

**PENGARUH DIFERENSIASI JASA, MUTU JASA, DAN PRODUKTIVITAS JASA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. STUDI DI BANK BRI KCP UNIT UNIVERSITAS
SAM RATULANGI**

*EFFECT OF SERVICE DIFFERENTIATION, SERVICE QUALITY, AND SERVICE PRODUCTIVITY
ON CONSUMER SATISFACTION. STUDY AT BANK BRI KCP SAM RATULANGI UNIVERSITY
UNIT UNDER GUIDENCE FROM*

Oleh :

Ribka Pricilya Koyoh¹
Silvya L. Mandey²
Jopie Rotinsulu³

¹²³Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail :

¹rkoyoh@gmail.com

²Silvyalmandey@unsrat.ac.id

³jopierotinsulu@yahoo.com

Abstrak : Kepuasan nasabah sangat diperhatikan oleh perusahaan karena akan berdampak pada kinerja penjualan. Kepuasan nasabah berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas nasabah, meningkatkan reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktifitas karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh diferensiasi jasa, mutu jasa, dan produktivitas jasa terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Unit Universitas Sam Ratulangi Manado. Jenis Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah asosiatif dengan menggunakan jenis data kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa diferensiasi jasa, mutu jasa, dan produktivitas jasa berpengaruh secara signifikan baik parsial maupun simultan terhadap kepuasan nasabah. Untuk PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Unit Universitas Sam Ratulangi sebenarnya lebih meningkatkan pelayanannya kepada nasabah khususnya dalam bidang Mutu Jasa, dan Produktivitas Jasa.

Kata Kunci: *diferensiasi jasa, mutu jasa, produktivitas jasa, kepuasan nasabah*

Abstract : *Customer satisfaction is highly considered by the company because it will have an impact on sales performance. Customer satisfaction contributes to a number of crucial aspects, such as creating customer loyalty, increasing the company's reputation, reducing price elasticity, reducing future transaction costs and increasing employee efficiency and productivity. This study aims to determine the effect of service differentiation, service quality, and service productivity on customer satisfaction in PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Sam Ratulangi University Unit Manado. The type of research used in this study is associative using quantitative data types. The analytical method used is multiple linear regression. The results of this study state that service differentiation, service quality, and service productivity significantly influence both partial and simultaneous customer satisfaction. For PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Sam Ratulangi University Unit to further improve its services to customers, especially in the field of Service Quality and Service Productivity.*

Keywords: *service differentiation, service quality, service productivity, customer satisfaction*

PENDAHULUAN**Latar Belakang**

Memasuki era perdagangan bebas, kini telah terjadi pergeseran strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan. Manajemen pemasaran sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan, serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul. Dalam konteks bank tentunya seorang nasabah akan merasa puas terhadap pelayanan jasa dan produk yang diberikan oleh pihak bank haruslah baik. Dengan semakin banyaknya bank-bank yang berada di negara Indonesia tentunya perusahaan perbankan tersebut haruslah bersaing guna menarik nasabah dengan cara memberikan jenis jasa dan produk jasa yang berbeda-beda sehingga nasabah akan tertarik dalam melakukan kegiatan perbankan dengan bank tersebut.

Dengan demikian strategi pemasaran yang berorientasi pada pelanggan, membuat perusahaan harus memahami dan memenuhi berbagai kebutuhan dan baik perilaku maupun kebutuhan pelanggan untuk mencapai kepuasan pelanggan. Dalam meraih tingkat kepuasan nasabah/konsumen yang baik dalam hal ini mencakup pelayanan jasa serta produk jasa yang diberikan oleh sebuah Bank dalam penelitian ini adalah Bank BRI KCP Unit Unsrat, tentunya Bank BRI KCP Unit Unsrat haruslah memberikan pelayanan jasa dan Produk jasa yang baik, sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap nasabahnya sekaligus bersaing dengan bank-bank lainnya. Dalam memberikan kepuasan terhadap nasabah tentunya bank harus memberikan difrensiasi jasa, mutu jasa, serta produktivitas jasa daripada Bank BRI KCP Unit Unsrat.

PT. BRI (Persero),Tbk merupakan bank retail terkemuka yang ada di Jakarta pada saat ini yang telah tersebar luas sampai dipelosok daerah. Setiap jasa yang diberikan oleh PT. BRI (Persero),Tbk. memiliki pelayanan yang berbeda satu dengan yang lain. Dari semua jasa yang ada, jasa tabungan yang paling banyak merasakan manfaat dari pada pelayanan. Maka bank BRI harus melakukan persaingan yang sehat melalui peningkatan kualitas pelayanan kepada nasabah.

Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh:

1. Diferensiasi Jasa, Mutu Jasa, dan Produktivitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI KCP Unit Unsrat
2. Diferensiasi Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI KCP Unit Unsrat
3. Mutu Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI KCP Unit Unsrat
4. Produktivitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah di Bank BRI KCP Unit Unsrat

TINJAUAN PUSTAKA**Diferensiasi Jasa**

Diferensiasi jasa merupakan perbedaan jenis jasa yang diberikan dari pihak perusahaan terhadap konsumennya yang dapat disbanding perbedaannya dengan perusahaan lainnya, (Lovelock dan Gummesson, 2011).

Mutu Jasa/Kualitas Jasa

kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan, (Lewis dan Booms, 2011:180).

Produktifitas Jasa

Produktivitas perusahaan jasa didefinisikan sebagai kemampuan organisasi jasa mempergunakan input untuk menawarkan jasa dengan kualitas sesuai dengan harapan dari konsumen. Dimensi kuantitas dan kualitas jasa merupakan dimensi yang tidak dapat dipisahkan dari proses pelayanan (Lewis dan Booms, 2011:50).

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar dan Husein, 2011:50). Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama. Menurut (Kotler, dan Keller, 2013:177). Mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau

kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

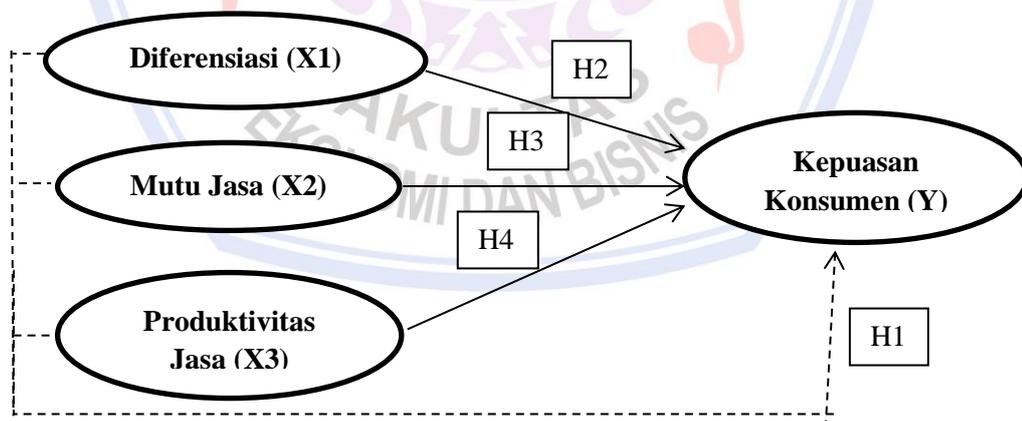
Penelitian Terdahulu

Setiawan (2013). Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah, Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap kepuasan nasabah, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, untuk mengetahui pengaruh antara antara strategi pemasaran dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di Bank BNI Syariah, metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data primer yakni memperoleh informasi langsung dari responden melalui kuesioner/ angket, serta observasi dan untuk menggambarkan sifat sesuatu yang tengah berlangsung pada saat riset dilakukan dan untuk memeriksa sebab-sebab dari suatu gejala tertentu. Strategi pemasaran dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Atmojo (2011). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Swamitra Asmindo Surakarta, Mengetahui pengaruh kualitas pelayanan Swamitra Asmindo Surakarta berdasarkan dimensi *Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance* dan *Empathy* secara parsial mempengaruhi kepuasan Nasabah Swamitra Asmindo Surakarta, Regresi Linier Berganda. Berdasarkan hasil analisis uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi di bawah nilai α pada semua variabel. Analisis tersebut dapat diartikan terdapat pengaruh secara parsial antara variable independen yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy* terhadap kepuasan nasabah pada Swamitra Asmindo Surakarta, sehingga hipotesis pertama dalam penelitian ini terdukung secara empiric.

Dotulong dan Loindong (2017). Pasar tradisional dikenal dengan tempat berbelanja yang tidak rapi, kotor, becek, dan tidak aman. Salah satu pasar tradisional adalah pasar Pinasungkulan Karombasan yang teletak di bagian selatan kota Manado. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah *service quality* yang didalamnya terdapat factor *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles* berdampak terhadap kepuasan pelanggan pasar pinasungkulan karombasan. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi, pengambilan data menggunakan teknik wawancara dan observasi dengan sampel pada pelanggan pasar pinasungkulan karombasan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *service quality* yang didalamnya terdapat factor *Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, Tangibles* berdampak terhadap kepuasan pelanggan pasar pinasungkulan karombasan.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Sumber: Kajian Teori

Hipotesis Penelitian:

H₁: Diduga Diferensiasi Jasa, Mutu Jasa, dan Produktivitas Jasa diduga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

H₂: Diduga Diferensiasi Jasa diduga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Konsumen.

H₃: Diduga Mutu Jasa diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

H₄: Diduga Produktivitas Jasa diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

METODE PENELITIAN**Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2012 :112). Penelitian ini mencari hubungan, antara variabel bebas Diferensiasi Jasa (X1), Mutu Jasa (X2) dan Produktivitas Jasa (X3) terhadap variabel terikat Kepuasan Konsumen (Y).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Bank BRI KCP unit Unsrat, pada bulan Maret 2018.

Populasi, Besaran Sampel, dan Teknik Sampling

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh Nasabah yang menggunakan jasa di BRI KCP unit Unsrat. Pada penelitian ini, dikarenakan jumlah Nasabah yang tidak diketahui dengan pasti sehingga untuk menghitung jumlah sampel minimum yang dibutuhkan menggunakan formula Lemeshow untuk populasi yang tidak diketahui.

Berdasarkan rumus tersebut maka n yang didapatkan adalah $96,05 = 96$ populasi sehingga pada penelitian ini setidaknya penulis harus mengambil data dari sampel sekurang-kurangnya sejumlah 96 orang responden yang merupakan nasabah dari PT. Bank Rakyat Indonesia KCP Unit Unsrat.

Data dan Sumber**Jenis Data**

Jenis data yang dipergunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan sekunder. Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber asli (objek) tidak melalui perantara. Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara yaitu melalui hasil-hasil penelitian, buku-buku, artikel, dan berbagai publikasi serta instansi terkait yang relevan dengan masalah yang diangkat.

Sumber Data

1. Penelitian perpustakaan (*Library Research*)
Untuk melengkapi data, penulis melakukan penelitian ke perpustakaan yaitu melalui membaca buku-buku yang membahas penelitian ini dan juga mencari beberapa artikel lewat internet yang berkaitan dengan penelitian ini.
2. Penelitian lapangan
 - a. Observasi
Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada objek penelitian.
 - b. Angket (daftar pernyataan)
Metode ini dilakukan dengan mengajukan daftar pernyataan yang bersifat tertutup dan terbuka kepada responden, responden ini terdiri dari pimpinan yang mengisi daftar pernyataan variable Y (Kepuasan Konsumen) dan Responden mengisi daftar pernyataan variable X (Diferensiasi Kompetitif, Mutu Jasa, dan Produktivitas Jasa). Pernyataan-pernyataan yang bersifat tertutup diukur dengan menggunakan skala dengan interval 1-5, yaitu sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk menjawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variable yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuisisioner juga cocok digunakan bila responden cukup luas tersebar. Kuesioner dapat berupa pertanyaan terbuka atau tertutup dan dapat diberikan kepada responden secara langsung ataupun tidak langsung. Kuesioner pada penelitian ini akan dibagikan kepada jumlah sampel yang telah penulis tentukan yaitu Nasabah Bank BRI KCP unit Unsrat. Pengukuran data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah skala Likert .

Metode Analisis**Uji Asumsi Klasik**

Penelitian ini menggunakan bantuan program *SPSS version 22* dan hasil uji asumsi klasik adalah sebagai berikut:

Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas dalam penelitian ini memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Perhitungan analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis statistik manual dan pengolahan data dengan bantuan program *SPSS 22*.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation	r tabel	Sig	Alpha	Status
Diferensiasi Jasa (X ₁)	X _{1.1}	0,847	0,1986	0,000	0,05	Valid
	X _{1.2}	0,849	0,1986	0,000	0,05	Valid
	X _{1.3}	0,780	0,1986	0,000	0,05	Valid
Mutu Jasa (X ₂)	X _{2.1}	0,651	0,1986	0,000	0,05	Valid
	X _{2.2}	0,610	0,1986	0,000	0,05	Valid
	X _{2.3}	0,683	0,1986	0,000	0,05	Valid
	X _{2.4}	0,823	0,1986	0,000	0,05	Valid
	X _{2.5}	0,860	0,1986	0,000	0,05	Valid
Produktivitas Jasa (X ₃)	X _{3.1}	0,944	0,1986	0,000	0,05	Valid
	X _{3.2}	0,919	0,1986	0,000	0,05	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y ₁	0,738	0,1986	0,000	0,05	Valid
	Y ₂	0,734	0,1986	0,000	0,05	Valid
	Y ₃	0,427	0,1986	0,000	0,05	Valid
	Y ₄	0,689	0,1986	0,000	0,05	Valid
	Y ₅	0,733	0,1986	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data Diolah SPSS 22 (2018)

Tabel 1, menunjukkan bahwa semua pernyataan dinyatakan valid karena nilai *probability (sig)* semua pernyataan lebih kecil dari 0,05 (*Alpha*) dan semua nilai koefisien r hitung (*pearson correlation*) semua pernyataan lebih besar dari r tabel 0,1986.

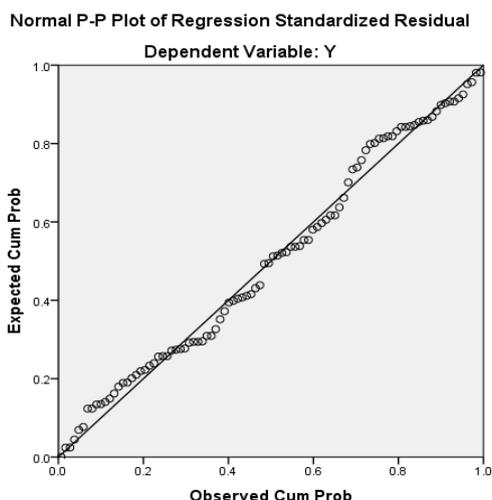
Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Diferensiasi Jasa (X ₁)	0,765	Reliabel
Mutu Jasa(X ₂)	0,774	Reliabel
Produktivitas Jasa(X ₃)	0,842	Sangat Reliabel
Kepuasan Nasabah(Y)	0,694	Reliabel

Sumber: Data Diolah SPSS 22 (2018)

Tabel 2, menunjukkan bahwa nilai *Alpha Cronbach's* dari masing-masing variabel bebas memiliki nilai rata-rata yang reliabel yakni di atas 0,60. Jadi dapat dikatakan seluruh variabel valid dan reliabel sehingga dapat diterima dan digunakan untuk analisis statistik lebih lanjut.

Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas



Gambar 2. uji Normalitas
Sumber: Data Diolah SPSS 22 (2018)

Gambar 2. Mununjukkan bahwa grafik *Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual* menggambarkan penyebaran data di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti arah garis diagonal grafik tersebut. Dengan kata lain bahwa keberadaan titik-titik disekitar garis linier menunjukkan bahwa model terdistribusi normal.

Uji Multikolenaritas

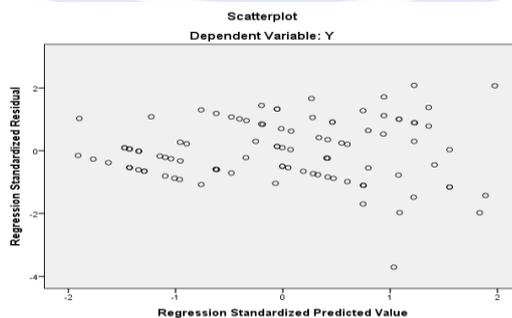
Tabel 3. Hasil Uji Multikolenaritas

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Diferensiasi Jasa (X_1)	1.375	0,727	Non multikolinieritas
Mutu Jasa (X_2)	1.370	0,730	Non multikolinieritas
Produktivitas Jasa (X_3)	1.024	0,976	Non multikolinieritas

Sumber : Data Diolah 2018

Tabel 3, menunjukan nilai VIF untuk seluruh variabel X (X_1 Diferensiasi Jasa , X_2 Mutu Jasa, dan X_3 Produktivitas Jasa) kurang dari 10 (<10) dan nilai *Tolerance* untuk seluruh variabel X (X_1 Diferensiasi Jasa , X_2 Mutu Jasa, dan X_3 Produktivitas Jasa) lebih dari 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model penelitian ini.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas
Sumber : Data Diolah 2018

Gambar 3. menunjukan bahwa grafik Scatterplot yang ditampilkan untuk uji heterokedastisitas menampakkan titik-titik yang menyebar secara acak dan tidak ada pola yang jelas terbentuk serta dalam penyebaran titik-titik tersebut menyebar dibawah dan diatas angka 0 pada sumbu Y. Hal tersebut

mengidentifikasi tidak terjadinya heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel Kepuasan Nasabah (Y).

Regresi linear berganda

Uji F (secara simultan)

Tabel 4. Hasil uji F

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	174.117	3	58.039	20.494	.000 ^b
	Residual	260.540	92	2.832		
	Total	434.656	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

b. Predictors: (Constant), Diferensiasi Jasa, Mutu Jasa, Produktivitas Jasa

Sumber: Data Diolah SPSS 22 (2018)

Tabel 4, uji F digunakan untuk mengetahui signifikan dari model regresi yang digunakan. Cara yang umum digunakan adalah dengan membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel} pada tingkat signifikan 0,05. Hasil uji signifikansi F (sig. F) secara simultan dari variabel X_1 , X_2 dan X_3 terhadap Y yaitu Kepuasan Nasabah sebesar 0,000. Hal ini berarti koefisien variabel X_1 atau Diferensiasi Jasa, variabel X_2 atau Mutu Jasa dan variabel X_3 atau Produktivitas Jasa, berpengaruh secara bersama-sama terhadap Y atau Kepuasan Nasabah, dimana dalam nilai signifikan kurang dari 5% ($< 0,05$). Hal ini berarti bahwa hipotesis 1 (H_1) yang menyatakan bahwa variabel Diferensiasi Jasa (X_1), Mutu Jasa (X_2) dan Produktivitas Jasa (X_3) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Unit Universitas Sam Ratulangi secara simultan, dapat diterima atau terbukti.

Uji T (secara parsial)

Tabel 5. Hasil Uji T

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	4.030	1.927		2.091	.039		
	Diferensiasi Jasa	.454	.127	.338	3.572	.001	.727	1.375
	Mutu Jasa	.190	.085	.213	2.252	.027	.730	1.370
	Produktivitas Jasa	.637	.153	.340	4.166	.000	.976	1.024

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Data Diolah SPSS 22 (2018)

Tabel 5, hasil menunjukkan :

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Diferensiasi Jasa (X_1) sebesar 3,572 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.660 dengan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak artinya Diferensiasi Jasa (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dengan demikian hipotesis dapat diterima
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Mutu Jasa (X_2) sebesar 2,252 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.660 dengan tingkat signifikan $0,027 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak artinya Mutu Jasa (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dengan demikian hipotesis dapat diterima.
3. Nilai t_{hitung} untuk variabel Produktivitas Jasa (X_3) sebesar 4,166 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1.660 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak artinya Produktivitas Jasa (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dengan demikian hipotesis dapat diterima.

Pembahasan**Pengaruh Diferensiasi Jasa, Mutu Jasa dan Produktivitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah**

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis serta hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel Diferensiasi Jasa, Mutu Jasa, dan Produktivitas Jasa secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Unit Universitas Sam Ratulangi

Hal ini dibuktikan secara empiris seperti dalam penelitian Abdussamad (2011) tentang Pengaruh Diferensiasi Jasa Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Islam Gorontalo. Dan penelitian yang dilakukan oleh Roisah dan Iskandar (2013) Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah, yang menunjukkan bahwa diferensiasi jasa, mutu jasa, produktifitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Pengaruh Diferensiasi Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel Diferensiasi Jasa dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Unit Universitas Sam Ratulangi. Dari hasil penelitian terlihat bahwa hipotesis penelitian yang menyatakan "Diferensiasi Jasa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah" dapat diterima. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Diferensiasi Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah dengan demikian dapat dikatakan semakin besar Diferensiasi Jasa yang diberikan perusahaan kepada para karyawannya maka semakin baik pula Kepuasan Nasabah nya. Hal ini dapat menjadi pertimbangan yang penting bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan dalam meningkatkan Kepuasan Nasabah nya. Diferensiasi Jasa sangat penting, karena Diferensiasi Jasa merupakan bentuk Keinovatifan dimana pihak perusahaan meningkatkan kualitas dari pelayanannya. Hasil penelitian ini serupa dengan penelitian yang dilakukan Yuliazhari (2010) yang menunjukkan bahwa Diferensiasi Jasa dan Kualitas Jasa berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan Nasabah.

Pengaruh Mutu Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji hipotesis ditemukan bahwa variabel Mutu Jasa dalam penelitian ini memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Unit Universitas Sam Ratulangi.

Mutu Jasa yang jelas dan terukur dapat meningkatkan Kepuasan Nasabah. Hal ini terjadi karena, pada dasarnya, Nasabah membutuhkan kualitas dari pelayanan yang baik dari pihak perusahaan. Mutu Jasa yang baik pastinya akan memberikan kepuasan terhadap nasabah sehingga akan meningkatkan tingkat kepercayaan terhadap pihak perusahaan dimasa depan nanti. Mutu Jasa yang jelas juga dapat memudahkan nasabah dalam mendapatkan informasi-informasi terkait dengan kebijakan yang diberikan oleh pihak bank. Hal ini dibuktikan dalam penelitian Zania, Hubeis, dan Raharja (2014) tentang Peran Produk Perbankan, Mutu Pelayanan dan Kepuasan Nasabah bagi Kinerja PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. di KCU Utama Jakarta, dimana hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa mutu jasa memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah

Pengaruh Produktivitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah

Produktivitas Jasa dapat dijadikan pertimbangan serius oleh pihak bank dalam menentukan kebijakan-kebijakan yang akan di berikan untuk meningkatkan kepuasan dari para nasabahnya. Produktivitas Jasa merupakan hal yang paling mempengaruhi dalam penelitian ini karena variabel Produktivitas Jasa sendiri merupakan hal yang perlu diperhatikan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk. Dimana Produktivitas Jasa merupakan variable dimana pihak dari bank menentukan kebijakan-kebijakan, pelayanan, serta kenyamanan yang akan diberikan kepada nasabah mulai dari fitur ATM untuk menggantikan *teller* dimana fungsi teknologi digunakan untuk memudahkan kegiatan transaksi oleh nasabah sehingga akan lebih efisien. Hal ini dibuktikan dalam penelitian Rohmana (2012) Pengaruh Produktivitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas, yang menunjukkan bahwa produktifitas jasa berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

PENUTUP**Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan bukti nyata tentang pengaruh Diferensiasi Jasa, Mutu Jasa, dan Produktivitas Jasa terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Unit Universitas Sam Ratulangi, dengan menggunakan sampel sebanyak 96 responden. Penelitian ini menggunakan alat bantu program SPSS 22 untuk melakukan analisis. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan menggunakan regresi linier berganda serta uji asumsi klasik maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara simultan Diferensiasi Jasa, Mutu Jasa, dan Produktivitas Jasa berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Unit Universitas Sam Ratulangi.
2. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial Diferensiasi Jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Unit Universitas Sam Ratulangi.
3. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial Mutu Jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Unit Universitas Sam Ratulangi.
4. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial Produktivitas Jasa berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Unit Universitas Sam Ratulangi.

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini, maka penulis memberikan saran sebagai masukan:

- a. Untuk PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Unit Universitas Sam Ratulangi agar lebih meningkatkan pelayanannya kepada nasabah khususnya dalam bidang Mutu Jasa, dan Produktivitas Jasa. Sehingga lewat pelayanan-pelayanan dan informasi yang diberikan kepada nasabah meningkatkan Kepuasan nasabah akan kinerja dan pelayanan yang diberikan oleh pihak bank dalam hal ini yaitu PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk KCP Unit Universitas Sam Ratulangi.
- b. Penelitian yang akan dilakukan selanjutnya supaya dapat memperluas penelitian dengan menambahkan faktor-faktor lain yang mungkin berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah yang belum diteliti dalam penelitian ini sehingga hasil penelitian dapat lebih menggambarkan kondisi sesungguhnya selama jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdussamad, Z. 2011. Pengaruh Diferensiasi Jasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Islam Gorontalo. *Jurnal manajemen pemasaran*. <http://Portalgaruda.ac.id/>. Di akses tanggal: 26/05/2018
- Atmojo, V. G. S. 2011. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Swamitra Asmindo Surakarta. *Skripsi Universitas Sebelas Maret Surakarta* [Http://Portalgaruda.ac.id/](http://Portalgaruda.ac.id/). Di akses tanggal: 26/05/2018
- Kotler dan Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13, Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta
- Lewis dan Booms. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 10, Jilid 2. PT. Indeks, Jakarta
- Lovelock dan Gummesson. 2011. *Service Marketing*. Edisi Ke 7. Prentice Hall, USA
- Dotulong, L., dan Loindong, S. 2017. Eksplorasi Faktor Service Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Pasar Pinasungkulan Karombasan Kota Manado. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi>. Di akses tanggal: 5/10/2018
- Rohmana, M. 2012. Pengaruh Produktivitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Dampaknya Pada Loyalitas (Studi Pada Bank Bca Cabang Surabaya). *Jurnal Manajemen Pemasaran*. [Http://Portalgaruda.ac.id/](http://Portalgaruda.ac.id/). Di akses tanggal: 18/05/2018

- Roisah, R., dan Iskandar, I. 2013. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Tabungan Negara Kcp Kopo. *Jurnal Ekonomi*. <http://Portalgaruda.ac.id//>. Di akses tanggal: 18/05/2018
- Setiawan, M. D. 2013 Pengaruh Strategi Pemasaran Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah. *Jurnal IAIN*. <http://id.portalgaruda.org>. Di akses tanggal: 16/03/2018
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung
- Umar dan Husein. 2011. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Rajawali Pers, Jakarta
- Yuliazhari, Y. R. 2010. Pengaruh Strategi Pemasaran Jasa Terhadap Jasa Pelayanan Nasabah Pada Kantor Cabang Perum Pegadaian Di Delanggu. *e-Jurnal katalogis*. <http://Portalgaruda.ac.id//>. Di Akses Tanggal: 28/05/2018
- Zania, I., Hubeis, M. dan Raharja, S. 2014. Peran Produk Perbankan, Mutu Pelayanan dan Kepuasan Nasabah bagi Kinerja PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. di KCU Utama Jakarta. *e-Jurnal Katalogis*. <http://Portalgaruda.ac.id//>. Di Akses Tanggal: 28/05/2018

