

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS LAYANAN BRI MOBILE (BRIMO)
TERHADAP KEPUASAN NASABAH BRI UNIT TUMPAAN**

***THE EFFECT OF BRI MOBILE PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY (BRIMO) ON
CUSTOMER SATISFACTION OF BRI TUMPAAN UNITS***

Oleh:

**Dewi Iin Kasengkang¹
Silcyljeova Moniharapon²
Yunita Mandagie³**

¹²³ Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi Manado

E-mail:

[¹dewikasengkang99@gmail.com](mailto:dewikasengkang99@gmail.com)
[²silcyljeovamoniharapon@unsrat.ac.id](mailto:silcyljeovamoniharapon@unsrat.ac.id)
[³mandagiey@gmail.com](mailto:mandagiey@gmail.com)

Abstrak: Kepuasan Nasabah merupakan respon pelanggan terhadap kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan Nasabah adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa berfokus pada lima dimensi yaitu *tangible* (bukti langsung), *reability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dan *access*. Penelitian ini untuk Mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI) Manado. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa baik secara simultan atau pun parsial Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Untuk Bank BRI di Kota Manado untuk lebih meningkatkan lagi kualitas produk dan Kualitas Layanan yang di tawarkan serta di terapkan sehingga faktor tersebut dapat menjadi faktor pendukung untuk meningkatkan kepuasana nasabah

Kata Kunci: kualitas produk, kualitas layanan, kepuasan nasabah

Abstract: *Customer satisfaction is the customer's response to the actual performance he feels after use. One of the factors that determine customer satisfaction is customer perceptions of service quality focusing on five dimensions, namely tangible (direct evidence), reliability (reliability), responsiveness (responsiveness), assurance (guarantee), empathy (empathy) and access. This study is to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at Bank Rakyat Indonesia (BRI) Manado. The analytical method used is multiple linear regression. Hypothesis test results found that either simultaneously or partially Product Quality and Service Quality have a significant effect on Customer Satisfaction. For Bank BRI in Manado City to further improve the quality of products and the quality of services offered and implemented so that these factors can be a supporting factor to increase customer satisfaction.*

Keywords: product quality, service quality, customer satisfaction

PENDAHULUAN

Latar Belakang

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 negatif. Bagi perusahaan perbankan suatu kepuasan nasabah sangat diperlukan khususnya dalam rangka eksistensi perusahaan tersebut, sehingga nasabah tersebut akan tetap menggunakan jasa perusahaan tersebut.

Pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa yang berorientasi kepada kepuasan nasabah (pelanggan), perusahaan harus senantiasa memperhatikan komunikasi dengan menjalin kegiatan pelayanan yang prima yang dapat merangsang pembelian dan kepuasan pelanggan. Jasa pelayanan yang dilaksanakan perusahaan tersebut dalam upaya untuk memberikan rasa kepuasan, menimbulkan kapercayaan terhadap pihak nasabah, yang

merupakan prioritas utama dari penerapan pelayanan yang prima, karena kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah melihat dan merasakan kinerja hasil yang dia dapatkan.

Adapun faktor-faktor yang digunakan dalam penelitian ini adalah faktor kualitas produk dan kualitas layanan. Menurut Tjiptono (2017:164), Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya.

Faktor berikutnya adalah kualitas layanan. Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang memiliki nilai dipasar sasaran (*target market*) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang dan ide. Dalam hal ini perusahaan memusatkan perhatian mereka pada usaha untuk menghasilkan pelayanan yang unggul dan terus menyempurnakan. Pelayanan yang berkualitas tinggi merupakan salah satu kunci sukses perusahaan. Perbaikan kualitas pelayanan akan mengurangi biaya dan meningkatkan keunggulan bersaing, bahkan lebih jauh lagi, kualitas pelayanan yang tinggi menciptakan keunggulan bersaing yang tahan lama. Hal ini pun di dukung dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dewi dan Sudiartha (2018) yang menunjukkan secara parsial kualitas layanan dan kualitas produk dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu, secara simultan kualitas layanan dan kualitas produk juga dinyatakan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Bank Rakyat Indonesia (BRI) adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Tentu banyak fasilitas yang disediakan dari pihak Bank Rakyat Indonesia (BRI) untuk masyarakat yaitu simpan pinjam. Salah satu kebijakan yang dibuat oleh pemerintah meberdayakan usaha kecil khususnya dalam akses permodalan adalah melalui program kredit usaha rakyat. Pada dasarnya kredit usaha rakyat merupakan suatu kredit atau pembiayaan modal kerja dan atau investasi kepada usaha mikro, kecil, menengah dan koperasi di bidang usaha produktif.

Kepuasan Nasabah merupakan respon pelanggan terhadap kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan Nasabah adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa berfokus pada lima dimensi yaitu *tangible* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggungan), *assurance* (jaminan), *emphaty* (empati) dan *access*. Berikut merupakan data terkait indeks kepuasan nasabah BRI;

Tabel 1. Survey Hasil Kepuasan Nasabah BRI Tahun 2019-2021

Keterangan	2019	2020	2021
Tingkat Kepuasan Nasabah	85,90%	84,57%	89,28%
Tingkat Penyelesaian Keluhan Nasabah	98,93%	99%	99%

Sumber: Laporan Tahunan PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, 2022

Berdasarkan Tabel 1 survey kepuasan nasabah pada tahun 2019-2020 mengalami penurunan 1.33% yang artinya ketika nasabah tidak merasa puas hal tersebut dapat berdampak pada loyalitas dari nasabah bank BRI. Hal tersebut dapat berdampak pada kondisi Bank BRI karena ketika nasabah tidak lagi loyal, hal yang terjadi adalah kesediaan nasabah agar senantiasa menggunakan produk-produk dari Bank BRI akan menurun dan Nasabah tidak akan lagi merekomendasikan produk-produk Bank BRI kepada kerabat terdekat mereka.

Adapun permasalahan terkait kualitas produk dari BRI adalah dimana produk BRIMO sering kali mengalami error, yang mengakibatkan nasabah atau penggunaanya kesulitan ketika akan menggunakannya di saat penting, hal itu tentunya akan sangat berpengaruh terhadap kepuasan dari nasabah BRI khususnya pengguna BRIMO. Hal ini pun di dukung dengan adanya penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Primasari (2018) yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tabungan iB Hasanah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Untuk Mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BRI Unit Tumpaan.
- Untuk Mengetahui pengaruh Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BRI Unit Tumpaan.
- Untuk Mengetahui pengaruh Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BRI Unit Tumpaan.

Kepuasan Konsumen

Kepuasan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2019:50). 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 (2019:177). Mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Kualitas Produk

Menurut Lupiyoadi (2018), kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Nilai yang diberikan oleh pelanggan diukur berdasarkan kepercayaan (reliability), ketahanan (durability), dan kinerja (performance) terhadap bentuk fisik dan citra produk. Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Menurut Tjiptono (2017:152), kualitas dapat diartikan sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sunyoto (2017) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu ukuran untuk menilai bahwa suatu barang atau jasa telah mempunyai nilai guna seperti yang dikehendaki atau dengan kata lain suatu barang atau jasa dianggap telah memiliki kualitas apabila berfungsi atau mempunyai nilai guna seperti yang diinginkan.

Kualitas Layanan

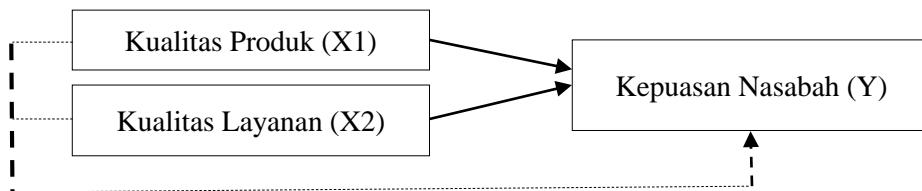
Menurut Tjiptono (2017:164), Konsep kualitas dianggap sebagai ukuran kesempurnaan sebuah produk atau jasa yang terdiri dari kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain merupakan fungsi secara spesifik dari sebuah produk atau jasa, kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya. Maka dari itu yang dimaksud kualitas adalah apabila beberapa faktor dapat memenuhi harapan konsumen seperti pernyataan tentang kualitas dalam Tjiptono (2017:164), "Kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan memenuhi atau melebihi harapan".

Penelitian Terdahulu

Penelitian Ismail. (2014) bertujuan untuk menganalisis seberapa jauh pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan kepuasan sebagai nasabah prediktor terhadap loyalitas nasabah pada PT. BPRS Syarikat Madani. Data diolah menggunakan program statistik Amos for Windows version 20.0 untuk menguji normalitas, Confirmatory Factor Analysis (CFA) serta uji pengaruh menggunakan Structural Equation Modelling (SEM). Penelitian ini menyimpulkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sementara kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dan kepuasan nasabah berpengaruh signifikan terhadap loyalitas nasabah.

Penelitian Andriyani dan Ardianto (2020) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 responden yaitu nasabah bank yang berdomisili dan memiliki rekening bank di wilayah Cibubur. Data penelitian dianalisis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda. Studi menemukan bahwa kualitas layanan tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan..

Penelitian Zulkarnain, Taufik, dan Ramdansyah (2020) bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap loyalitas nasabah dan kepuasan nasabah dengan mengambil sampel sebanyak 93 nasabah tabungan muamalah dengan teknik sampling. Data penelitian di analisis menggunakan metode SEM-PLS. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pelanggan kepuasan pelanggan, dan kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan..

Model Penelitian**Gambar 1 Model Penelitian***Sumber: Kajian Teoritik, 2022***Hipotesis Penelitian**

- H1: Diduga Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BRI Unit Tumpaan
- H2: Diduga Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BRI Unit Tumpaan
- H3: Diduga Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah BRI Unit Tumpaan

METODE PENELITIAN**Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2016:112). Penelitian ini mencari pengaruh antara variabel bebas Kualitas Produk dan Kualitas Layanan (X), terhadap variabel terikat Kepuasan Nasabah (Y).

Populasi dan Sampel

Adapun berdasarkan observasi yang dilakukan pada Bank BRI KCP Unit Tumpaan selama 1 bulan dapat diketahui bahwa jumlah populasi yang menggunakan BRI Mobile (Brimo) ada berjumlah 60 Nasabah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sampel Jenuh dimana sampel yang diambil disini adalah jumlah seluruh populasi dengan kriteria pengambilan sampel yang diambil adalah nasabah pengguna BRI Mobile (Brimo) dan bersedia mengisi kuesioner penelitian yaitu berjumlah 60 responden.

Metode 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 dapat berupa pertanyaan terbuka atau tertutup dan dapat diberikan kepada responden secara langsung ataupun tidak langsung (Sugiyono, 2016:188). Kuesioner pada penelitian ini akan dibagikan kepada jumlah sampel yang telah penulis tentukan yaitu Nasabah Bank BRI. Pengukuran data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah skala Likert.

Metode Analisis Data**Uji Validitas**

Uji validitas merupakan derajat kecepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antara data yang dilaporkan peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian (Sugiyono, 2016:201).

Uji Realibilitas

Reliabilitas/keandalan (derajat konsistensi) adalah ukuran yang menunjukkan seberapa tinggi suatu instrumen dapat dipercaya atau dapat diandalkan, artinya reabilitas menyangkut ketepatan (dalam pengertian konsisten) alat ukur (Mustafa, 2018:87).

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Suatu

analisis dikatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas jika nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) < 10 (Ghozali, 2016:97).

Uji Heterokedastisitas

Uji hesterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastitas dan jika berbeda disebut heteroskedastitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastitas atau tidak terjadi heteroskedastitas (Ghozali, 2016:103).

Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016:110). Cara termudah untuk melihat normalitas yaitu analisis grafik. Analisis grafik digunakan untuk melihat normalitas data dilakukan dengan melihat grafik histogram dan kurva normal *probability plot*.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda diperlukan guna mengetahui koefisien-koefisien regresi serta signifikan sehingga dapat dipergunakan untuk menjawab hipotesis.

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

Keterangan:

- Y = Kepuasan Nasabah
- A = Nilai intercept/constant
- X₁ = Variabel Kualitas Produk
- X₂ = Variabel Kualitas Layanan
- B₁ β₂ = Koefisien regresi variabel bebas
- e = Standard error tingkat kesalahan

Uji t (secara parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2016:115). Kriteria yang digunakan adalah: (Ghozali, 2016:67).

a) $H_0 : b_1 = 0$

Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen.

b) $H_a : b_1 > 0$

Artinya, ada pengaruh yang signifikan secara parsial pada masing-masing variabel independen.

Sedangkan kriteria pengujinya adalah sebagai berikut:

- a) Taraf Signifikan ($\alpha = 0,01$)
- b) Distribusi t dengan derajat kebebasan (n)
- c) Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- d) Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Uji F (secara simultan)

Uji F bertujuan untuk menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan ke dalam model secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali ,2016)

Membuat hipotesis untuk kasus pengujian F-test di atas yaitu:

a. $H_0 : b_1, b_2 = 0$

Artinya, tidak ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap dependen

b. $H_a : b_1, b_2 > 0$

Artinya, ada pengaruh yang signifikan dari variabel independen terhadap dependen

Menentukan F tabel dan F hitung dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau taraf signifikansi sebesar 5% ($\alpha = 0,1$), maka:

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, berarti masing-masing variabel independen secara bersama-sama tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Hasil Penelitian**Uji Validitas dan Reabilitas**

Instrumen yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Oleh sebab itu instrumen penelitian harus diuji terlebih dahulu dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas menggunakan koefisien korelasi pearson. Jika nilai korelasi di atas 0,3 mengindikasikan Instrumen yang digunakan telah valid. Uji reliabilitas menggunakan koefisien alpha cronbach. Jika nilai alpha di atas 0,6 mengindikasikan instrumen yang digunakan telah reliabel. Hasil uji validitas dan reliabilitas pada instrumen penelitian menggunakan software SPSS versi 25.0 adalah sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	Pearson Correlation (r hitung)	r tabel	Sig	Alpha	Status
Kualitas Produk (X ₁)	X _{1.1}	0.631	0.250	0,000	0,05	Valid
	X _{1.2}	0.700	0.250	0,000	0,05	Valid
	X _{1.3}	0.812	0.250	0,000	0,05	Valid
	X _{1.4}	0.440	0.250	0,000	0,05	Valid
	X _{1.5}	0.618	0.250	0,004	0,05	Valid
	X _{1.6}	0.812	0.250	0,000	0,05	Valid
Kualitas Layanan (X ₂)	X _{2.1}	0.698	0.250	0,000	0,05	Valid
	X _{2.2}	0.683	0.250	0,000	0,05	Valid
	X _{2.3}	0.730	0.250	0,000	0,05	Valid
	X _{2.4}	0.743	0.250	0,000	0,05	Valid
	X _{2.5}	0.521	0.250	0,000	0,05	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	X _{3.1}	0.607	0.250	0,000	0,05	Valid
	X _{3.2}	0.830	0.250	0,000	0,05	Valid
	X _{3.3}	0.808	0.250	0,000	0,05	Valid

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25, 2022

Hasil dari Tabel 2 menunjukkan bahwa setiap variabel yang diteliti sudah valid. Hal ini ditunjukkan lewat nilai Pearson Correlation yang lebih dari nilai r tabel.

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0.744	Reliabel
Kualitas Layanan (X ₂)	0.767	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0.804	Reliabel

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25, 2022

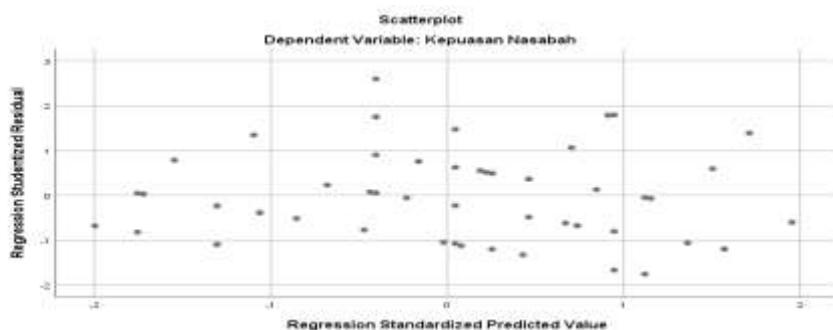
Tabel 3 menunjukkan bahwa variabel yang diteliti sudah reliabel, ini ditunjukkan lewat nilai Cronbach Alpha dari setiap variabel yang lebih dari 0,70

Uji Multikolinearitas**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	VIF	Tolerance	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	1.011	0.989	Non multikolinieritas
Kualitas Layanan (X ₂)	1.011	0.989	Non multikolinieritas

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25, 2022

Hasil dari perhitungan terlihat pada Tabel 4, menghasilkan nilai VIF untuk seluruh variabel X kurang dari 10 (<10) dan nilai Tolerance untuk seluruh variabel X lebih dari 0,1. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model penelitian ini.



Gambar 2 Hasil Uji Heterokedastisitas
Sumber: Hasil olahan data SPSS 25, 2022

Gambar 2 menyatakan bahwa grafik Scatterplot yang ditampilkan untuk uji heterokesdastisitas 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 heterokesdastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel kepuasan nasabah (Y).

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a						Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	1.628	2.299			.708	.482		
Kualitas Produk	.153	.071	.244		2.165	.035	.989	1.011
Kualitas Layanan	.331	.083	.447		3.962	.000	.989	1.011

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25, 2022

Hasil pengujian Tabel 5 dapat dituliskan dalam bentuk persamaan regresi bentuk *Standardized Coefficients* diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1.628 + 0,153X_1 + 0,331X_2$$

Hasil persamaan regresi berganda tersebut diatas memberikan pengertian bahwa:

- Nilai constant sebesar 1.628 memberikan pengertian bahwa jika faktor Kualitas Produk dan Kualitas Layanan tidak dilakukan atau sama dengan nol (0) maka besarnya Kepuasan Nasabah adalah 1,628%.
- Untuk Variabel Kualitas Produk (X1) koefisien regresinya adalah Positif, hal ini dapat diartikan apabila Kualitas Produk (X1) meningkat 1%, maka Kepuasan Nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,153%.
- Untuk Kualitas Layanan (X2) koefisien regresinya adalah Positif, hal ini dapat diartikan apabila Kualitas Layanan (X2) meningkat 1%, maka Kepuasan Nasabah (Y) akan meningkat sebesar 0,331%.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara simultan variabel-variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 6. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.818	2	15.909	11.207
	Residual	80.915	57	1.420	
	Total	112.733	59		

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

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

Sumber: Hasil olahan data SPSS 25, 2022

Berdasarkan Tabel 6 secara simultan dari variabel X_1 , dan X_2 terhadap Y yaitu Kepuasan Nasabah sebesar 0,000. Hal ini berarti koefisien variabel X_1 , dan X_2 Berpengaruh secara bersama-sama terhadap Y atau Kepuasan Nasabah, dimana dalam nilai signifikan lebih dari 5% ($< 0,05$). Hal ini berarti bahwa hipotesis 1 (H_1) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah secara simultan, di terima. Selain menggunakan nilai probabilitas atau nilai *Sig*, metode yang lain yang dapat digunakan adalah menggunakan nilai F hitung dibandingkan dengan nilai F tabel. Kriteria penilaian dengan menggunakan metode ini adalah, jika nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel; $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka hipotesis penelitian diterima, dan sebaliknya. Dalam kasus di atas F hitung memiliki nilai 11,207 sedangkan F tabel memiliki nilai 3,15 ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga hipotesis penelitian di terima.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. sebagai nilai t hitung yang akan dibandingkan dengan nilai t tabel. Hasil analisis regresi pada Tabel 5 Menyatakan bahwa:

1. Nilai thitung untuk variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 2,165 lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,670 dengan tingkat signifikan $0,03 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak artinya Kualitas Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dengan demikian H_a diterima
2. Nilai thitung untuk variabel Kualitas Layanan (X_2) sebesar 3,962 lebih besar dari nilai ttabel sebesar 1,670 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak artinya Kepercayaan (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah (Y), dengan demikian H_a diterima

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan pada hasil uji hipotesis serta hasil analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini, menunjukkan bahwa (H_1) yang menyatakan bahwa variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah, diterima. Hasil ini juga menunjukkan bahwa model penelitian ini yaitu variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah memiliki hubungan yang cukup kuat, artinya Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah memiliki keterkaitan yang kuat dan dapat dimanfaatkan dengan baik untuk meningkatkan Kepuasan Nasabah secara signifikan. Dalam hasil penelitian ini juga ditemukan bahwa variabel bebas dalam penelitian ini mampu memiliki kontribusi atau peran yang besar dalam menjelaskan variabel terikat dan inti masalah dari variabel terikat dalam hal ini Kepuasan Nasabah. Implikasi dari penelitian ini yaitu model penelitian ini dapat dijadikan variabel yang mempengaruhi atau alat pertimbangan pengambilan keputusan dari variabel Kepuasan Nasabah khususnya pada PT. Bank BRI (Persero), Tbk di Manado yang berfokus pada Kepuasan Nasabah nya. Hal ini dikarenakan penelitian ini telah teruji memiliki tingkat hubungan yang kuat antar variabel bebas dan variabel terikatnya, juga penelitian ini sudah teruji berperan dengan persentase tinggi dalam mempengaruhi Kepuasan Nasabah, sehingga kebijakan yang diambil oleh perusahaan dengan mempertimbangkan faktor Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah dengan signifikan. Jika Kepuasan Nasabah meningkat maka tentu akan berakibat baik bagi perusahaan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian yang di uraikan sebelumnya ditemukan bahwa variabel Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Nasabah, yang artinya faktor kualitas produk merupakan faktor penting dalam meningkatkan kepuasan nasabah khususnya di Bank BRI Manado. Dalam memasarkan suatu produk, kualitas harus diukur melalui sudut pandang konsumen terhadap kualitas produk itu sendiri, sehingga selera konsumen disini sangat berpengaruh. Kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Nilai yang diberikan oleh pelanggan diukur berdasarkan kepercayaan (reliability), ketahanan (durability), dan kinerja (performance) terhadap bentuk fisik dan citra produk. Konsumen akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Dalam hal ini yang penting adalah menjaga konsistensi dari output produk pada tingkat kualitas yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen/nasabah. Kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Hal ini pun mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muchtarom, (2019) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil penelitian yang diuraikan sebelumnya ditemukan bahwa variabel Kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan Nasabah. Hal ini dapat diartikan bahwa kualitas jasa yang di terapkan khususnya pada indikator-indikator berwujud, empati, keandalan, keresponsifan dan keyakinan memberikan dampak atau pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sehingga dapat disimpulkan bahwa meskipun PT. Bank BRI (Persero), Tbk telah memberikan kualitas jasa yang baik kepada nasabah-nasabahnya hal tersebut tidak memberikan dampak yang baik dalam mendorong serta meningkatkan loyalitas nasabah pada PT. Bank BRI (Persero), Tbk, sehingga PT. Bank BRI (Persero), Tbk perlu lebih memperhatikan kualitas jasa atau pelayanan yang mereka berikan kepada nasabah-nasabahnya. Hal ini pun mendukung penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Zulkarnain, Taufik, dan Ramdansyah, (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

PENUTUP

Kesimpulan

Kesimpulan penelitian adalah:

1. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara simultan Kualitas Produk dan Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.
2. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah
3. Hasil uji hipotesis ditemukan bahwa secara parsial Kualitas Layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah

Saran

Saran yang dapat diberikan adalah:

1. Bank BRI di Kota Manado untuk lebih meningkatkan lagi kualitas produk dan Kualitas Layanan yang ditawarkan serta di terapkan sehingga faktor tersebut dapat menjadi faktor pendukung untuk meningkatkan kepuasana nasabah.
2. 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

- Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. *Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(02), 133-140. <http://journal.lppmpelitabangsa.id/index.php/ekomabis/article/view/73>. Di akses pada 16 Oktober 2022
- Dewi, C., & Sudiartha, I. G. M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(8). <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/38978/24904>. Di akses pada 2 November 2022
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismail, R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah Sebagai Prediktor dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 10(2), 179-196. <https://sktutor.fkip.ut.ac.id/index.php/jom/article/view/79>. Di akses pada 16 September 2022
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

Muctharom, M. Z. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Murabahah, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah di Baitul Maal Wat Tamwil Nurul Ummah Ngasem Bojonegoro. *Journal of Sharia Economics*, 1(1), 41-54. <http://journal.iaialhikmahtuban.ac.id/index.php/JSE/article/view/57>. Di akses pada 15 Desember 2022

Mustafa, Z. E. (2018). *Mengurai Variabel hingga Instrumenasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Primasari, D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Tabungan IB Hasanah Terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank BNI Syariah KCP Ungaran (*Doctoral dissertation, IAIN SALATIGA*). <http://e-repository.perpus.iainsalatiga.ac.id/2724/>. Di akses pada tanggal 23 Agustus 2022

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sunyoto, D. (2017). *Manajemen Pemasaran* .Edisi Ke 2. Jakarta: Erlangga

Tjiptono, F. (2017) *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi

Umar, H. (2019). *Study Kelayakan Bisnis*. Edisi Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Zulkarnain, R., Taufik, H. E. R., & Ramdansyah, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pt Bank Syariah Mu'amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(01), 87-110. <http://ejournal.lppm-unbaja.ac.id/index.php/jmb/article/view/816>. Di akses pada tanggal 8 Oktober 2022

