

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan M Banking KB Star Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank KB Bukopin Tbk Cabang Bekasi

Yunike Ifani ¹, Dovina Navanti ², Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo ³

¹⁻³ Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Jl. Perjuangan No.81, RT.003/RW.002, Marga Mulya, Kec Bekasi Utara, Kota Bekasi, Jawa Barat 17143

E-mail : 202010325466@mhs.ubharajaya.ac.id ¹, dovina.navanti@dsn.ubharajaya.ac.id ², franciscus@dsn.ubharajaya.ac.id ³

Abstract. *This research aims to determine whether there is an influence of product quality and service quality of M Banking KB Star on customer satisfaction at PT Bank KB Bukopin Tbk Bekasi Branch. This type of research is quantitative. The population in this study is 3.016. The sampling technique uses Non-Probability Sampling using Purposive Sampling techniques. The sample in this study amounted to 102 respondents. Data collection technique by distributing questionnaires via Google Form. Hypothesis testing in this research uses Multiple Linear Regression analysis. The research subjects were consumers of Bank KB Bukopin Tbk Bekasi Branch. The results of this research show that the product quality and service quality variables partially and simultaneously have a significant effect and have a positive influence on the consumer satisfaction variable.*

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

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada pengaruh Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan M Banking KB Star Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank KB Bukopin Tbk Cabang Bekasi. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 3.016. Teknik sampling dengan menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 102 responden. Teknik Pengambilan data dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *Google Form*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan analisis *Regresi Linier Berganda*. Subjek penelitian yaitu konsumen Bank KB Bukopin Tbk Cabang Bekasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan dan memiliki hubungan pengaruh positif terhadap variabel kepuasan nasabah.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Perkembangan *information and communication technology* (ICT) bagi dunia bisnis memudahkan berbagai transaksi perdagangan dapat dengan mudah dengan *cyberspace* melalui *electronic transaction*. Bank telah memanfaatkan perkembangan teknologi informasi dalam layanan perbankannya dengan meluncurkan media layanan transaksi perbankan berbasis teknologi informasi, yaitu *mobile banking* (m-banking). Layanan m-banking membuka kesempatan bagi nasabah untuk melakukan transaksi perbankan melalui perangkat handphone atau *Personal Data Assistant* (PDA).

M-banking adalah fasilitas atau layanan perbankan yang menggunakan sarana komunikasi bergerak seperti telepon seluler sehingga transaksi perbankan dapat dilakukan di telepon seluler melalui SMS (pesan singkat). Dengan hadirnya layanan telepon seluler dan *mobile banking*, transaksi perbankan yang biasanya dilakukan secara manual kini dapat

dilakukan tanpa harus mengunjungi bank. Dengan menggunakan ponsel, pelanggan dapat menghemat waktu dan uang. Layanan mobile banking memberi nasabah fungsi yang nyaman untuk transaksi perbankan seperti pengecekan saldo dan transfer uang antar rekening.

Industri perbankan menyediakan layanan mobile banking untuk menjamin kepuasan pelanggan (Wulandari et al., 2022). Dengan beragamnya kegunaan mobile banking, diharapkan nasabah akan merasa puas saat menggunakan beragam produk dan layanan yang disediakan bank. Kehadiran m-banking memudahkan aktivitas perbankan. Ponsel pintar dengan konektivitas internet dan aplikasi perbankan dapat digunakan untuk melakukan transaksi keuangan. Masyarakat perlu merasa aman dengan layanan ini karena tidak perlu pergi ke bank atau antre.

Layanan mobile banking membantu nasabah melakukan transaksi perbankan dengan lebih mudah seperti pengecekan saldo, transfer uang antar rekening, pembayaran tagihan, penyeteroran uang (Imamah & Safira, 2021). Mobile banking juga dapat sangat membantu dalam meningkatkan efisiensi, efektivitas dan produktivitas masyarakat pedesaan dan perkotaan yang sibuk. Melihat perkembangan produk dan layanan perbankan yang terus memberikan kemudahan bagi nasabah dan masyarakat, PT Bank KB Bukopin TBK terus melakukan berbagai perbaikan dan pembaharuan untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan nasabah dalam menggunakan berbagai layanan perbankan. operasi dan layanan.

PT Bank KB Bukopin TBK juga baru menerbitkan aplikasi m-banking KBSTAR yaitu m-banking dari Bank KB Bukopin guna memberikan kemudahan bertransaksi kapanpun dan dimanapun. Aplikasi KBSTAR adalah layanan m-banking milik PT Bank KB Bukopin TBK yang dapat diakses oleh Nasabah melalui smartphone untuk bertransaksi dengan menggunakan media jaringan internet atau paket data. Fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi KBSTAR juga termasuk lengkap seperti informasi rekening, transfer dana, pembayaran via QRIS, dan beberapa fitur pembayaran dan pembelian lainnya.

Bagi bank, sangat penting sekali untuk mengetahui sejauh mana pandangan nasabah terhadap layanan m-banking dan apakah layanan ini akan mendatangkan keuntungan bagi nasabah. karena hal yang terpenting bagi nasabah adalah kemudahan-kemudahan dalam memperoleh informasi keuangan dan bertransaksi secara online. Dalam hal ini pengguna yang mudah dan sangat memberikan manfaat belum tentu menjadi bahan pertimbangan nasabah dalam menggunakan m-banking. Nasabah masih mempertimbangkan resiko dan keamanan yang harus lebih diperhatikan. Selain itu kurangnya pengetahuan tentang fasilitas atau fitur-

fitur pada produk KBSTAR tersebut yang kadang masih sulit dipahami oleh nasabah. Dengan demikian pihak bank harus benar-benar memperhatikan lagi bagaimana produk KBSTAR mengenai keamanannya sendiri.

Berdasarkan latar belakang yang dijelaskan di atas, maka penulis meneliti ke dalam sebuah judul skripsi yaitu “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan M Banking KB Star Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank KB Bukopin Tbk Cabang Bekasi”.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Fauziah et al., (2023) kualitas adalah suatu produk dan jasa yang melalui beberapa tahapan proses yang memperhatikan nilai produk dan jasa tersebut tanpa adanya kekurangan pada nilai produk atau jasa tersebut, serta menghasilkan produk dan jasa yang memenuhi harapan pasar tinggi.

Menurut Lestari & Yulianto, (2018) ada delapan dimensi dalam kualitas produk, yaitu sebagai berikut :

1. Kinerja (*Performance*)
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*Features*)
3. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Conformance to Spesification*)
4. Keandalan (*Relaibility*)
5. Daya tahan (*Durability*)
6. Estetika (*Esthetica*)
7. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)
8. Dimensi kemudahan perbaikan (*Serviceability*)

Kualitas Pelayanan

Menurut Lestari & Hidayat, (2019) mengungkapkan kualitas pelayanan adalah tingkat dimana keunggulan sangat diharapkan dan pengendalian tingkat keunggulan adalah tentang pemenuhan kebutuhan pelanggan.

Menurut Adabi, (2020) Menyatakan bahwa atribut yang dapat digunakan untuk mengevaluasi suatu kualitas pelayanan dapat dilihat dari lima dimensi pokok, yaitu :

1. Bukti fisik (*tangible*)
2. Keandalan (*reliability*)
3. Daya tanggap (*responsiveness*)

4. Jaminan (*assurance*)
5. Empati (*emphaty*)

Kepuasan Nasabah

Menurut Rivai et al., (2019) kepuasan nasabah merupakan suatu respon atau penilaian konsumen terhadap sebuah kinerja barang maupun jasa yang konsumen konsumsi dimana hasil yang diterima paling tidak harus sama dengan harapan konsumen.

Menurut Avianty & Waloejo, (2019) menjelaskan indikator yang terkait dengan kepuasan konsumen, yaitu :

1. *Re-purchase*
2. Menciptakan *Word Of Mouth*
3. Menciptakan citra merek
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

METODE PENELITIAN

DESAIN PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, yaitu penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan menggunakan model-model matematis, teori-teori dan/atau hipotesis yang berkaitan dengan suatu fenomena. Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Dalam penelitian ini, data yang digunakan adalah data primer. Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari hasil observasi, wawancara dan kuesioner.

Tahapan Penelitian

Tahapan Penelitian adalah proses-proses yang menggambarkan tentang persiapan riset, survei lapangan koleksi data dan analisis data untuk melakukan penyusunan laporan. Proses penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tahap Penelitian

Dalam memulai penelitian, penelliti menyusun persiapan dalam melakukan persiapan riset dengan mencari permasalahan, merumuskan hasil masalah, mencari studi pendahulu yang berkaitan dengan permasalahan, merumuskan hipotesis, menentukan sampel penelitian, dan rencana penelitian.

2. Tahap Pelaksanaan

Tahapan pelaksanaan peneliti mulai mengumpulkan teori-teori para ahli yang mendukung dengan penelitian, kepustakaan sebagai pedoman baik digunakan dalam pembuatan kuisisioner dan metode analisis data, selanjutnya di gunakan penelitian untuk membuat dan menyebarkan kuisisioner kepada responden (customer) guna untuk mencari data-data yang di perlukan dalam penyusunan laporan skripsi.

3. Tahap penulisan

Tahap akhir dalam tahap penelitian yaitu laporan penelitian, penulis melakukan perhitungan hasil dari kuesioner menggunakan metode yang telah dipilih untuk mengetahui hasil tersebut apakah berpengaruh atau tidak pada variabel independen.

METODE

PENGAMBILAN SAMPEL

A. Populasi Penelitian

Populasi adalah keseluruhan jumlah yan terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik keseimpulannya (Sujarweni, 2018). Dalam penelitian ini maka yang menjadi populasi adalah konsumen PT. Bank KB Bukopin yang menggunakan M-Banking KBSTAR sebesar 3.106 responden.

B. Sampel Penelitian

Menurut (Sujarweni, 2018) sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli di PT. Bank KB Bukopin sedangkan untuk teknik pengambilan sampel adalah purposive sampling yang menggunakan rumus Hair, adalah sebagai berikut:

Melalui rumus Hair maka jumlah sampel yang akan diambil adalah :

Sampel = Jumlah indikator x (5 s/d 10)

= 17 x 6

= 102

Melalui perhitungan dari rumus tersebut, didapat jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini berjumlah 102 yang berasal dari konsumen PT. Bank KB Bukopin.

Metode Analisis Data

Uji Validitas

Menurut (Sujarweni, 2018) uji validitas digunakan untuk menguji validitas instrumen dalam penelitian, maka digunakan corrected item total correlation dengan bantuan computer SPSS 25 for windows. Uji validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df=n-2$ dengan sig. 5%

Dasar pengujian validitas adalah sebagai berikut :

1. Jika r hitung positif dan r hitung $> r$ tabel, maka variabel tersebut valid.
2. Jika r hitung tidak positif dan r hitung $< r$ tabel, maka variabel tersebut tidak valid.

Uji Reliabilitas

Menurut (Sujarweni, 2018) reliabilitas (keandalan) merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner.

Uji Reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka reliabel. Dasar pengujian reliabilitas adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai Cronboach Alpha $> 0,60$ maka data yang di uji dinyatakan reliabel.
2. Jika nilai Cronboach Alpha $< 0,60$ maka data yang di uji dinyatakan tidak reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik model regresi dapat menghasilkan estimator linear tidak biasa yang terbaik jika dipenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan asumsi klasik.

1. Uji Normalitas

Menurut (Sujarweni, 2018) uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Dalam uji normalitas ini ada 2 cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji statistic kolmogrof. Kriteria jika :

Sig. $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.

Sig. $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut (Sujarweni, 2018) uji multikolinieritas adalah kondisi di mana terjadi korelasi atau hubungan yang kuat diantara variabel bebas yang diikutsertakan dalam pembentukan model regresi linier. Dalam analisis regresi, suatu model harus terbebas dari gejala multikolinieritas dan untuk mendeteksi apakah suatu model mengalami gejala mutikolinieritas. Jika VIF yang dihasilkan diatara 1-10 maka tidak terjadi multikolinieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan ke periode pengamatan yang lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas dan dibawah atau disekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola (Sujarweni, 2018).

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Menurut (Sujarweni, 2018) regresi yang memiliki satu variabel dependen dan dua atau lebih variabel independent. Model persamaan regresi linier sederhana dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah

a = konstanta

b₁ = Koefisien regresi pertama

b₂ = Koefisien Regresi kedua

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Kualitas Pelayanan

e = *Error*

Uji Hipotesis

1. Uji Kelayakan (Uji F)

Menurut (Sujarweni, 2018) Uji F digunakan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama sama terhadap variabel dependen.

Kriteria :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 Diterima dan H_a ditolak.

Atau :

Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

2. Uji Koefisien Regresi Secara Parsial (Uji T)

Menurut (Sujarweni, 2018) uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel variabel terkait secara parsial. Taraf signifikan 5%.

H_0 : tidak ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y.

H_a : ada pengaruh antara variabel x terhadap variabel y.

Kriteria :

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak.

Atau

Jika $p < 0,05$, maka H_0 ditolak.

Jika $p > 0,05$, maka H_0 diterima.

3. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah antara nol dan satu (Sujarweni, 2018).

$$R^2 = (r)^2 \times 100\%$$

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Relasi

Metode Pengambilan Sampel

Uji Validitas

Table Uji Validitas Kualitas Produk

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,441	0,1946	Valid
Pernyataan 2	0,533	0,1946	Valid
Pernyataan 3	0,625	0,1946	Valid
Pernyataan 4	0,527	0,1946	Valid
Pernyataan 5	0,631	0,1946	Valid
Pernyataan 6	0,552	0,1946	Valid
Pernyataan 7	0,587	0,1946	Valid
Pernyataan 8	0,566	0,1946	Valid
Pernyataan 9	0,534	0,1946	Valid
Pernyataan 10	0,722	0,1946	Valid
Pernyataan 11	0,588	0,1946	Valid
Pernyataan 12	0,565	0,1946	Valid
Pernyataan 13	0,556	0,1946	Valid
Pernyataan 14	0,554	0,1946	Valid
Pernyataan 15	0,644	0,1946	Valid
Pernyataan 16	0,584	0,1946	Valid

Table Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,802	0,1946	Valid
Pernyataan 2	0,786	0,1946	Valid
Pernyataan 3	0,802	0,1946	Valid
Pernyataan 4	0,671	0,1946	Valid
Pernyataan 5	0,604	0,1946	Valid
Pernyataan 6	0,696	0,1946	Valid
Pernyataan 7	0,728	0,1946	Valid
Pernyataan 8	0,786	0,1946	Valid
Pernyataan 9	0,696	0,1946	Valid
Pernyataan 10	0,671	0,1946	Valid

Table Uji Validitas Kepuasan Nasabah

Indikator	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Pernyataan 1	0,655	0,1946	Valid
Pernyataan 2	0,715	0,1946	Valid
Pernyataan 3	0,637	0,1946	Valid
Pernyataan 4	0,777	0,1946	Valid
Pernyataan 5	0,533	0,1946	Valid
Pernyataan 6	0,575	0,1946	Valid
Pernyataan 7	0,633	0,1946	Valid
Pernyataan 8	0,715	0,1946	Valid

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai r hitung yang didapatkan oleh masing-masing pertanyaan variabel memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari pada r tabel yang mana memiliki nilai 0,1946, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan nasabah pernyataan atau dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Table Hasil Uji Reliabilitas

No	Variabel	Alpha Cronbach	Kriteria	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,862	0,600	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,899	0,600	Reliabel
3	Kepuasan Nasabah	0,799	0,600	Reliabel

Dapat Dilihat Alpha Cronbach atas variabel Kualitas Produk sebesar 0,862, Kualitas Pelayanan 0,899, dan Kepuasan Nasabah sebesar 0,799. Sesuai kriteria, nilai ini sudah lebih besar dari 0.60, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pernyataan dalam kuesioner ini dapat dipercaya.

Uji T

Tabel Hasil Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,948	2,349		1,681	,096		
	Kualitas Produk	,271	,051	,498	5,293	,000	,429	2,331
	Kualitas Pelayanan	,272	,075	,342	3,637	,000	,429	2,331

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel kualitas produk diperoleh t hitung = 5,293 dan t tabel 1.98397, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H_1 yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung positif yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah.

Kemudian untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh t hitung = 3,637 dan t tabel 1.98397, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H_2 yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah.

Uji F

Tabel Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	621,448	2	310,724	81,956	,000 ^b
	Residual	375,346	99	3,791		
	Total	996,794	101			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

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

Dari hasil perhitungan secara simultan pada tabel diatas, diperoleh nilai F hitung 81,956 dengan signifikansi senilai 0,000 dan F tabel senilai 3,09. Nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian H3 diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,790 ^a	,623	,616	1,947

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Pada tabel diatas dapat diketahui dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (R Square) yang diperoleh sebesar 0,623. Hal ini berarti 62,3% kepuasan nasabah dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya yaitu 37,7% kepuasan nasabah dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, yaitu promosi dan loyalitas nasabah.

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil uji yang telah dilakukan terhadap kualitas produk, kualitas layanan M Banking KB Star terhadap kepuasan nasabah PT Bank KB Bukopin Tbk Cabang Bekasi, dapat dijelaskan melalui pembahasan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji dan analisis data diperoleh hasil perhitungan uji parsial yang menunjukkan nilai 5,293 dan t tabel 1.98397, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H_1 yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung positif yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menjelaskan bahwa kualitas produk adalah faktor penting dan keunggulan dari produk berupa kemampuan untuk memenuhi persyaratan atau spesifikasi sehingga dapat sesuai dengan tujuan penggunaan produk dan keinginan konsumen. Jika produk yang diinginkan konsumen berkualitas, maka kepuasan konsumen akan tercapai dan bank yang memiliki kualitas produk yang baik akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Dalam hal ini PT. Bank KB Bukopin Cabang Bekasi telah berusaha membuat suatu produk yang berkualitas yang sesuai dengan keinginan, harapan dan mampu memenuhi kebutuhan nasabah. Sehingga nasabah akan merasa puas saat melakukan transaksi di PT. Bank KB Bukopin Cabang Bekasi ataupun Melalui M-Banking KBSTAR. Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsi dan kinerjanya yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Apabila kualitas produk yang diberikan sesuai dengan kebutuhan maka nasabah akan merasa puas. Penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Nurlia & Mahmud, (2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji dan analisis data diperoleh hasil perhitungan uji parsial yang menunjukkan nilai 3,637 dan t tabel 1.98397, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial H_2 yang menyatakan bahwa ada pengaruh langsung antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil pengamatan awal yang dilakukan peneliti mendapatkan gambaran bahwa kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan bisa diwujudkan melalui pemenuhan dan keinginan nasabah serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan nasabah. Apabila layanan yang diberikan sesuai dengan harapan nasabah, maka kualitas layanan tersebut akan dipersepsikan baik atau positif oleh nasabah. Begitu juga sebaliknya, apabila layanan yang dirasakan lebih jelek dari yang diharapkan, maka kualitas layanan dipersepsikan negatif atau buruk. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan seperti respon setiap permasalahan dari mobile banking, keluhan-keluhan konsumen dari PT.

Bank KB Bukopin Cabang Bekasi maka hal tersebut dapat mempengaruhi kepuasan nasabah sehingga nasabah akan semakin merasa senang dan puas terhadap layanan yang diberikan oleh PT. Bank KB Bukopin Cabang Bekasi. Penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Roring, (2021) yang menyatakan bahwa promosi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan hasil uji simultan telah diperoleh F hitung nilai F hitung sebesar 81,956 dengan signifikansi senilai 0,000 dan F tabel senilai 3,09. Nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$. Dengan demikian H3 diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Dari hasil pengamatan awal yang dilakukan peneliti mendapatkan gambaran bahwa 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 produk yang diberikan oleh perusahaan, semakin baik kualitasnya semakin banyak pula pelanggan yang di miliki, 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 perusahaan tersebut dan kualitas layanan merupakan faktor yang penting bagi kepuasan konsumen. Dimensi kualitas pelayanan *responsiveness* merupakan faktor terpenting bagi konsumen diikuti oleh *reliability*, *empathy*, *tangible* dan *assurance*. Perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas agar tidak kehilangan pelanggan dalam jangka panjang. Pelayanan yang berkualitas dapat tercipta apabila manajemen perusahaan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Penelitian ini sejalan yang dilakukan oleh Farizky et al., (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

Dari deskripsi hasil analisis dan pembahasan pada BAB IV sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa terbukti:

1. Ada pengaruh secara parsial dan signifikan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank KB Bukopin Cabang Bekasi.
2. Ada pengaruh secara parsial dan signifikan kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank KB Bukopin Cabang Bekasi.
3. Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank KB Bukopin Cabang Bekasi.

DAFTAR PUSTAKA

- adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39.
- Avianty, V., & Waloejo, H. D. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Cafe Stove Syndicate Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 67–72.
- Farizky, M. Ibnu, Thalib, S., & Hendratni, T. W. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Kepuasan Pelanggan Di “What’s Good Coffee”. *Jimp: Jurnal Ilmiah Manajemen Pancasila*, 2(2), 92–103. <https://doi.org/10.35814/Jimp.V2i2.3514>
- Fauziah, Y., Dwikotjo Sri Sumantyo, F., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial*, 1(1), 48–64. <https://doi.org/10.38035/Jkis.V1i1.118>
- Imamah, N., & Ayu Safira, D. (2021). Pengaruh Mobile Banking Terhadap Profitabilitas Bank Di Bursa Efek Indonesia. *Profit*, 15(01), 95–103. <https://doi.org/10.21776/Ub.Profit.2021.015.01.10>
- Kresnamurtirivaip, A., Suneni, & Febrilia, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Transportasi Ojek Online Grab. *Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi)*, 10(1), 204–225.
- Lestari, A. D., & Hidayat, I. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga , Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt . Globat Jet Express (J & T) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(7), 1–19.
- Lestari, A., & Yulianto, E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl . S . Hatta B3 Kav. A, Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 54(1), 74–81.

- Nurlia, G. B., & Mahmud. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Kiyomi Jeans Di Itc Cempaka Mas Jakarta Pusat. *Jurnal Ikra-Ith Ekonomika*, 4(2), 31–40.
- Roring, R. W. S. L. M. F. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Perkreditan Rakyat Dana Raya Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 21(04), 57–67.
- Sujarweni. (2018a). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif.
- Sujarweni. (2018b). Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif.
- Wulandari, W., Japariato, E., & Tandijaya, T. N. B. (2022). Penerapan Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Perilaku Konsumen Mobile Banking Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(2), 126–132.
<https://doi.org/10.9744/Pemasaran.16.2.126-132>