayanan sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan

hipotesis alternatif (H1) yang diajukan diterima yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah menghasilkan pengaruh yang dilihat dari hasil Uji t nilai probabilitas thitung variabel kualitas produk sebesar $0,000 < 0,05$ menunjukkan hipotesis alternatif (H2) yang diajukan diterima yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.
3. Pengaruh kualitas pelayanan ,kualitas produk terhadap kepuasan nasabah memiliki pengaruh dengan diperoleh nilai Fhitung= 12,932 dengan signifikansi uji F sebesar 0,000. Nilai Fhitung selanjutnya dibandingkan dengan nilai Ftabel. Ftabel=F(2,27,5%)= 2,33 Karena nilai Fhitung= 12,932 >3,35 maka tolak H0 sehingga model regresi yang dihasilkan sesuai.

Sebab-sebab kualitas pelayanan yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan, adanya peningkatan kualitas pelayanan juga akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, berdasarkan nilai R square yang diperoleh menunjukkan pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan. kualitas produk yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan, adanya peningkatan kualitas produk juga akan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, berdasarkan R square yang diperoleh menunjukkan pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

Kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah, berdasarkan nilai R square yang diperoleh ada pengaruh antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adya Barata, Atep.Dasar-dasar Pelayanan Prima, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2006.
- Arikunto,Suharsimi.Prosedur Penelitian:Suatu Pendekatan Praktik, Jakarta: Rineka Cipta, 2013.

- Eko Purwana, Agung. Perbankan Syariah Ponorogo: STAIN Po Press, 2009.
- Hasan, Ali. Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan Yogyakarta: CAPS, 2013.
- Irawan, Handi. "Prinsip Kepuasan Pelanggan", PT. Elex Media Komputindo Jakarta 2002.
- Kasmir, "Pemasaran Bank. Edisi Revisi", Kencana Jakarta 2008.
- Kotler, P. dan G. Amstrong, "Prinsip-prinsip Pemasaran", Erlangga. Jakarta 2012.
- Machfoedz, M. "Pengantar Pemasaran Modern. Cetakan Pertama", Akademi Manajemen Perusahaan YKPN. Yogyakarta, 2005.
- Kotler, P. "Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol", PT. Prenhallindo Jakarta 2001.
- Kotler, Philip. Marketing Manajemen, New Jersey: Prentice Hall. 2000.
- Siregar, Syofian. Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS, Jakarta: Kencana, 2013.
- Stanislaus S. Uyanto, Pedoman Analisis Data dengan SPSS (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 227.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, cetakan ke-16, Bandung: Alfabeta, 2012. Sujarweni, V. Wiratman. Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi, Yogyakarta pustaka baru Press: 2015
- Sunyoto, Danang Praktik SPSS untuk Kasus dilengkapi Contoh Penelitian Bidang Ekonomi (Yogyakarta: Nuha Medika, 2011), 127.
- Tjiptono, F. dan C. Gregorious, "Pemasaran Strategik Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif hingga e-Marketing" CV. Andi Offset Yogyakarta 2012.
- Tjiptono, Fandy. Manajemen Jasa Yogyakarta: Andi Offset, 2012. Tony Wijaya dan Santi Budiman, Analisis Multivariat untuk Penelitian Manajemen (Yogyakarta: Percetakan Pohon Cahaya, 2016), 47.
- Tri Basuki, Agus dan Nano Prawono, Analisis Regresi Jakarta: PT Raja Grafindo, 2017. Zainudin Ali, Hukum Perbankan Syariah. (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), hal.152