PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI PADA NASABAH PT.BANK RAKYAT INDONESIA CABANG MARTHADINATA MALANG JAWA TIMUR)

SKRIPSI

Oleh :

JIHAN DINAR FAUZIAH

NIM: 15510122

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG

2019

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH (STUDI PADA NASABAH PT.BANK RAKYAT INDONESIA CABANG MARTHADINATA MALANG JAWA TIMUR)

SKRIPSI

Diajukan kepada:
Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)

Oleh :

JIHAN DINAR FAUZIAH

NIM: 15510122

JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2019

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH STUDI PADA NASABAH PT.BANK RAKYAT INDONESIA CABANG MARTHADINATA MALANG JAWA TIMUR

SKRIPSI

Oleh

JIHAN DINAR FAUZIAH

NIM: 15510122

Telah disetujui pada tangga 9 Mei 2019

Dosen Pembimbing,

Dr. Lailatul FArida, S.Sos.,M.AB.

NIP 19791010201802012192

Mengetahui:

Ketua Jurusan,

Dr. Agus Sucipto, MM.

NIP 19670816 200312 1 001

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH (Studi Pada PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Marthadinata Malang Jawa Timur)

SKRIPSI

Oleh:
JIHAN DINAR FAUZIAH
NIM: 15510122

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM)
Pada 22 Mei 2019

Susunan Dewan Penguji:		Tanda Tangan
1. Ketua **Fani Firmansyah, SE., MM** NIP. 19770123 200912 1 003	:	( )
2. Dosen Pembimbing/Sekretaris **Dr. Lailatul Farida, S.Sos., M.AB** NIP. 19791010 20180 2 012	:	( )
3. Penguji Utama **Dr. H. Salim Al Idrus, M.M.,M.Ag** NIP. 19620115 199803 1 001	:	( )

Disahkan Oleh :
Ketua Jurusan,

Dr. Agus Sucipto, MM
NIP. 19670816 200312 1 001

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jihan Dinar Fauziah

NIM : 15510122

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang dengan judul : **PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH STUDI PADA PT.BANK RAKYAT INDONESIA CABANG MARTHADINATA MALANG JAWA TIMUR** adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain. Selanjutnya apabila dikemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 31 Mei 2019

Hormat Saya,

METERAI TEMPEL 08A85AFF828861960 6000 ENAM RIBU RUPIAH

Jihan Dinar Fauziah

NIM : 15510122

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil "'aalamiin

Puji syukur saya persembahkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan banyak rahmat dan hidayahnya kepada saya, shalawat serta salam saya haturkan kehadirat Nabi besar Muhammad SAW yang selalu menjadi tauladan bagi umatnya

Saya persembahkan skripsi ini untuk :

*Pertama,*untuk kedua orang tua saya tercinta, Bapak Budiono dan Ibu Winarni. Terima kasih atas kasih sayang yang telah engkau berikan hingga dewasa kini

Kedua, untuk guru dan dosen yang telah mendidik dan memberikan ilmunya untuk saya

Ketiga, untuk semua teman dan sahabat yang selalu mendukung saya

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

MOTTO

إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُواْ مَا بِأَنفُسِهِمْ

Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri"

(Qur'an Surat Ar-Ra'd: 11)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, Segala Puji syukur atas kehadirat Allah SWT Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat, karunia serta hidayahNya dan tak lupa shalawat serta salam saya panjatkan kepada baginda Nabi besar Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari jalan kegelapan menuju jalan kebaikan yang rahmatal lil'aalamin sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN (Studi Pada PT.BRI Cabang Marthadinata Malang Jawa Timur)"**

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini Peneliti menyampaikan terima kasih banyak yang tak terhingga kepada:

1. Allah SWT beserta Rosulnya Atas Fadlol-NYA dapat menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
2. Kedua orangtua ayah Budiono dan ibu Winarni tercinta yang selalu mendidik, memberikan kasih sayangnya sejak kecil dan senantiasa memberikan do'a dan dukungannya kepada Peneliti.
3. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Haris, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Dr. Nur Asnawi, M.Ag selaku Dekan dari Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

5. Bapak Drs. Agus Sucipto, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
6. Ibu Dr. Lailatul Farida, S.Sos. M.AB selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak sekali meluangkan waktunya
7. Bapak dan ibu dosen penguji yang telah memberikan masukan dalam penelitian ini
8. Bapak dan ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberikan wawasan kepada Peneliti selama menempuh studi.
9. Kakak tersayang Aminayu Dinar yang selalu mendengarkan segala keluh kesah dan memberikan dukungan untuk kelancaran skripsi Peneliti.
10. Mas Prayogo Hanjani sebagai patner yang selalu setia menemani.
11. Teman-teman seperjuangan di Jurusan Manajamen Fakultas Ekonomi Angkatan 2015.

Peneliti ini menyadari bahwa dalam penelitian skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan penelitiaselanjutnya. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat.

Malang, 09 Mei 2019

Peneliti

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN

HALAMAN JUDUL ..... **i**

HALAMAN PERSETUJUAN ..... **ii**

HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **iii**

SURAT PERNYATAAN ..... **iv**

HALAMAN PERSEMBAHAN ..... **v**

HALAMAN MOTTO ..... **vi**

KATA PENGANTAR ..... **vii**

DAFTAR ISI ..... **ix**

DAFTAR TABEL ..... **xii**

DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

ABSTRAK ..... **xv**

BAB I : PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1
1.2. Rumusan Masalah 8
1.3. Tujuan Penelitian 8
1.4. Manfaat Penelitian 9

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Empiris 10
2.1.1 Penelitian Terdahulu 10
2.2 Kajian Teoritis 20
2.2.1 Kualitas 20
1. Definisi Kualitas 20
2. Prespektif Kualitas 20
3. Manfaat Kualitas 22
2.2.2 Kualitas Layanan 23
1. Definisi Kualitas Layanan 23
2. Parameter Pengukuran Kualitas Layanan 24
3. Kesenjangan pada Kualitas Layanan 27
4. Strategi Meningkatan Kualitas Layanan 28
2.2.3 Kualitas Produk 30
1. Definisi Kualitas Produk 30

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2. Manfaat Kualitas Produk 32
3. Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk 34
4. Parameter Pengukuran Kualitas Produk 36
2.2.4 Kepuasan Nasabah 38
1. Definisi Kepuasan Nasabah 38
2. Manfaat Kepuasan Nasabah 39
3. Parameter Pengukuran Kepuasan Nasabah 40
4. Faktor Kepuasan Nasabah 41
5. Metode Pengukur kepuasan Nasabah 42
6. Strategi Kepuasan Nasabah 43
2.3 Pengaruh antar Variabel 43
2.3.1 Pengaruh antar Variabel Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah 43
2.3.2 Pengaruh antar Variabel Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah 45
2.3.3 Pengaruh antar Variabel Kualitas Layanan dan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah 46
2.4 Kerangka Berfikir 47
2.5 Hipotesis Penelitian 47

BAB III : METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian 48
3.2 Lokasi Penelitian 49
3.3 Populasi Dan Sampel 49
3.3.1 Populasi 49
3.3.2 Sampel 50
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel 51
3.4 Data dan Sumber Data 52
3.5 Teknik Pengumpulan Data 52
3.5.1 Survei 53
3.5.2 Angket (Kuisioner) 53
3.5.3 Teknik Dokumentasi 53
3.6 Skala Pengukuran 54
3.7 Definisi Operasional Variabel 55
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian 58
3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas 59
3.8.2 Analisis Data 60
1. Analisis Deskriptif 60
2. Uji Asumsi Klasik 61
3.9 Metode Analisis Regresi 62

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian 67
4.1.1 Gambaran Umum Objek penelitian 67
1. Sejarah PT.Bank Rakyat Indonesia Dan Cabangnya 67
2. Produk PT.BRI Kanca Malang Marthadinata 70
4.1.2 Karakteristik Responden 72
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 73

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 73
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah 74
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 74
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 75
4.1.3 Uji Validitas reliabilitas 76
1. Uji Validitas 76
2. Uji Reliabilitas 79
4.1.4 Deskripsi Variabel Penelitian 79
1. Variabel Kualitas Layanan 80
2. Variabel Kualitas Produk 85
3. Variabel Kepuasan Nasabah 89
4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik 93
1. Uji Normalitas 94
2. Uji Multikolinieritas 95
3. Uji Heteroskedastisitas 96
4. Uji Autokorelasi 97
4.1.6 Hasil Pengujian Data 98
1. Uji Regresi Linier Berganda 98
2. Uji Koefisien Determinasi 100
4.1.7 Hasil Pengujian Hipotesis 101
1. Uji F (Simultan) 101
2. Uji T (Parsial) 102
4.2 Pembahasan 103
4.2.1 Analisis Dan Interpretasi Secara Simultan 103
4.2.2 Analisis Dan Interpretasi Secara Parsial 105

BAB V : PENUTUP
5.1 Kesimpulan 108
5.2 Saran 109
DAFTAR PUSTAKA 111
LAMPIRAN

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Indeks Kepuasan Nasabah 2
Tabel 1.2 Jumlah Nasabah Bank BRI 6
Tabel 1.3 Daftar Keluhan Nasabah 7
Tabel 2.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu 15
Tabel 2.2 Pembaruan Dari Penelitian Terdahulu 19
Tabel 2.3 Strategi Ofensif dan Defensif 43
Tabel 3.1 Skala Penilaian Berdasarkan Skala Likert 54
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel 55
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 73
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 73
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah 74
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 74
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 75
Tabel 4.10 Hasil Uji validitas Kualitas Layanan 76
Tabel 4.11 Hasil Uji validitas Kualitas Produk 77
Tabel 4.12 Hasil Uji validitas Kepuasan Nasabah 78
Tabel 4.13 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen 79
Tabel 4.14 Interpretasi Skor 79
Tabel 4.15 Deskripsi Variabel Kualitas Layanan 80
Tabel 4.16 Deskripsi Variabel Kualitas Produk 85
Tabel 4.17 Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah 89
Tabel 4.18 Hasil Uji Normalitas 94
Tabel 4.19 Hasil Uji Multikolinieritas 95
Tabel 4.20 Hasil Uji Heteroskedastisitas 96
Tabel 4.21 Hasil Uji Autokorelasi 97
Tabel 4.22 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda 98
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi 100
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Uji F (simultan) 101
Tabel 4.11 Hasil Perhitungan Uji t (parsial) 102

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir 47
Gambar 4.1 Gambar Grafik Normalitas P.Plot 94
Gambar 4.2 Gambar Grafi Scare Plot 96

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisioner Penelitian
Lampiran 2 : Data Distribusi Jawaban Responden
Lampiran 3 : Data Karakteristik Responden
Lampiran 4 : Deskripsi Variabel Penelitian
Lampiran 5 : Uji Validitas Instrumen
Lampiran 6 : Uji Reliabilitas Instrumen
Lampiran 7 : Uji Hasil Asumsi Klasik
Lampiran 8 : Uji Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran 9 : Bukti Foto
Lampiran 10 : Surat Keterangan Bebas Plagiasi
Lampiran 11 : Hasil Uji Plagiasi
Lampiran 12 : Bukti Konsultasi
Lampiran 13 : Biodata Peneliti

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

ABSTRAK

Jihan Dinar Fauziah. 2019. SKRIPSI. Judul: "**Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT.BRI Cabang Marthadinata Malang Jawa Timur**"
Pembimbing : Dr. Lailatul Farida, S.Sos.,M.A.B.
Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah menjadi prioritas dalam era persaingan yang begitu ketat diantara dunia perbankan di Indonesia. Definisi kepuasan nasabah adalah respon dari perilaku yang ditunjukan oleh nasabah dengan membandingkan antara kinerja produk atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Kepuasan memiliki hubungan yang erat dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan. kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Selain dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepuasan nasabah juga bergantung pada bagaimana kualitas dari produk-produk yang ditawarkan oleh bank. Produk yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan nasabah. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya berupa keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernialai lainnya

Penelitian ini dilakukan pada PT.BRI Cabang Marthadinata Malang. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Sampel yang diambil sebanyak 140 responden dengan menggunakan metode sampel tal terbatas dan menggunakan analisis data berupa uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas, uji autokorelasi, dan uji Analisis Regresi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel layanan (X1) dan variabel kualitas produk (X2) terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) pada PT. BRI Cabang Marthadinata Malang.

Berdasarkan hasil dari penelitan menunjukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah. Sedangkan melalui perhitungan secara parsial didapatkan hasil bahwa kedua variabel yaitu kualitas layanan dan kualitas produk mempunyai pengaruh yang pisitif dan signifikan terhadap kepuasan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

ABSTRACT

Jihan Dinar Fauziah. 2019. THESIS.Title : "**The Effect of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction at PT. BRI Cabang Marthadinata Malang Jawa Timur**"
Advisor : Dr. Lailatul Farida, S.Sos.,M.A.B.
Keywords : Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction

---

Customer satisfaction is a priority in an era with intense competition among the banking sector in Indonesia. The definition of customer satisfaction is a response to the behavior shown by the customer in comparing the product performance or the results that are perceived to expectations. Satisfaction has a close relationship with the quality of service and the quality of the products offered. Service quality is the level of good and bad conditions provided by service companies in order to satisfy consumers by providing or delivering services that exceed consumer expectations. In addition to pay attention to the quality of service, customer satisfaction also depends on how the quality of the products offered by the bank. Quality products play an important role in shaping customer satisfaction. Product quality is the ability of a product to carry out its functions in the form of reliability, accuracy, ease of operation and repairs and other quality attributes.

This research was conducted at PT.BRI Tbk Marthadinata Malang Branch This study uses quantitative research. The samples taken were 140 respondents using unlimited sample method and using data analysis in the form of validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, autocorrelation test, and Regression Analysis test. The purpose of this study was to determine the direct and indirect effects of service variables (X1) and product quality variables (X2) on the variable customer satisfaction (Y) at PT.BRI Tbk Marthadinata Malang Branch.

Based on the results of research, service quality and product quality shows that they simultaneously have an influence to the customer satisfaction. Whereas through partial calculations, it was found that the two variables namely service quality and product quality had a positive and significant effect on satisfaction.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

مستلخص البحث

جيهان دينار فوزية. 2019. البحث العلمي. "تأثير جودة الخدمة وجودة الإنتاج لاقتناع العملاء في بنك ركيات إندونيسيا مالانج مرتاديناتا".

المشرفة: الدكتورة ليلة الفاردا، الماجستير

الكلمات الرئيسية: جودة الخدمة، جودة الإنتاج، واقتناع العملاء

اقتناع العملاء أفضلية في هذا العصر المنافسة الضيقة عند عالم المصرفِي في إندونيسيا. اقتناع العملاء هو استجابة من معاملة العملاء التي تقارن بين اجراء الإنتاج أو نتائج المتصورة مع المطلوب. والاقتناع له علاقة بين جودة الخدمة وجودة الإنتاج المستهدف. جودة الخدمة هي مستوى الظروف الجيدة أوالسيئة التي تقدمها شركات الخدمات لاقتناع العملاء من خلال توفير أو تقديم خدمات تتجاوز المطلوب المستهلكون. وبالإضافة إلى الاهتمام جودة الخدمة ، يعتمد اقتناع العملاء أيضًا على جودة المنتجات التي يقدمها البنك. المنتجات عالية الجودة له دورٌ مهيمٌ في تشكيل رضا العملاء. وجودة المنتج هي قدرة المنتج على أداء وظائفه في شكل الموثوقية والدقة وسهولة التشغيل والإصلاح وسمات الجودة الأخرى.

ويقضى البحث في بنك ركيات إندونيسيا مالانج مرتاديناتا. وكان البحث هو البحث العلمي بمنهج الكمي. ويضع عينة البحثه اتخذت 150 المشتركين باستخدام طريقة عينة غير محدودة واستخدام تحليل البيانات في شكل اختبار الصلاحية، واختبار الموثوقية، واختبار الحالة الطبيعية، واختبار العلاقة متعددة الخطية، واختبار المرونة غير المتجانسة، واختبار الارتباط الذاتي، واختبار تحليل الانحدار. كان أهداف من هذا البحث هو تحديد الآثار المباشرة وغير المباشرة لمتغيرات الخدمة (X1) ومتغيرات جودة المنتج (X2) على اقتناع العملاء المتغير (Y) في بنك ركيات إندونيسيا مالانج مرتاديناتا.

ونتائج من هذا البحث يعني جودة الخدمة وجودة الإنتاج لهما مؤثّر متزامن إلى اقتناع العملاء. أما من حيث حسابات الجزئية توجد أن جودة الخدمة وجودة الإنتاج لهما تأثير الإيجابي وذومعني إلى اقتناع العملاء.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kepuasan nasabah menjadi prioritas utama pada penelitian ini karena persaingan yang begitu ketat antar dunia perbankan di Indonesia. Hal utama bagi agar perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar maka kualitas layanan dan kualitas produk sangat penting untuk lebih ditingkatkan. Perusahaan harus memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh nasabah. Agar nasabah merasa puas dan tidak beralih ke bank lain.

Menurut Mowen (1995) merumuskan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah diperoleh dan pemakainnya. Kotler dan amstrong (2008) mengemukakan kepuasan pelanggan bergantung kepada kinerja anggapan produk relative terhadap ekspektasi pembelian. Definisi kepuasan pelanggan adalah respon dari perilaku yang ditunjukan oleh pelanggan dengan membandingkan antara kinerja produk atau hasil yang dirasakan dengan harapan.

Masalah kepuasan konsumen menjadi semakin kompleks karena perusahaan perlu memperhatikan aspek-aspek lain yang ada pada kualitas produk dan kualitas layanan (Wibisono,2011). Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk memperoleh laba yang besar dan juga menciptakan konsumen yang puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antar perusahaan dan konsumen menjadi harmonis.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

terciptanya loyalitas konsumen, dan juga membentuk suatu rekomendasi *word of mouth* (Tjiptono, 2008).

Menurut Kotler (2005) kepuasan dan ketidakpuasan, pelanggan atas suatu produk/jasa akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ini ditunjukkan pelanggan setelah terjadinya proses pembelian. Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Tidak demikian dengan pelanggan yang tidak puas. Pelanggan tersebut akan lebih memilih untuk mencari informasi pihak penyedia produk atau jasa lain yang sejenis yang dibutuhkannya, lalu kemudian mereka lebih memilih untuk membeli dan menggunakan produk atau jasa baru tersebut yang dianggap lebih mampu

Tabel 1.1
Indeks Kepuasan Nasabah

Nama Bank	Peringkat				
	2010	2011	2012	2013	2014
BCA	1	1	1	1	1
BII	6	7	9	6	2
Bank Mandiri	2	2	2	3	3
BNI	3	3	3	2	4
Bank BRI	5	5	5	4	5
Cimb Niaga	8	8	7	7	6
Bank Danamon	4	6	5	5	7
BTN	7	10	8	9	8
Bank Permata	10	9	10	10	9
Bank Panin	9	4	6	8	10

Sumber : MarkPlus Infobank, Januari 2014.

Berdasarkan tabel 1 menunjukkan bahwa indeks kepuasan nasabah Bank BRI selama 5 tahun terakhir mulai tahun 2010 sampai tahun 2014 menempati peringkat ke-5 artinya bank BRI perlu memperbaiki diri untuk meningkatkan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

kepuasan nasabahnya dengan memperbaiki kualitas layanannya. Kepuasan nasabah merupakan prioritas utama bagi dunia perbankan.Hal tersebut dilakukan karena kenyataanya nasabah tidak puas terhadap produk atau jasa yang digunakan dan akan mencari penyedia jasa dari bank lain yang mampu memuaskan kebutuhan nasabah.

Menurut Al Idrus (2018:3) Perusahaan yang mampu memberikan produk atau jasa yang superior kepada pelanggan akan mampu bersaing dilingkungan tersebut. Kepuasan yang dirasakan terhadap sebuah jasa yang mereka gunakan akan berdampak positif terhadap kelangsungan sebuah perusahaan yang bersangkutan. Kepuasan memiliki hubungan yang erat dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang ditawarkan.

Menurut Tjiptono (2001) mengemukakan bahwa kualitas pelayanan merupakan tingkatan kondisi baik buruknya sajian yang diberikan oleh perusahaan jasa dalam rangka memuaskan konsumen dengan cara memberikan atau menyampaikan jasa yang melebihi harapan konsumen. Menurut Tjiptono (1996) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan dapat melalui bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan karyawan (*responsiveness*), jaminan keselamatan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

Selain dengan memperhatikan kualitas pelayanan kepuasan nasabah juga bergantung pada bagaimana kualitas dari produk-produk yang ditawarkan oleh bank. Produk yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

nasabah. Menurut Hasan (2009) Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil sesuai dengan yang diharapkan. Menurut Al Idrus (2017) Kewirausahaan sebagai suatu proses, yakni penciptaan suatu yang baru (kreasi baru) yang membuat sesuatu yang baru (kreasi baru).

Produk menjadi instrumen penting untuk mencapai kesuksesan dan kemakmuran pada perusahaan modern serta perbankan. Perkembangan teknologi, peningkatan persaingan global, serta kebutuhan dan keinginan pasar mengharuskan perusahaan ataupun perbankan melakukan pengembangan produk yang terus menerus. Hanya ada dua pilihan yaitu sukses dalam pengembangan produk sehingga menghasilkan produk yang unggul, atau gagal dalam pencapaian tujuan bisnisnya karena produk yang tidak mampu bersaing dipasar (Cooper dan Kleinschmidt, 1987).

Menurut Kotler dan Amstrong (2008). Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam melaksanakan fungsinya berupa keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernialai lainnya. Selain itu kualitas produk juga merupakan ujung tombak dalam mencapai tingkat kepuasan pelanggan. Peningkatan kualitas produk dapat melalui Kinerja produk, keragaman produk, Keandalan, ketahanan, kemampuan pelayanan, estetika dan kualitas yang dipersepsikan.

Terdapat beberapa variabel yang dapat dipengaruhi oleh terciptanya kepuasan pelanggan. Endarwita (2013) dalam studinya yang bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan baik terhadap kepuasan maupun loyalitas nasabah bank BRI Cabang Simpang Empat,

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas dan kepuasan nasabah, sedangkan kepuasan nasabah tidak dapat menjadi variabel intervening antara kualitas produk dan pelayanan terhdap loyalitas nasabah. Artinya semakin tinggi kualitas produk dan kualitas pelayanan maka tingkat kepuasan nasabah semakin besar hal inilah yang menjadikan nasabah memiliki rasa loyalitas.

Saidani dan Arifin. (2012) dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan dan kualitas prouk terhadap minat beli ulang melalui mediasi kepuasan pada Ranch Market Pondok Indah menyebutkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap kepuasan konsume. Selain itu, kualitas Produk, kualitas layanan, dan kepuasan konsumen juga memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap minat beli ulang pelanggan. Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi Ada 5 dimensi kualitas jasa menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2009 : 111) diantaranya, bukti fisik (*Tangibles*), keandalan (*Reliability*), ketanggapan (*Responsiveness*) , jaminan (*Assurance*), empati (*Empathy*).

Kotler dan Keller (2009) menyebutkan ada 5 faktor yang mendorong kepuasan pelanggan yaitu, kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, dan kemudahan. Sementara itu, Penelitian dari Rohaya (2012), diperoleh hasil bahwa kualiatas pelayanan dan tingkat suku bunga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Cabang sedangkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BCA Cabang Medan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Bank rakyat Indonesia (BRI) Cabang Malang Marthadinata telah beroperasi sejak 21 Agustus 1989 dengan nama Bank Rakyat Indonesia Cabang Malang Ade Irma Suryani (AIS) yang beralamatkan di Jalan Laksamana Marthadinata No.80 Malang, dan untuk selanjutnya berganti nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Cabang Malang Marthadinata. Pada bulan maret 2015 , PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Malang Marthadinata memiliki sebanyak 79 unit kerja, yang terdiri dari 1 KC, 7 KCP, 6 KK, 31 BRI unit, dan 34 Teras RI dan 2 teras keliling. Saat ini BRI Cabang Marthadinata telah mampu melayani berbagai macam jasa pelayanan perbankan dengan menggunakan sistem pembukuan Brinets. Salah satu produk yang disediakan di BRI Cabang Malang Marthadinata adalah simpanan yang terdiri dari: Tabungan, Deposito dan Giro BRI.

Tabel 1.2
Daftar Jumlah Nasabah Bank BRI Cabang Marthadinata Malang
Tahun 2018

Bulan	Total Nasabah
September	434.206
Oktober	437.539
November	440.734
Desember	452.527

Sumber : Bank BRI Marthadinata, (2018)

Dari data diatas dapat dilihat terdapat peningkatan jumlah nasabah Bank BRI Marthadinata dari bulan September hingga Desember 2018. Pertambahan jumlah nasabah terlihat sangat pesat. Dari bulan September ke Oktober terjadi peningkatan sebanyak 3.333 nasabah, pada bulan Oktober terjadi peningkatan sebanyak 3.528 nasabah. Jumlah nasabah terbanyak pada bulan Desember.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Peneliti telah melakukan riset pendahuluan terhadap nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Malang Martadinata dengan melakukan wawancara secara langsung terhadap nasabah yang sedang melakukan transaksi dilokasi PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Malang Martadinata untuk mengetahui keluhan-keluhan yang dirasakan oleh nasabah terhadap kualitas dari pelayanan dan produk BRI Marthadinata.

Tabel 1.3
Daftar Keluhan Nasabah PT.Bank Rakyat Indonesia Cabang Marthadinata Malang.

NO	KELUHAN
1	Antrian teller lama
2	Ruang tunggu kurang
3	Pelayanan yang kurang cepat
4	Ketepatan waktu pelayanan
5	Terlalu cepat dalam menjelaskan atau menyampaikan suatu produk
6	ATM BRI sering mengalami crash gangguan (*offline*)
7	Pencairan dana kredit membutuhkan waktu yang lama
8	Persyaratan kredit yang terlalu rumit
9	Fasilitas m-banking sering mengalami gangguan

Sumber: data primer diolah, 2018

Penelitian ini hanya berfokus pada nasabah simpanan dengan tujuan agar penilaian yang diberikan responden cenderung kritis dan beragam. Jika dibandingkan dengan nasabah pinjaman, kemungkinan besar akan menilai pelayanan bank dengan positif karena sudah merasa terbantu oleh bank. Hal ini tentunya bertentangan dengan nasabah simpanan yang tentunya lebih selektif dalam memberikan penilaian terhadap kualitas pelayan dan produk yang ada.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUSAN NASABAH (Studi Pada Nasabah PT. BRI Cabang Marthadinata Malang Jawa Timur) ".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan yang muncul, yaitu:

1. Apakah kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT. BRI Cabang Marthadinata Malang Jawa timur?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah PT. BRI Cabang Marthadinata Malang Jawa Timur?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah PT. BRI Cabang Marthadinata Malang Jawa Timur?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bahwa variabel kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan nasabah PT. BRI Cabang Marthadinata Malang Jawa Timur.
2. Untuk mengetahui bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah PT. BRI Cabang Marthadinata Malang Jawa Timur.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3. Untuk mengetahui bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah PT. BRI Cabang Marthadinata Malang Jawa Timur.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Perusahan/Instansi

   Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan rekomendasi yang berguna bagi Bank BRI Cabang Marthadinata Malang untuk menjalankan bisnisnya, serta dapat dijadikan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan menganai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah.

2. Bagi Peneliti

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan khususnya mengenai kepuasan pelanggan serta menambah pengalaman di dalam mempraktekkan disiplin ilmu manajemen khususnya pemasaran.

3. Bagi Pembaca

   Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk memberikan informasi dan memperkaya pengetahuan kepada pihak pembaca yang berkaitan dengan variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan nasabah Bank BRI Kantor Cabang Marthadinata Malang yang diteliti pada penelitian ini.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kajian Empiris

2.1.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan sebagai acuan. Selain itu menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan. Maka dalam kajian pustaka tentang penelitian terdahulu dengan tujuan untuk mengetahui hubungan antara penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya dengan yang akan dilakukan sangatlah penting bagi peneliti.

Hidayat (2009) tentang. Hasil penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan nasabah. Sementara itu kepuasan dan nilai nasabah berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sedangkan kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh non signifikan terhadap loyalitas nasabah. Kondisi ini, mungkin saja disebabkan karena nasabah perbankan sudah sangat kritis terhadap masalah-masalah layanan perbankan.Sehingga untuk memutuskan loyal pada sebuah bank, nasabah harus berada pada posisi puas lebih dahulu terhadap layanan yang diberikan.

Penelitian yang dilakukan oleh Tias dkk (2017) Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh dari kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen produk Donat Madu di CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru baik secara parsial maupun secara simultan. Hasil

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

melalui hasil perhitungan yang telah dilaksanakan oleh peneliti terhadap variabel kualitas produk memiliki nilai t hitung sebesar 10.671, sehingga dapat dijelaskan bahwa variable kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sementara untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh nilai nilai t hitung sebesar 9,905 yang, sehingga dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Shandy dkk (2014), Penelitian bertujuan menganalisa pengaruh dari kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen di restoran Happy Garden Surabaya.Diperoleh hasil bahwa Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.Kepuasan konsumen pada kualitas produk lebih tinggi daripada kepuasan konsumen pada kualitas layanan ditunjukkan dengan nilai TTB sebesar 80,1%, dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,97 menunjukan bahwa tingkat loyalitas konsumen restoran Happy Garden yang menjadi responden penelitian tergolong tinggi.

Penilitaian yang dilakukan oleh Inka dkk (2014) Tujuan mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas,diperoleh hasil penelitian menunjukan bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, terbukti berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Mc Donald's MT. Haryono, Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan ditunjukkan dengan nilai koefisien (β) sebesar 0,490 dan *p- value* sebesar 0,000 (<0,05) dan untuk kualitas produk terhadap kepuasan Pengaruh tersebut ditunjukkan dengan nilai koefisien (β) sebesar 0,393 dan *p- value* sebesar

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

0,000 (<0,05) Produk McDonald's memiliki standar sesuai ketetapan yang dibuat McDonald's secara global. Hal ini menyebabkan kualitas produk setiap cabang McDonald's yang tersebar di Indonesia harus sesuai dengan standar tersebut. Sementara itu variabel kepuasan nasabah terbukti berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Pengaruh ini ditunjukkan dengan nilai koefisien (β) sebesar 0,522 dan *p- value* sebesar 0,000 (<0,05).

Sari dkk (2017) melakukan penelitian tentang. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh Kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan yang di moderasi oleh suasana, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang di moderasi oleh suasana. Dari penelitian tersebut dapat diperoleh bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Kafe Ria Djenaka. Kualitas layanan yang diberikan berupa pelayanan yang cepat dan tepat, kesediaan karyawan untuk membantu, ruangan yang bersih, kepekaan karywan terhadap kebutuhan pelanggan, sedangkan kualitas produk berupa cita rasa maka yang lezat inovasi produk, higenis. Sementara suasana toko tidak mampu memoderasi antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan.

Hasil penelitian yang dilakukan Basrah, dkk (2012). Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang melalui mediasi kepuasan konsumen di Ranch Market Pondok Indah. Diperoleh hasil bahwa Variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap Kepuasan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Konsumen. Nilai koefisien estimasi path untuk masing-masing variabel adalah 0,26 dan 0,30. Variabel Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen juga memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan. Nilai koefisien estimasi path untuk masing-masing variabel adalah 0,54; 0,20; dan 0,20. Variabel-variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan juga terbukti memiliki pengaruh tidak langsung yang positif terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. Nilai koefisien estimasi path untuk masing-masing variabel adalah 0,34 dan 0,36.

Melissa (2013) melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengidentifikasi pengaruh dari kualitas pelayanan dan kualitas produk dari Pipop Copy terhadap kepuasan pelanggan. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa semua faktor yang diukur dalam penelitian ini mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Pipop Copy. Faktor kualitas layanan memiliki presentase tertinggi sebesar 38,5% dibandingkan kualitas produk sebesar 30%. Kualitas pelayanan memiliki penaran sangat penting dalam menjalankan bisnis jasa seperti Pipop Copy sebelum penelitian dilakukan layanan yang diberikan berupa jaminan bahwa Pipop Copy melayani pelanggan sesuai dengan permintaan. Selain itu, Pipop Copy juga melayani pelanggan dengan baik dan mengedepankan keramahan serta kesopanan baik dalam melayani pembelian maupun keluhan dari pelanggan.Setelah penelitian perbaikan yang dilakukan adalah meningkatkan kecepatan pelayanan baik dalam pembelian maupun penanganan keluhan, dan bertambahnya layanan yang akan memudahkan dalam bertransaksi.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Penelitian yang dilakukan oleh Minh and Huan (2016). Tujuan dari penelitian ini adalah penelitian ini mengembangkan dan menguji secara empiris hubungan timbal balik antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dalam konteks perbankan ritel. Analisis jalur hasil untuk model penelitian adalah kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, secara statistik signifikan (semua p-nilai <0,001). Keterkaitan antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan. Pertama, karena alasan historis, ekonomi Vietnam telah mengalami transformasi dari ekonomi yang dikendalikan negara menjadi ekonomi yang digerakkan pasar selama lebih dari 20 tahun. Kedua, industri perbankan ritel Vietnam pada khususnya sangat berbeda dari rekan-rekannya di negara-negara Barat atau negara maju dengan memperhatikan bagaimana bank bersaing satu sama lain. Oleh karena itu, bank Vietnam bersaing secara besar-besaran melalui harga layanan mereka atau suku bunga untuk deposito dan pinjaman.

Asghar dkk (2011) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengklarifikasi hubungan antara empat variabel kualitas layanan pelanggan, kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk pelanggan dan telah mempengaruhi kepuasan pelanggan dan juga ada hubungan positif antara layanan pelanggan dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas dalam industri otomotif India.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 2.1
Rangkuman Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Tahun, Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Hasil Penelitian
1	Hidayat (2009), "Pengaruh Kualitas layanan, Kualitas Produk, Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri	Penelitian ini bertujuan untuk mengetahi pengaruh variabel Kualitas Layanan, Kualitas produk, Niali nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri	1. Kualitas produk, kualitas pelayanan, nilai nasabah berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah 2. Kepuasan dan Nilai nasabah berpengaruh sigifikan terhadap loyalitas nasabah 3. Kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh non signifikan terhadap loyalitas nasabah
2	Tias dan Mariaty (2017), Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen CV.Donat Maju Cihanjuang.	Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui masing-masing pengaruh dari kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen CV.Donat Madu Cihanjuang baik secara parsial maupun secara simultan.	1. Kualitas produk pada CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru dinilai sudah baik, artinya program kualitas produk yang dilakukan oleh CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekanbaru sudah berjalan tepat sasaran. Indikator Daya Tahan (*Durability*) memiliki skor tertinggi dibandingkan indikator lainnya dikarenakan dikarenakan CV. 2. Hasil penelitian menunjukan adanya pengaruh yang positif signifikan antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Nilai Sig. t sebesar 0,000.
3	Shandy (2014), "Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas	Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh dari kualitas	1. Kualitas produk dan kualitas layanan berpengaruh secara dan positif signifikan

PUSAT PERPUSTAKAAN UNIVERSITY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF

	Layanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya.	layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas konsumen di restoran Happy Garden Surabaya serta mengetahui faktor mana yang berpengaruh dominan di restoran tersebut.	terhadap kepuasan konsumen, dan kualitas produk memiliki nilai tertinggi. 2. Kualitas produk dan kualitas layanan dan kepuasan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas konsumen dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,97.
4	Inka dkk (2014), "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan terhadap Kepuasan dan Loyalitas pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variable Intervening (Studi Pada Pelanggan Mc Donal's MT. Haryono)"	Tujuan Penelitian ini untukmengetahui variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan idan loyalitas di Koperasi Rejo Agung Sukses.	1. Kualitas produk , kualitas pelayanan, mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Mc Donal's 2. Kepuasan pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap loyalitas pelanggan Mc Donal's Mt. Haryono malang. Pengaruh ini ditunjukkan dengan nilai koefisien (β) sebesar 0,522 dan *p- value* sebesar 0,000 (<0,05).
5	Sari dkk (2017), "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk yang Di Moderasi Oleh Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Pada Mahasiswa Pelangan Kafe Ria Djenaka malang).	Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dimoderasi oleh suasana terhadap kepuasan pelanggan.	1. Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelangan 2. Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan 3. Suasana tidak dapat memoderasi antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
6	Basrah dkk (2012), "Pengaruh Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan	Tujuan penelitian ini adalah Untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas	Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan memiliki pengaruh langsung yang

LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF

	Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Pada Ranch Market".	produk terhadap minat beli ulang melalui mediasi kepuasan konsumen di Ranch Market Pondok Indah.	positif terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai koefisien estimasi path untuk masing-masing variabel adalah 0,26 dan 0,30. 2. Variabel Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kepuasan Konsumen juga memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap Minat Beli Ulang Pelanggan. Nilai koefisien estimasi path untuk masing-masing variabel adalah 0,54; 0,20; dan 0,20.
7	Melissa (2013). "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pipop Copy"	Tujuan untuk mengidentifikasi pengaruh dari kualitas pelayanan dan kualitas produk dari Pipop Copy terhadap	1. Semua faktor yang diukur dalam penelitian ini mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Pipop Copy.Faktor kualitas layanan memiliki presentase tertinggi sebesar 38,5% dibandingkan kualitas produk sebesar 30%. 2. Kualitas pelayanan memiliki peranan sangat penting dalam menjalankan bisnis jasa seperti Pipop Copy. terutama yang berkaitan dengan kecepatan dan keramahan dalam memberikan layanan ke pelanggan. Pipop Copy mengedepankan kesopanan dan keramahan baik dalam melayani pembelian maupun keluhan dari pelanggan.
8	Ngo Vu, Nguyen Huan (2016). "The Relationship between Service Quality Customer Satisfactin and Customer Loyality: An Investigation in Vietnamese	Studi ini mengembangkan dan menguji secara empiris hubungan timbal balik antara kualitas layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan dalam konteks perbankan ritel	1. Kualitas layanan untuk kepuasan pelanggan, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan, secara signifikan signifikan 2. Pengaruh tidak langsung dari kualitas

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF

	Reatail Banking Sector.		layanan terhadap loyalitas pelanggan adalah signifikan secara statistik.
9	Asghar dkk (2011). "Study the Effect of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyality"	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengklarifikasi hubungan antara empat variabel kualitas layanan pelanggan, kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk pelanggan dan telah mempengaruhi kepuasan pelanggan dan juga ada hubungan positif antara layanan pelanggan dan kualitas produk dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas dalam industri otomotif India.
10	Jihan (2019). "Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT.BRI Cabang Marthadinata Malang Jawa Timur.	Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan secara simultan dan parsial	Hasil menenunjukan adanya pengaruh secara simultan dan parsial antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. BRI Cabang Malang Marthadinata

Sumber : Hidayat (2009), Krisna dkk (2018), Endarwati (2013), Heri dkk (2016), Henry (2013), Gerardo(2013), Nguyen huan (2016), dan Asghar dkk (2011).Jihan (2019).

LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF

Tabel 2.2
Novelty (Pembaruan) dari Penelitian Sebelumnya

No	Persamaan	Perbedaan
1	1. Peneliti sebelumnya sama-sama mengukur variabel kualitas pelayanan. 2. Peneliti sebelumnya sama-sama mengukur variabel kualitas produk. 3. Peneliti sebelumnya sama-sama mengukur variabel kepuasan nasabah. 4. Peneliti sama-sama meregresi variabel.	1. Peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Melissa di Pipop Copy menggunakan purposive sampling dalam penelitiannya sedangkan peneliti menggunakan accidental sampling. 2. Populasi pada penelitian ini sudah diketahui sedangkan peneliti jumlah populasi belum diketahui

Sumber : Data Diolah, (2018)

LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF M

2.2 Kajian Teoritis

2.2.1 Kualitas

1. Definisi Kualitas

Menurut David (1994), bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Philip Kotler (2003), mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersurat.

Menurut Assauri (2003) kualitas merupakan inti kelangsungan hidup suatu lembaga. Jika suatu lembaga ingin hidup dan berkembang, persaingan yang semakin ketat akhir-akhir ini menuntut suatu lembaga jasa/layanan untuk selalu memanjakan konsumen/pelanggan dengan memberikan pelayanan terbaik. Para pelanggan akan mencari produk berupa barang atau jasa dari perusahaan yang dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepadanya

Kualitas menurut Heizer & Render (2017) didefinisikan sebagai *the totality of features and characteristics of a product or service that bears on its ability to satisfy stated or implied needs* atau keseluruhan fitur dan karakteristik produk atau jasa yang mampu memuaskan kebutuhan yang terlihat atau yang tersamar.

2. Prespektif Kualitas

Prespektif terhadap kualitas yaitu pendekatan yang digunakan untuk mewujudkan kualitas suatu produk/jasa. Menurut Tjiptono (2008), setidaknya ada lima prespektif kualitas yang berkembang saat ini: *Transcendental approach*,

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

product-based approach, user-based approach, manufacturing-based approach, dan *value-based approach*. Kelima macam prespektif ini yang bisa menjelaskan mengapa kualitas diinterprestasikan secara berbeda oleh masing-masing individu dalam konteks yang berlainan.

a. *Transcendental approach*

   Dalam prespektif ini, kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, yaitu sesuatu yang secara intuitif bisa dipahami, namun nyaris tidak mungkin dikomunikasikan. Dalam konteks organisasi bisnis prespektif ini sulit digunakan untuk dasar manajemen kualitas untuk fungsi perencanaan, produksi/operasi dan pelayanan.

b. *Product-based approach*

   Prespektif ini mengasumsikan bahwa kualitas merupakan karakteristik komponen atau atribut obyektif yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam hal kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsure atau atributyang dimiliki produk. Semakin lenggap atribut produknya maka semakin berkualitas produknya.

c. *User-based approach*

   Prespektif ini didasarkan pada pemikiran bahwa kualitas bergantung pada orang yang menilainya (*eyes of the beholder*), sehingga produk yang paling memuaskan preferensiseseorang (*maximum satisfaction*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi.

d. *Manufacturing-based approach*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Prespektif ini bersifat *supply-based* dan lebih berfokus pada praktik-praktik perekayasaan dan pemanufakturan, serta mendefinisikan kualitas sebagai kesesuaian atau kecocokan dengan persyaratan (*conformance to requirements*). Titik berat dari kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan perusahaan, bukan konsumen yang membeli dan menggunakan produk/jasa.

e. *Value-based approach*

Prespektif ini memandang kualitas dari aspek nilai (*value*) dan harga (*price*) dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja dan harga, kualitas didefinisikan sebagai tingkat kinerja terbaik atau yang sepadan dengan harga yang dibayarkan

3. Manfaat Kualitas

Menurut Tjiptono (2005)"kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan". Selain itu, perusahaan juga dapat meningkatkan pangsa pasarnya melalui pemenuhan kualitas yang bersifat *customer-driven*.Hal ini akan memberikan *customer value*. *Customer value* merupakan kombinasi dari manfaat dan pengorbanan yang terjadi apabila pelanggan menggunakan suatu barang atau jasa guna memenuhi kebutuhan tertentu. Bila kualitas yang dihasilkan superior dan pangsa pasar yang dimiliki besar, maka profitabilitasnya terjamin. Jadi, kualitas dan profitabilitas berkaitan erat. Perusahaan yang menawarkan barang

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

atau jasa berkualitas superior akan mampu mengalahkan pesaing yang kualitasnya inferior.

Tjiptono (2005) menyatakan bahwa "Quality is Free:. Biaya untuk mewujudkan produk yang berkualitas jauh lebih kecil dibandingkan biaya yang ditimbulkan apabila perusahaan gagal memenuhi standar kualitasnya. Adanya penekanan biaya dikarenakan adanya kemampuan mewujudkan proses dan produk berkualitas. Akan menghasilkan keungulan kompetitif berupa peningkatan profitabilitas dan pertumbuhan bisnis. Secara ringkas, manfaat dari kualitas superior meliputi:

a. Loyalitas pelanggan lebih besar
b. Pangsa pasar lebih besar
c. Harga saham lebih besar
d. Harga kualitas produk atau jasa lebih tinggi
e. Produktivitas lebih besar.

2.2.2 Kualitas Layanan

1. Definisi Kualitas Layanan

Menurut Kotler (2002) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Sedangkan menurut Tjiptono (2000), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Menurut Parasuraman (1997) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas jasa diprersepsikan sebagai kualitas ideal. Demikian juga sebaliknya, jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan buruk.

Konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu berupa barang atau jasa jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas, melainkan yang berkualitas kepada orang lain. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Ali Imron ayat 159, yang menyatakan bahwa:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ

Artinya : "*Maka disebabkan rahmat dari Allah lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka, sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu*" (Q.S Ali Imran:159).

2. Parameter Pengukuran Kualitas Pelayanan

Menurut Parasurraman, dkk (2009), menyimpulkan bahwa ada lima dimensi dari ServQual (*Service Quality*) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

a. Bukti Fisik (*tangibles*)

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tangibles ini akan menumbuhkan *image* penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas pelayanan.

Dalam konsep Islam pelayanan yang berkenaan dengan tampilan fisik hendaknya tidak menunjukkan kemewahan. Fasilitas yang membuat konsumen merasa nyaman memang penting, namun bukanlah fasilitas yang menonjolkan kemewahan. Pernyataan ini sebagaimana yang dinyatakan dalam Al Qur'an surat At-Takaatsur ayat 1-5, yaitu:

أَلْهَىٰكُمُ ٱلتَّكَاثُرُ ۝ حَتَّىٰ زُرْتُمُ ٱلْمَقَابِرَ ۝ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۝ ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ۝ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ ٱلْيَقِينِ

Artinya : "*Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, sampai kamu masuk ke dalam kubur. janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu), dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin*" (Q.S At Takasur:1-5).

b. Keandalan (*reliability*)

Reliability adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang akurat sesuai dengan janji dan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah karena kepuasan konsumen akan menurun jika jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan.

Dalam konteks islam, Allah juga menghendaki setiap umatNya untuk menepati janji yang telah dibuat dan dinyatakan sebagaimana yang dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91

وَأَوْفُواْ بِعَهْدِ ٱللَّهِ إِذَا عَٰهَدتُّمْ وَلَا تَنقُضُواْ ٱلْأَيْمَٰنَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ ٱللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Artinya : "*dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat*" (Q.S An Nahl:91).

c. Daya Tanggkap (*responsiveness*)

Responsiveness adalah kesediaan membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan yang sesuai dan merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk melakukan pelayanan dengan cepat dan tanggap.

d. Jaminan (*assurance*)

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan persepsi konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kualitas konsumen melalui karyawan yang terlibat langsung menangani konsumen.

Dalam salah satu haditsnya rasulullah SAW memerintahkan kepada kita agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikan "bermanfaat bagi sesama" sebagai parameter baik tidaknya kualitas iman seseorang. Hal ini beliau sampaikan dalam sebuah hadits yang diriwayatkan sahabat Jabir bin Abdillah :

خَيْرُ الْنَّا سِ اَ نْفَعُهُمْ لِلْنَا سِ

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Artinya : "*Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi sesamanya*"

e. Kepedulian (*emphaty*)

Emphaty merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh karyawan untuk memberikan perhatian kepada konsumen secara individu, termasuk juga kepekaan akan kebutuhan konsumen.

3. Kesenjangan Pada Kualitas Layanan

Dimensi-simensi kualitas pelayanan yang telah disebutkan diatas harus dilaksanakan dengan baik. Bila tidak maka akan menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan, karena perbedaan presepsi mereka tentang wujud pelayanan.

Parasuraman, Zeithmal dan Bery (1985) "menformulasikan model kualitas pelayanan yang menjadi prasyarat untuk menyampaikan kualitas pelayanan yang baik". Dari model ini diidentifikasikan lima kesenjangan yang menyebabkan tidak suksesnya penyampaian jasa.

a. Kesenjangan antara harapan konsumen dan presepsi manajemen.

Kesenjangan antara harapan konsumen dan presepsi manajemen timbul karena manajemn tidak selalu awas, tidak mengetahui sepenuhnya keinginan konsumen.

b. Kesenjangan antara presepsi manajemen dan kualitas layanan

Kesenjangan peresepsi manajemen dengan kulitas pelayanan. Mungkin manajemen sudah mengetahui keinginan konsumen, tetapi manajemen tidak sanggup dan tidak sepenuhnya melayani keingian konsumen tersebut. Spesifikasi jasa yang diberikan oleh manajemen masih memiliki kekurangan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

yang dirasakan oleh konsumen. Inti masalahnya ialah pihak manajemen kurang teliti terhadap detai jasa yang ditawarkan.

c. Kesenjangan kualitas jasa dengan penyampaian jasa

Kesenjangan kualitas dengan penyampaian jasa. Mungkin kualitas jasa menurut spesifikasinya sudah baik, tetapi karena karyawan yang melayani kurang teliti, masih baru, dan kaku maka cara penyampaian kurang baik dan tidak sempurna. Kata kuncinya ialah manjemen tidak sanggup menyampaikan jasa secara memuaskan kepada konsumen.

d. Kesenjangan penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal

Kesenjangan penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal dapat terjadi akibat perbedaan antara jasa yang diberikan dan janji-janji yang diobralkan dalam iklan, brosur, atau media promosi lainnya. Ternyata jasa yang diterima konsumen tidak sesuai kenyataan.

e. Kesenjangan jasa yang dialami atau dipresepsikan dengan jasa yang diharapkan

Kesenjangan jasa yang dialami atau dipresepsikan dengan jasa yang diharapkan ini kesenjangan yang banyak terjadi, yaitu jasa yang diterima oleh konsumen tidak sesuai dengan apa yang ia harapkan. Yang perlu diciptakan oleh manajemen adalah promosi dari mulut ke mulut yang menginformasikan keindahan/keistimewaan jasa yang ditawarkan.

4. Strategi Meningkatkan Kualitas Layanan

Tjiptono (2008) mengemukakan strategi untuk meningkatkan kualitas layanan diantaranya:

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

a. Mengindentifikasi determinasi utama kualitas pelayanan

Setiap perusahaan perlu memberikan kualitas pelayanan yang terbaik untuk konsumen. Identifikasi determinasi pelayanan yang paling penting bagi pasar sasaran, langkah berikutnya adalah memberikan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinasi tersebut.

b. Mengelola harapan pelanggan

Semakin banyak janji yang diberikan perusahaan, maka semakin besar pula harapan konsumen yang pada gilirannya akan menambah peluang tidak dapat terpenuhinya harapan konsumen oleh perusahaan

c. Mengelola bukti kualitas layanan

Pengelolaan bukti kualitas pelayanan bertujuan untuk memperkuat presepsi konsumen selama jasa diberikan dan sesudah jasa diberikan

d. Mendidik konsumen tentang pelayanan

Membantu konsumen dalam memahami suatu upaya yang sangat positif dalam rangka menyampaikan mutu pelayanan. Konsumen yang terdidik akan dapat mengambil suatu keoutusan yang baik.

e. Mengembangkan budaya kualitas

Terdiri dari filosifi, keyakinan, sikap, norma, nilai, tradisi dan harapan yang meningkatkan kualitas. Agar dapat terciptanya budaya kualitas yang baik, dibutuhkan komitmen yang menyeluruh pada semua anggota organisasi.

f. Menciptakan *automatic quality*

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Adaya otomatisasi dapat mengatasi variabilitas mutu pelayanan yang disebabkan kurangna sumber daya manusia yang dimiliki. Meskipun demikan sebelum memutuskan akan melakukan otomatisasi, perusahaan perlu melakukan penelitian secra seksama untuk menentukan bagian yang membutuhkan otomatisasi.

g. Menindak lanjuti pelayanan

Dapat membantu memisahkan aspek-aspek pelayanan yang perlu ditingkatkan. Perusahaan mengambil inisiatif untuk menghubungi sebagian atau semua konsumen untuk mengetahui tingkat kepuasan dan persepsi mereka terhadap produk atau jasa yang diberikan

h. Mengembangkan sistem informasi pelayanan

Merupakan sistem yang menggunakan pendekatan secara sistemastis untuk mengumpulkan dan menyebarluaskan informasi yang dibutuhkan mencakup segala aspek, yaitu: data saat ini dan data di masa lalu, kuantitatif dan kualitatif, eksternal dan internal, serta informasi mengenai perusahaan dan konsumen.

2.2.3 Kualitas Produk

1. Definisi Kualitas Produk

Kotler (2003) mengatakan *A product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need*. Artinya, produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan pada sebuah pasar untuk diperhatikan, digunakan, dan dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan/ kebutuhan konsumen. Produk juga dapat

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

didefinisikan sebagai atribut fisik, psikologi, dan simbolis yang bisa menghasilkan kepuasan maupun manfaat bagi konsumen Keegan (2007).

Menurut Kotler dan Amstrong (2008) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemamuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut lainnya. Kualitas mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa.

Dalam konsep islam, Menurut Al Muslih (2004, 331-386), ada tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk:

a. Produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/ takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/ kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik.
b. Produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal dandalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan.

"Jika barang itu rusak katakanlah rusak, jangan engkau sembunyikan. Jika barang itu murah, jangan engkau katakan mahal. Jika barang ini jelek katakanlah jelek, jangan engkau katakan bagus". (HR. Tirmidzi).

Hadits tersebut juga didukung hadits riwayat Ibnu Majah dan Ibnu Hambal, "*Tidak dihalalkan bagi seorang muslim menjual barang yang cacat, kecuali ia memberitahukannya*,".

Pernyataan lebih tegas disebutkan dalam Al Quran Surat Al Muthaffifiin (1-3):

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ ٱلَّذِينَ إِذَا ٱكْتَالُوا۟ عَلَى ٱلنَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَو

وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

"Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi"

Uraian diatas jelas mengatakan bahwa hukum menjual produk cacat dan disembunyikan adalah haram. Artinya, produk meliputi barang dan jasa yang ditawarkan pada calon pembeli haruslah yang berkualitas sesuai dengan yang dijanjikan. Persyaratan mutlak yang juga harus ada dalam sebuah produk adalah harus memenuhi kriteria halal.

Menurut Diana (2012) salah satu prinsip yang harus diperhatikan dalam memproduksi sebuahproduk, yaitu berproduksi dalam lingkaran yang halal, Ibnu Majah 2129:

Nabi SAW bersabda: "*Wahai manusia bertakwalah pada Allah, bertaubatlah yang indah dalam mencari rezeki, sesungguhnya setiap orang tidak akan mati sampai dicukupi rezekinya sekalipun terlambat, maka bertakwalah pada Allah bertaubatlah yang indah dalam mencari rezeki, ambil yang halal dan jauhi yang haram".*(Matan Infirad)

Dalam sistem ekonomi Islam tidak semua barang dapat diproduksi dan dikonsumsi. Oleh sebab itu, dilarang memproduksi dan memperdagangkan komoditas yang haram. Produk yang dihasilkan harus member manfaat yang baik, tidak mudharat atau membahayakan bagi konsumen, baik dari sisi kesehatan maupun moral.

2. Manfaat Kualitas Produk

Ariani (2003), mengidentifikasi tujuh peran pentingnya kualitas, yaitu:

a. Meningkatkan reputasi perusahaan

Perusahaan atau organisasi yang telah menghasilkan suatu produk atau jasa berkualitas akan mendapatkan predikat sebagai oraganisasi yang

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

mengutamakan kualitas. Oleh karena itu, perusahaan atau organisasi tersebut dikenal oleh masyarakat luas dan mendapatkan nilai lebih dimata masyarakat.

b. Menurunkan biaya

Untuk menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas perusahaan tidak perlu mengeluarkan biaya tinggi. Hal ini disebabkan perusahaan atau organisasi tersebut berorientasi pada (*customer satisfaction*), yaitu dengan mendasarkan tipe, waktu, dan jumlah produk yang dihasilkan sesuai dengan harapan dan kebutuhan konsumen.

c. Meningkatkan pangsa pasar

Pangsa pasar akan meningkat bila minimal biaya tercapai, karena organisasi atau perusahaan dapat menekan harga, walaupun kualitas tetap menjadi yang utama.

d. Adanya tanggung jawab produk

Dengan semakin meningkatkannya persaingan kualitas prdok yang dihasilkan, maka perusahaan dituntut untuk semakin bertanggung jawab terhadap desain, proses, dan pendistribusian produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsuen.

e. Untuk penampilan produk

Kualitas akan membuat produk atau jasa dikenal, dalam hal ini akan membuat perusahaan yang menghasilkan produk juga akan dikenal dan dipercaya masyarakat luas.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Menurut Assauri (2001) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas suatu produk yaitu:

a. Fungsi suatu Produk

   Fungsi untuk apa produk tersebut digunakan atau dimaksudkan.

b. Wujud luar

   Faktor wujud luar yang terdapat dalam suatu produk tidak hanya terlihat dari bentuk tetapi warna dan pembungkusnya.

c. Biaya Produk Bersangkutan

   Biaya untuk perolehan suatu barang, misalnya harga barang serta biaya untuk barang itu sampai kepada pembeli.

Sedangkan, menurut Feigenbaum (2000), ada beberapa faktor yang mempengaruhi kualitas produk, yaitu:

a. Pasar (*market*)

   Jumlah produk baru dan baik yamg ditawarkan di pasar terus bertambah pada laju yang eksplosif. Dengan bertambahnya perusahaan, pasar menjadi bersifat internasional dan mendunia

b. Uang (*money*)

   Meningkatnya persaingan bersamaan dengan fluktuasi ekonomi dunia telah menurunkan batas (margin)laba. Pada waktu yang bersamaan, kebutuhan akan otomatisasi dan pemekanisan mendorong pengeluaran biaya yang besar untuk proses dan perlengkapan yang baru.

c. Manajemen (*management*)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tanggung jawab kualitas telah didistribusikan antara beberapa kelompok khusus. Sekarang bagian pemasaran melalui fungsi perencanaan produknya, harus membuat persyaratan produk.

d. Manusia (*men*)

Pertumbuhan yang cepat dalam pengetahuan teknis dan penciptaan seluruh bidang baru seperti elektronika computer menciptakan suatu permintaan yang besar akan pekerja dengan pengetahuan khusus.

e. Motivasi (*motivation*)

Pentingnya tentang motivasi manusia menunjukan bahwa sebagai hadiah tambahan uang para pekerja masa kini memerlukan sesuatu yang memperkuat rasa keberhasilan di dalam pekerjaan mereka dan pengakuan bahwa mereka secara pribadi memerlukan sumbangan atas tercapainya tujuan perusahaan.

f. Bahan (*material*)

Disebabkan oleh biaya produksi dan persyaratan kualitas, para ahli teknik memilih bahan dengan batasan yang lebih ketat dan keanekaragaman bahan menjadi lebih besar.

g. Mesin dan Mekanik (*machine dan mechanics*)

Permintaan perusahaan untuk mencapai penurunan biaya dan volume produksi untuk memuaskan pelanggan telah terdorong penggunaan pelengkapan pabrik yang menjadi lebih rumit dan tergantung pada kualitas bahan yang dimasukan kedalam mesin.

h. Metode Informasi Modern (*modern information method*)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Evolusi teknologi computer membuka kemungkinan untuk mengumpulkan, menyimpan, mengambil kembali, manipulasi informasi, pada skala yang tidak terbayangkan sebelumnya.

4. Parameter Pengukuran Kualitas Produk

Sedangkan menurut Alexander Gravin dalam Durianto (2004), selain dari segi biaya, kualitas produk memiliki delapan dimensi pengukuran yang terdiri atas aspek-aspek sebagai berikut:

a. Kinerja (*performance*)

Kinerja disini merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut-atribut yang dapat diukur, dan aspek-aspek kinerja individu. Kinerja beberapa produk biasanya dadasari oleh preferensi subyektif pelanggan yang pada dasarnya bersifat umum.

b. Keragaman produk (*features*)

Dapat berbentuk produk tambahan dari suatu produk inti yang dapat menambah nilai suatu produk. Keragaman produk biasanya diukur secar subjektif oleh masing-masing individu (dalam hal ini konsumen) yang menunjukan adanya perbedaan kualitas suatu produk. Dengan demikian, perkembangan kualitas suatu produk menurut karakter fleksibilitas agar dapat menyesuaikan diri dengan permintaan pasar.

c. Keandalan (*reliability*)

Dimensi ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan tidak berfungsi (*malfunction*) pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

konsumen dalam memilih produk. Hal ini menjadikan semakin penting mengingat besarnya biaya penggantian dan pemeliharaan yang harus dikeluarkan apabila produk yang dianggap tidak andal mengalami kerusakan.

d. Ketahanan atau daya tahan (*durability*)

Dimensi lain yang berhubungan dngan kualitas suatu barang adalah kesesuaian produk dengan standar dalam industrinya. Kesesuain suatu produk dalam indusri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian termasuk juga perhitungan kesalahan yang terjadi, keterlambatan yang tidak dapat diantisipasi, dan beberapa kesalahan lain.

e. Kemampuan pelayanan (*serviceability*)

Kemampuan pelayanan bisa juga disebut dengan kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki. Dimensi ini menunjukan bahwa konsumen tidak hanya memperhatikan adanya penurunan kualitas produk tetapi juga waktu sebelum pajak disimpan, penjadwalan, pelayanan, prose komunikasi dengan staf, frekuensi pelayanan perbaikan akan kerusakan produk dan pelayanan lainnya.

f. Estetika (*aesthetics*)

Estetika merupakan dimensi pengukuran yang paling subjektif, estetika suatu produk dilihat dari bagaimana suatu produk terdengar oleh konsumen, bagaimana penampilan luar suatu produk, rasa, maupun bau. Dengan demikian,estetika jelas merupakan penilaian dan refleksi yang dirasakan oleh konsumen.

g. Kualitas yang dipresepsikan (*perceived quality*)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Konsumen tidak selalu memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk (jasa). Namun ummnya konsumen memiliki informasi yang lengkap mengenai atribut-atribut produk (jasa). Namun umumnya konsumen memiliki informasi tentang produk secara tidak langsung, misalnya melalui merek, nama, dan negara produsen. Ketahanan produk misalnya, dapat menjadi hal yang sangat kritis dalam pengukuran kualitas produk.

2.2.4 Kepuasan Nasabah

1. Definisi Kepuasan Nasabah

Menurut Ratnasari dan Aksa (2011), kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan. Setelah konsumen membeli suatu produk dan jasa, konsumen akan mengevaluasi produk dan jasa tersebut apakah sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen atau tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen Schiffman dan Kanuk (2007).

Kotler & Keller (2012) berpendapat, kepuasan merupakan perasaan seseorang akan kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari membandingkan kinerja produk yang dirasakan (atau hasil) dengan harapan mereka. Kotler dan Keller (2006) mengungkapkan "kunci utama untuk mempertahankan konsumen adalah kepuasan konsumen". Hal ini disebabkan karena penjualan perusahaan disetiap periode berasal dari konsumen baru dan konsumen yang sudah ada.Oleh karena itu, untuk dapatmempertahankan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

konsumen, maka perusahaan harus melakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen.

Bagi seorang muslim menjalankan usaha (bisnis) merupakan ibadah, sehingga usaha itu harus dimulai dengan niat yang suci (lillahi ta'ala), kemudian diikuti dengan cara yang benar, tujuan yang benar, serta pemanfaatan hasil usaha secara benar pula.

Oleh sebab itu dalam memasarkan sebuah produk, seorang muslim wajib memiliki sikap jujur karena sikap jujur akan melahirkan kepercayaan konsumen/pelanggan. Kepercayaan konsumen akan melahirkan kesetiaan konsumen/pelanggan. Sebagaimana disebutkan dalam Q.S Ali Imron ayat 159 berikut:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : "*Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.* (Q.S Ali Imran:159).

2. Manfaat Kepuasan Nasabah

Adanya kepuasan pelanggan dapat memberi manfaat, diantaranya Tjiptono (1994).

a. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggan menjadi harmonis.

b. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang

c. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

d. Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan
e. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan
f. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Harapan pelanggan memegang perananan penting dan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan mengevaluasinya pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau suatu organisasi, maka hanya merekalah yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.

3. Parameter Pengukuran Kepuasan Nasabah

Untuk memuaskan nasabah perlu diketahui faktor-faktor yang menentukan tingkat kepuasan nasabah. Menurut Lupiyoadi (2008) ada lima yaitu:

a. Kualitas produk (*product quality*)

   Pelanggan akan puas jika setelah membeli dan menggunakan produk dan kualitasnya baik. Terdapat enam elemen dari kualitas produk, yaitu: *performance, durability, features, reliability, consistency dan design.*

b. Harga (*price*)

   Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yanng penting karena mereka akan mendapatkan *value for money*yang tinggi. Komponen ini sangat penting untuk beberapa perusahaan tertentu dalam menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

c. Kualitas pelayanan *(service quality)*

Komponen ini bergantung pada tiga hal, yaitu sistem teknologi dan manusia, faktor manusia memegang kontribusi terbesar 70 persen dan tidak mengherankan jika kepuasan biasanya sulit untuk diikuti.

d. Faktor Emosional *(emotional factor)*

Rasa bangga, rasa percaya diri, simbol sukses, bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh emotional value yang mendasari kepuasan pelanggan.

e. Biaya dan kemudahan mendapatkan produk

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

4. Faktor-Faktor Kepuasan Nasabah

Menurut Kotler dan Keller (2009) mempertahankan pelanggan merupakan hal penting daripada memikat pelanggan. Oleh karena itu terdapat lima faktor untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

a. Membeli kembali produk atau jasa

b. Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain dan merekomendasikan.

c. Kurang memperhatian merek dan iklan produk pesaing.

d. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama.

e. Menawarkan ide produk atau jasa kepada perusahaan tersebut.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

5. Metode Pengukur Kepuasan Nasabah

Menurut Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005) ada empat metode untuk mengukur kepuasan nasabah, yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran Organisasi yang berorientasi pada pelanggan *(Customer Oriented)* perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pendapat dan keluhan mereka.

b. Pembelanja siluman *(Ghost Shopping)*, cara lain untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang Ghost shoppers untuk berperan sebagai pelanggan potensial dan mereka diminta berinteraksi dangan staf penyedia jasa. Kemudian setelah itu mereka harus melaporkan temuantemuanya berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan produk, mengamati dan menilai cara penanganan layanan permintaan spesifik pelanggan, menjawab pertanyaan menngenai keluhan.

c. Analisis pelanggan yang hilang *(Lost Customer Analysis)*, perusahaan menghubungi pelanggan yang telah berhenti membeli atau beralih, hal ini harus dilakukan sebab hal ini bisa dikatakan bahwa perusahaan telah gagal dalam memuaskan pelanggannya

d. Survey kepuasan Pelanggan, melalui *survey*, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan balikan secara langsung dari pelanggan dan juga akan memberikan pesan positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap pelanggan mereka

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

6. Stategi Kepuasan Nasabah

Strategi sebuah perusahaan bisa dikelompokan secara garis besar menjadi dua kelompok, yaitu strategi ofensif dan strategi defensif. Strategi ofensif berfokus pada upaya meraih, merebut atau mendapatkan pelanggan baru, sedangkan defensive menekankan usaha mempertahankan pelanggan saat ini agar setia dan/atau tidak beralih ke ptoduk, merek maupuan perusahaan lain. Secara skematis, kedua tipe ini bisa dirangkum dalam tabel 2.3.

Tabel 2.3
Strategi Ofensif dan Defensif

Strategi Ofensif		Strategi Defensif	
Fokus Strategi	Strategi Spesifik	Fokus Strategi	Strategi Spesifik
Menambah jumlah pemakai (user)	• Menarik kelompok non user sebagai pengguna baru • Merebut pelanggan pesaing • Menarik kembali mantan pelanggan	Menaikan tingkat pemakaian (usage) atau pembelian	• Menaikkan tingkat konsumsi • Menaikkan tingkat penggantian produk
Memperluas pasar yang dilayani (served market)	• Memperluas cakupan distrubusi • Memperluas lini produk, baik secara vertical maupun horizontal	Memperhatikan atau meningkatka kepuasan pelanggan	• Mempertahankan tingkat kepuasan pelanggan • Membangun Rintangan beralih (switching barriers)
Mencari aplikasi baru produk atau jasa bersangkutan (new uses)			

Sumber: Tjiptono (2008)

2.3 Pengaruh Antar Variabel

2.3.1 Pengaruh antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Nasabah

Krisna (2018) dalam penelitiannya yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT.Bank Pembangunan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

daerah Bali, mengungkapkan hasil penelitian bahwa variabel kualitas layanan yang terdiri dari bukti langsung (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), empaty (emphaty) secara parsial maupun simultan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini menunjukan bahwa semakin tingi kualitas layanan yang dibangun makan semakin besar kepuasan nasabah.

Karina (2013) dalam penelitiannya yang bertujuan untuk menganalisa bagaimana kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap kepuasan dalam membentuk loyalitas di McDonal's Basuki Rahmat Surabaya, hasil pada menelitian ini menunjukan bahwa lima dimensi dari kualitas pelayanan yaitu *tangibility*, *emphaty*, *reliability*, *responsiveness*, dan *assurance* berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Artinya kualitas layanan sangat berhubungan dengan presepsi kualitas sebuah layanan yang diharapkan pada suatu jasa. Hal ini merupakan penentu kepuasan atau ketidakpuasan konsumen.

Iksan dkk (2013) melakukan sebuah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari kuaitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada layanan *drive thru* McDonal's Baruki Rachmat di Surabaya. Hasil dari penelitian ini yaitu bahwa kelima dimensi *service quality* yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna layanan *drive thru* McDonald Basuki Rahmat. Namun secara parsial dari kelima dimensi tersebut, hanya dimensi *responsiveness* dan *tangibles* saja yang berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pengguna *drive thru* McDonald's Basuki Rahmat. Sedangkan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dimensi yang paling dominan mempengaruhi Kepuasan Konsumen adalah *responsiveness*.

Adapun penjelasan terkait hubungan variabel kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk dijelaskan pada subbab berikut ini.

2.3.2 Pengaruh antara Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah

Penelitian yang dilakukan oleh Endarwati (2013), bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah Bank BRI Cabang Simpang Empat. Adapun hasil penelitiannya menunjukan bahwa kualitas produk menunjukan hasil yang positif signifikan terhadap kepuasan nasabah sebesar 49,2%. Hal ini menunjukan bahwa semakin tinggi kualitas dari sebuah produk maka akan memberikan rasa puas. Produk yang memaskan adalah produk yang memiliki kualitas tinggi.

Penelitian yang dilakukan oleh Resty (2013) yang bertujuan untuk menganalisis kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan Restoran Cepat Saji McDonald's. Diperoleh hasil bahwa secara parsial variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), artinya bahwa apabila Kualitas produk bertambah atau mengalami peningkatan 1 satuan, maka Kepuasan Pelanggan.

Gerardo (2013) melakukan sebuah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado. Dari penelitian tersebut diperoleh sebuah hasil bahawa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan KPR pada Bank BTN Cabang Manado. berarti bahwa jika variabel

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

kualitas produk naik maka kepuasan pelanggan kredit perumahan rakyat pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Cabang Manado juga akan naik, demikian juga sebaliknya.

2.3.3 Pengaruh antara Kualitas Layanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah

Basrah (2012), melakukan penelitian yang bertujuan untuk menguji secara empiris pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang melalui mediasi kepuasan konsumen di Ranch Market Pondok Indah, dan diperoleh sebuah hasil bahwa Variabel Kualitas Produk dan Kualitas Layanan memiliki pengaruh langsung yang positif terhadap Kepuasan Konsumen Kualitas produk pada Ranch Market Pondok Indah cukup baik, namun masih ada beberapa hal yang harus ditingkatkan lagi seperti penyusunan produk di rak pajang yang menarik dan mudah ditemukan. Kualitas layanan pada Ranch Market Pondok Indah cukup baik, namun masih ada beberapa hal yang harus ditingkatkan seperti kemampuan pelanggan menangani pelanggan. Kepuasan konsumen pada Ranch Market Pondok Indah sangat baik.

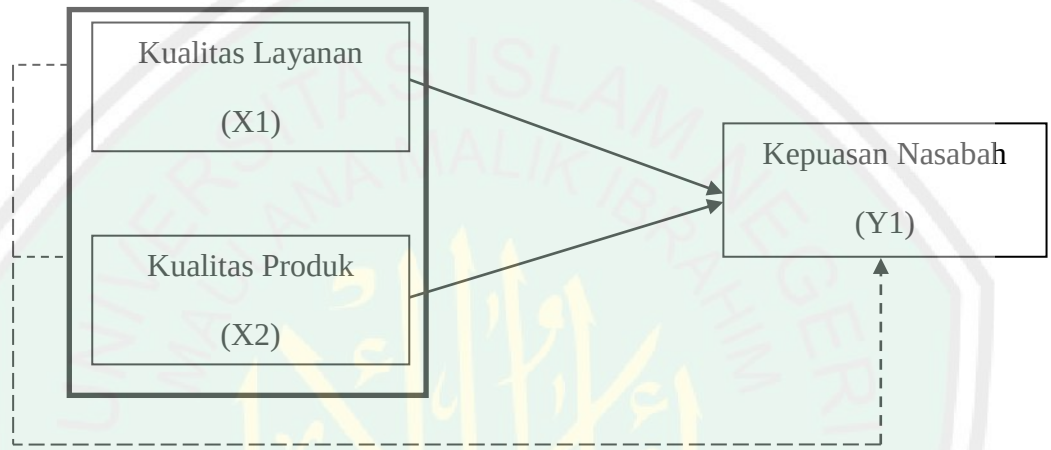
Nirmala dkk (2017), melakukan sebuah penelitian yang bertujuann untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Gippun medica. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama ada hubungan kausalitas antara kualitas produk dan kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan. Kualitas produk dan kualitas layanan dapat mendorong peningkatan kepuasan pelanggan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2.4 Kerangka Konseptual

Berdasarkan literatur review dan landasan teori maka kerangka teoritik penelitian yang dikembangkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Sumber : Data Diolah, 2019

Keterangan:

= Simultan

= Parsial

Kerangka pemikiran diatas menggambarkan hubungan antara variable independen, dalam hal ini adalah kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2), terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y1) .

2.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara mengenai hasil dari penelitian yang akan dilaksanakan.Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1: Terdapat pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk secara simultan terhadap kepuasan nasabah.

2: Terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah secara parsial.

3: Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah secara parsial.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan ,maka jenis penelitian ini dirancang dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan tujuan peneliti melakukan *explanatory research* yang mana merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan kausal antar variabel-variabel melalui pengujian hipotesis (Sugiono, 2008). Sedangkan Menurut Supardi (2005) penelitian eksplorasi adalah penelitian yang bertujuan menggali atau menemukan sesuatu yang baru bagi suatu pengetahuan.

Pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan pendekatan survey kepada responden yang menjadi nasabah bank BRI. Menurut Sugiono (2008), paradigama kuantitatif, yaitu pendekatan penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, penggumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Proses penelitian bersifat deduktif, dimana untuk menjawab rumusan masalah digunakan konsep atau teori sehingga dapat dirumuskan hipotesis.

Dapat disimpulkan bahwa penelitian merupakan suatu proses dimana peneliti ingin memperoleh informasi guna memecahkan suatu masalah untuk mengambil sebuah keputusan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada PT. BRI Cabang Marthadinata Malang Jawa Timur yang beralamatkan di JL. Laksamana Marthadinata No.80 Malang dengan pertimbangan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di PT. BRI Cabang Marthadinata Malang. Alasan (reasoning) pemilihan PT. BRI Cabang Marthadinata Malang sebagai lokasi penelitian adalah sebab kemudahan dalam menjangkau sampel. Hal ini dikarenakan di BRI Marthadinata memiliki jumlah nasabah yang lebih banyak dibandingkan unit kerja lainnya dan seringkali pada jam-jam tertentu terjadi terjadi penumpukan jumlah nasabah selain itu minimnya fasilitas.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Lijan (2014) populasi adalah objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi pada penelitian ini merupakan nasabah pada Bank BRI Cabang Malang Marthadinata. Dalam penelitian ini populasi tidak diketahui yang dimaksudkan jumlah nasabah BRI Marthadinata Malang tidak diketahui jumlahnya. Tipe nasabah pada penelitian ini yaitu nasabah yang melakukan aktifitas perbankan secara langsung dalam artian melakuakan aktifitas peminjaman maupun simpanan melalui teller atau customer service bukan nasabah yang mengunakan produk e-banking hal ini dikarenakan nasabah yang

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

melakukan aktifitas secara langsung merasakan pelayanan dan produk yang tersedia secara langsung sehingga nasabah tersebut sangat akurat dalam memberikan penilain. Sedangkan untuk karakteristik populasinya bersifat heterogen karena setiap responden mempunyai perilaku dan pemikiran yang berbeda-beda. Karektiristik yang dimaksud ialah usia, jenis kelamin, pendapatan, pekerjaan (Latipun, 2006).

3.3.2 Sampel

Arikunto (2002) mengemukakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi cukup besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka peneliti bisa menggunakan sampel (Supriyanto dan Maharani, 2013).

Maka dari itu, peneliti merujuk pada pendapat Hair et al (1995) dalam ferdinan (2006) menyebutkan bahwa ukuran sampel yang sesuai yaitu antara 100 sampai 200, dan ukuran sampel minimum adalah sebanyak 5 kali dan maksimum sebanyak 10 kali dari jumlah keseluruhan indikator. Namun, terdapat cara penentuan sampel menggunakan metode sampel tak terbatas (*unrestricted random sampling*) yaitu sampel yang anggotanya dipilih langsung dari seluruh populasi dengan tidak membagi populasi itu lebih atas kelas atau golongan.

Penelitian ini terbagi menjadi tiga jenis variabel yaitu variabel bebas kualitas layanan (*service quality*) yang terdiri dari lima dimensi pengukuran yaitu bukti fisik (*tangibles*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), kepedulian (*emphaty*). Kualitas produk yang terdiri dari lima

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dimensi pengukuran yaitu kinerja, keragaman produk, keandalan, daya tahan, kemampuan pelayanan. Variabel terikat kepuasan nasabah terdiri dari lima indikator yaitu, kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, faktor emosional, kemudahan mendapatkan produk. Total 14 indikator tersebut menjadi acuan untuk diteliti, dengan perhitungan 14 x 10= 140 sampel.

3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling adalah teknik yang dilakukan untuk menentukan sampel, Jadi, sebuah penelitian yang baik haruslah memperhatikan dan menggunakan sebuah teknik dalam menetapkan sampel yang akan diambil sebagai subjek penelitian. Sedangkan Teknik pengambilan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah teknik adalah *nonprobability sampling dengan accidental sampling.*(Sugiyono, 2008) *Nonprobability sampling* adalah teknik yang tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsure atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Sedangkan *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan beremu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Dalam teknik *accidental sampling*, pengambilan sampel tidak ditetapkan lebih dahulu. Peneliti langsung saja mengumpulkan data dari unit sampling yang ditemui. Hal ini dikarenakan jumlah nasabah yang datang bulain ini belum tentu yang datang bulan sebelumnya atau tahun sebelumnya. Kadang bertambang dan kadang berkurang. Maka teknik sampling ini dapat digunakan pda penelitian ini.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3.4 Data dan Sumber Data

Data merupakan bentuk-bentuk ungkapan, kata-kata, angka, simbol dan apa saja yang memberikan makna, yang memerlukan proses lebih lanjut. Data harus terukur, baik dengan jenis ukuran atau skala nominal, ordinal, interval atau rasio. Sumber data dalam sebuah penelitian merupakan salah satu faktor penting dalam proses pengumpulan data. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan sumber data yang berupa data primer dimana data dikumpulkan langsung oleh peneliti tanpa media perantara.

Data Primer merupakan sumber data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Karena data primer dikumpulkan oleh peneliti, maka diperlukan sumber daya yang cukup memadai seperti, biaya, waktu dan tenaga.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode-metode yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data. Teknik pengumpulan data yang tepat perlu diperhatikan untuk mendapatkan informasi yang valid.

Menurut Arikunto (2010)mengatakan bahwa mengumpulkan data adalah mengamati variabel yang akan diteliti dengan metode interview/wawancara, tes observasi, kuisioner dan dokumentasi. Berdasarkan pendapat diatas, maka pengumpulan data yang dilakukan adalah:

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3.5.1 Survei

Metode survey adalah pengumpulan data primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden individu. Metode ini digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan menggunakan kuisioner, wawancara terstruktur, dan sebagianya (Sugiono,2010) Jadi survey ini adalah metode untuk mengumpulkan informasi dari kelompok yang mewakili sebuah populasi. Peneliti melakukan survey dengan membagikan kuesioner kepada nasabah PT. BRI Cabang Marthadinata Malang.

3.5.2 Angket (Kuisioner)

Kuesioner merupakan cara pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan yang dikirimkan atau diberikan secara langsung untuk diisi dan dikembalikan. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti mengetahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan jawaban yang diharapkan dari responden (Supriyanto dan Maharani, 2013).

3.5.3 Teknik Dokumentasi

Menurut (Sugiyono,2013) dokumen merupkan perisiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk lisan, gambar, atau karya-karya momumental dari seseorang. Dokumen berbentuk tulisan misalnya, catatan harian, sejarah kehidupan, biografi, peraturan, kebijakan. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode kuisioner. Dalam hal ini teknik dokumentasi adalah jumlah nasabah PT.BRI Cabang Marthadinata Malang Jawa Timur.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3.6 Skala Pengukuran

Skala pengukuran adalah acuan yang digunakan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur bisa digunakan dalam pengukuran dan menghasilkan data kuantitatif (Supriyanto dan Maharani (2013). Skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini adalah skala Likert dimana setiap pertanyaan yang menggunakan skala likert mempunyai tingkatan dari sangat positif menjadi sangat negatif. Biasanya menggunakan kata-kata seperti, sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala likert dengan lima kategori penilaian sebagai berikut:

Tabel 3.1
Skala Penilaian Berdasarkan Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2013)

Skala Liker digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepri seseorang atau kelompok orang mengenai fenomena sosial. Dengan skala Likert, variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Selanjutnya variabel tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item yang berupa pernyataan atau pertanyaan (Sugiyono,2008).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

3.7 Definisi Operasional Variabel

Tabel.3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi Pengukuran Variabel	Definisi Operasional	Item
Kualitas Layanan (X1) (Parasuraman dkk,2009)	Bukti Fisik	Kemampuan perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. Meliputi bukti fisik, petugas dan pelengkapan yang dimiliki BRI	1. Kenyamanan ruangan 2. Ketersediaan tempat parkir 3. Penampilan dan kerapihan karyawan 4. Kebersihan toilet
	Keandalan	Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.	1. Karyawan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan 2. Karyawan mampu memberikan informasi dengan jelas 3. Karyawan melayani nasabah tanpa membedakannya
	Jaminan	Pengetahuan dan kemampuan karyawan untuk melayani nasabah dengan menanamkan rasa aman.	1. Karyawan dapat menjaga rahasia nasabah 2. Karyawan mampu menanamkan rasa aman 3. Karyawan yang tepat dan teliti dalam melayani nasabah
	Daya Tanggap	Kemampuan karyawan untuk membantu nasabah menyediakan jasa dengan cepat sesuai yang diinginkan oleh nasabah.	1. Ketanggapan petugas melayani nasabah 2. Merespon keluhan 3. Pelayannan yang diberikan tepat waktu.
	Empati	Memberikan	1. Kemapuan karyawan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

		perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada nasabah dengan berupaya memahami keinginan nasabah	dalam memberikan perhatian 2. Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik
Kualitas Produk (X2) (Alexander dalam durianto, 2004)	Kinerja	Kinerja yang dimaksudkan dalam penelitian hasil atau capaian yang dirasakan dari sebuah produk	1. Produk tabungan Bank BRI mudah diambil. 2. Deposito memberikan keuntungan yang optimal 3. Tingkat suku bunga kredit rendah 4. Uang yang disimpan dijamin oleh LPS.
	Keragaman Produk	Produk tambahan dari produk utama yang memberikan nilai tambah	1. Bank BRI menyediakan berbagai produk yaitu simpanan, kredit, deposito 2. Adanya fasilitas layanan mandiri berupa e-banking BRI 3. Adanya fasilitas e-money
	Keandalan	Yaitu Manfaat dari sebuah produk	1. Kemudahan transaksi melalui m-banking 2. Memberikan rasa aman dan nyaman dalam investasi
	Pelayanan	Kecepatan, kompetensi, kegunaan, dan kemudahan produk untuk diperbaiki.	1. Produk bank BRI bermanfaat dan sangat membantu
	Kualitas yang dipresepsikan	Pengetahuan konsumen tentang produk secara tidak langsung seperti merek, nama,	1. Bank BRI menjadi pilihan nasabah dalam menabung 2. Informasi produk yang disampaikan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

		periklanan.	sesuai dengan kualitas produk 3. Kemudahan memperoleh pelayanan
Kepuasan (Y1) Lipiyoadi (2008)	Kualitas Produk	Kualitas produk yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen dengan kualitas produk yang diberikan Bank BRI	1. Nasabah merasa puas terhadap kualitas produk BRI 2. Nasabah selalu menggunakan produk-produk BRI
	Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen dengan kualitas produk yang diberikan Bank BRI	1. Nasabah merasa puas terhadap pelayanan Bank BRI 2. Nasabah merasa puas dan tidak beralih ke bank lain 3. Tidak pernah mengeluh dan komplain terhadap layanan 4. Bank BRI memberikan pengalaman yang baik dalam melayani nasabah 5. Kinerja karyawan sesuai harapan
	Emosional	Emosional yang dimaksud dalam penelitian ini adalah rasa bangga diri nasabah ketika menjadi nasabah Bank BRI	1. Percaya diri saat menjadi nasabah BRI 2. Bangga menjadi nasabah Bank BRI 3. Memberikan nilai tambah
	Kemudahan	Kemudahan nasabah dalam mendapatkan layanan dari Bank BRI	1. Informasi mudah didapatkan 2. Kemudahan melakukan transaksi perbankan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang digunakan yaitu :

1. *Independent Variable*

   Menurut Martono (2010) Variabel independen (*independent variable)* desebit juaga variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain, yang pada umumnya benda dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dahulu. Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan fokus atau topic penelitian. Variabel ini biasanya disimbolkan dengan variabel "X".

2. *Dependent Variable*

   Menurut Martono (2010) Variabel dependen (*dependent variable*) disebut juga variabel terikat merupakan variabel yang diakibatkan atau dipengaruhioleh variabel bebas. Keberadaan variabel ini dalam enelitian kuantitatif adalah sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topic penelitian yang biasa disimbolkan dengan variabel "Y"

3.8 Pengujian Instrumen Penelitian

3.8.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menutur Ghozali (2001) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut.

Teknik pengukuran validitas pada penelitian ini yaitu dengan uji validitas konstruk yang melakukan korelasi antar skor butir/*item* pertanyan dengan total

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

skor konstruk/variabel. Teknik ini dilakukan dengan membandingkan r hitung (*Correlated Item-Total Correlation*) dengan r table.

1. Apabila r hitung > r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila r hitung < r tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

Untuk melakukan pengujian dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Coeficient Corelation Pearson* dengan alat bantu *computer software* statistic SPSS versi 21.0 for Window. Jika nilai signifikansi (P Value)< 0,05 maka nilai terjadi hubungan yang signifikansi (Ghozali, 2001).

Rumus Coefficient Corelation Pearson

$$rXY = 1 + \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n\sum X^2} - (\sum X)^2 \sqrt{n\sum Y^2} - (\sum Y)^2}$$

n : banyaknya sampel
X : skor item X
Y : skor total item X
R : koefisien korelasi

Instrumen dikatakan valid apabila koefisien korelasinya ≥ 0,3 dengan α = 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Supardi (2005) Uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukan sejauhmana suatu hasil pengukuran relative konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih. Hasil pengukuran dapat dipercaya atau reliable hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terdapat kelompok subyek

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

yang sama, selama aspek yang diukur dari subyek memang belum berubah.Uji reliabilitas diatas menggunakan rumus Alpha Cronbach:

$$r_{11} = [k: (k - 1)]\ [1 - \sum \sigma_{b^2} : \sigma_{t^2}]$$

r : koefisien reliabilitas
k : jumlah pertanyaan
σ_{b^2} : varian butir pertanyaan
σ_{t^2} : varian skor tes

Instrumen dapat dikatakan reloabel apabila nilai koefisien alphanya ≥ 0,6 (Ghozali, 2011).

3.8.2 Analisis Data

1. Analisis Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menggambarkan atau menganalisis suatu data hasil penelitian. Analisis ini memberikan sebuah penjelasan tentang subjek yang dibahas tanpa menggunakan perhitungan angka. Analisis statistik deskriptif bertujuan mengubah kumpulan data mentah menjadi mudah dipahami dalam bentuk informasi yang lebih ringkas, yaitu dalam bentuk angka presentase. Data yang telah terkumpul melalui penyebaran kuesioner diolah dengan menggunakan *software* SPSS untuk mengetahui hasil dari tanggapan responden terhadap pernyataan-penyataan dalam kuesioner. Dalam penelitian ini menggunakan *skala likert* dengan lima poin, dimana setiap pernyataan diukur menggunakan skala yang bernilai antara satu (sangat rendah) sampai lima (tinggi). Jika angka yang dipilih oleh responden semakin besar, maka penilaian terhadap pernyataan tersebut juga semakin besar, dan demikian juga sebaliknya.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2. Uji Asumsi Klasik

Menurut Asnawi dan Mashuri (2011:176) untuk mendapatkan nilai pemeriksa yang tidak bisa dan efisien) *Best Linier Unbias Estimator/ BLUE*) dari suatu persamaan regresi linier berganda dengan metode kuadrat terkecil (*Last Square*), perlu dilakukan pengujian dengan jalan memenuhi persyaratan asumsi klasik yang meliputi:

a. Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (variabel independent). Jika terjadi korelasi maka dinamakan terdapat problem multikolinieritas. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflaction Faactor*).

b. Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Adapun varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut dengan homokedastisitas, sedangkan model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Ketika suatu pedoman model regresi bebas dari heteroskedastisitas maka tidak ada pola yang jelas serta titik-titiknya menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y.

c. Uji Autokorelasi

Uji asumsi ini bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi maka dinamakan ada problem autokorelasi (Suptiyanto & Machfudz, 2010:256).

Menurut Supriyanto dan Maharani (2013:73) ada beberapa kriteria dalam pengambilan keputusan bebas autokorelasi dengan cara melihat nilai Durbin-Watson. Durbin-Watson telah menetapkan batas atas (du) dan batas bawah (dL) pada taraf nyata 5% dan 1% yang selanjutnya dikenal dengan tabel Durbin Watson. Untuk mengetahui adanya autokorelasi digunakan nilai Durbin Watson, adapun kriterianya pengujiannya yaitu sebagai berikut:

1) Bila nilai D-W dibawah 0 sampai 1,5 berarti ada Autokorelasi
2) Bila nilai D-W diantara 1,5 sampai 2,5 berarti tidak ada Autokorelasi
3) Bila nilai D-W diatas 2,5 sampai 4 berarti ada Autokorelasi negative

d. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti terdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikan dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov >0,05. Maka normalitas terpenuhi (Sulhan, 2015:24).

3.9 Analisi Regresi Linier Berganda

Menurut Bawono (2006: 84-86) uji regresi linier berganda digunakan untuk menganalisis data yang mersifat *multivariate.* Analisa ini digunakan untuk meramalkan nilai variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X) yang

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

jumlahnya lebih dari satu. Analisa inidisebut sebagai analisa *multivariate* karena variabel yang mempengaruhi naik turunnya variabel dependen (Y) lebih dari satu variabel independen (X).

Disini peneliti menggunakan analisis regresi linier berganda, yang digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas layanan (X1), dan kualitas produk (X2), kepuasan nasabah (Y) pada PT Bank BRI Kantor Cabang Malang Marthadinata.

Formulasi model statistik linier berganda (Ghozali, 2013) adalah sebagai berikut :

$$\mathbf{Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e}$$

Keterangan:
Y = subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan.
a = harga Y ketika harga X1, X2 = 0 (harga konstan).
b = angka arah atau koefisien regresi, dimana jika (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.
e = Eror
X1, X2 = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Untuk mengetahui apakah model sampel representatif terhadap model populasi maka diperlukan pengujian terhadap parameter-paremeter regresi tersebut berdasarkan nilai-nilai statistiknya dengan uji serempak (menggunakan tabel analisis beragam (statistic Uji F)) atau uji parsial dengan uji t.

Kriteria pengujina dengan p-value (sig). Jika pengujian berdasarkan tabel ANOVA, maka:sig. > α maka terima Ho berarti tidak ada hubungan linier antara variabel. Dan sebaliknya jika sig < α maka tolak Ho berarti minimal ada salah satu variabel bebas (*predictor*) berhubungan linier dengan variabel dependen.

Apabila pengujiannya berdasarkan statistic uji t maka : jika sig > α maka terima Ho berarti parameter koefisien regresi yang diuji (variabel x yang diuji)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dinyatakan tidak ada hubungan linier dengan variabel dependen. Dan jiga sig < a maka tolak Ho berarti ada parameter koefisien regresi yang di uji (variabel x yang diuji) dinyatakan ada hubungan linier dengan variabel dependen.

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu kepuasan nasabah terhadap Bank BRI Cabang Malang marthadinata, sedangkan yang menjadi variabel bebas kualitas layanan dan kualitas produk.

1. Uji F

Bawono (2006), Uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa jauh semua variabel independen secara bersama-sama dapat mempengaruhi variabel dependen. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis secara simultan dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas (kualitas layanan dan kualitas produk) terhadap variabel terikatnya (kepuasan nasabah). Untuk menguji uji F tes dengan rumus :

$$F = \frac{R^2\ (\mathrm{K}-1)}{(1-\mathrm{R})2(\mathrm{n}-1)}$$

Keterangan :

F : besarnya F hitung
N : jumlah sampel
K : jumlah variabel
R2 : koefisien determinasi

Hipotesis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ho : β1 = β2 = β3 = β4 = 0, maka variabel-variabel bebas (kualitas layanan dan kualitas produk) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (kepuasan nasabah).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Ha : $\beta 1 = \beta 2 = \beta 3 = \beta 4 \neq 0$, maka variabel-variabel bebas (kualitas layanan dan kualitas produk) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya (kepuasan nasabah).

Dasar pengambilan keputusannya adalah :

a. Dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel

   Apabila F tabel > F hitung, maka Ho diterima dan Ha ditolak, apabila F tabel <F hitung, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

b. Dengan menggunakan angka probabiltas signifikansi

   Apabila probabilitas signifikasi > 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak, apabila probabilitas signifikasi < 0,05, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Jika F hitung > F tabel dan signifikan, maka hipotesis ANOVA dapat diterima bahwa semua varibel bebas (kualitas layanan dan kualitas produk) layak untuk menjelaskan variabel terikat (kepuasan nasabah) yang dianalisis.

2. Uji t (Uji Parsial)

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Pengujian ini bertujuan untuk menguji pengaruh variabel bebas (kualitas laynan dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah) secara terpisah atau parsial. Uji t dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$F = \frac{r\sqrt{n-2}}{(1-r^2)}$$

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Keterangan :

r : hasil koefisien korelasi *Product Moment*
t : deviasi harga kritis yang dicari
n : jumlah sampel

Hipotesis yang akan digunakan dalam pengujian ini adalah :

H0 : $\beta 0 = 0$, variabel-variabel bebas (kualitas layanan dan kualitas produk) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasan nasabah).

H1 : $\beta 1 \neq 0$, variabel-variabel bebas (kualitas layanan dan kualitas produk) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (kepuasanan nasabah).

Dasar pengambilan keputusan :

1. Dengan membandingkan nilai t hitungnya dengan t tabel.

   Apabila t tabel > t hitung, maka Ho diterima dan Ha ditolak.Apabila t tabel <t hitung, maka Ho ditolak dan Ha diterima.

2. Dengan menggunakan angka probabilitas signifikasi

   Apabila angka probabilitas signifikasi > 0,05, maka Ho diterima dan Ha ditolak. Apabila angka probabilitas signifikasi < 0,05, maka Hoditolak dan Ha diterima.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah PT. Bank Rakyat Indonesia dan Cabang Marthadinata Malang

Bank Rakyat Indonesia adalah salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Bank BRI didirikan pertama kali di Purwokerto, Jawa Tengah oleh Raden Bei Aria Wirjaatmadja dengan nama *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* atau Bank bantuan dan Simpanan Milik Kaum Priyayi Purwokerto, suatu lembaga keuangan yang melayani orang-orang kebangsaan Indonesia (pribumi). Lembaga tersebut berdiri tanggal 16 Desember 1985, yang kemudian dijadian sebagai hari kelahitan BRI.

Berdasarkan peraturan pemerintah No. 1 Tahun 1946 Pasal 1 disebutkan bahwa BRI adalah sebagai bank Pemerintah Pertama di Republik Indonesia. Kegiatan BRI sempat terhenti untuk sementara waktu pada tahun 1948 pada masa perang mempertahankan kemerdekaan dan baru mulai aktif kembali pada tahun 1949 setelah perjanjian Renville dengan berubah nama menjadi Bank rakyat Indonesia Serikat.

Sejak tahun 1 Agustus 1992 berdasarkan Undang-undang Perbankan No.7 tahun 1992 dan Peraturan pemerintah RI No. 21 tahun 1992 status BRI berubah menjadi perseroan terbatas. Kepemilikan BRI saat itu masih 100% ditangan Pemerintah Republik Indonesia Pada tahun 2003, Pemerintah Indonesia

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

memutuskan menjual 30% saham sehingga menjadi perusahan public dengan nama resmi PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero0 Tbk,, yang masih digunakan sampai saat ini. Berikut ini adalah visi dan misi PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

PT. Bank rakyat Indonesia (BRI) Cabang Marthadinata Malang telah beroperasi sejak 21 Agustus 1989 dengan nama Bank Rakyat Indonesia Cabang Malang Ade Irma Suryani (AIS) yang beralamatkan di Jalan Laksamana Marthadinata No.80 Malang, dan untuk selanjutnya berganti nama menjadi Bank Rakyat Indonesia Cabang Malang Marthadinata. Pada bulan September 2002 telah didirikan kantor cabang pembantu (KCP) Unibraw yang berlokasi di area kampus Unibraw, namun dengan pertimbangan efisiensi terhitung mulai tanggal 1 April 2006, KCP Unibra dan BRI Unit Purwantoro berpindah supervisinya ke BRI Cabang Malang Kawi. Sebagai gantinya KCP Kepanjen dan KCP Turen beralih supervisinya ke BRI Cabang Malang Marthadinata.

Pada bulan Agustus 2007 didirikan Kantor Kas yang berlokasi di areal kampus Universitas Negeri Malang, lalu disusul penderian Kantor Kas Tlogomas pada tanggal 24 Juni 2008. Mengingat Cabang BRI Malang Marthadinata tidak memiliki BRI unit yang berada di wilayah perkotaan maka pada tanggal 24 Juni 2008 didirikan BRI Unit Sawojajar, kemudian menyusul dibukanya Kantor Kas Unisma pada tanggal 4 Agustus 2008 dan Kantor Kas RSU Saiful Anwar. Pada bulan maret 2015 , PT. Bank Rakyat Indonesia Cabang Malang Marthadinata memiliki sebanyak 79 unit kerja, yang terdiri dari 1 KC, 7 KCP, 6 KK, 31 BRI unit, dan 34 Teras BRI dan 2 teras keliling.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Saat ini BRI Cabang Malang Marthadinata telah mampu melayani berbagai macam jasa pelayanan perbankan dengan menggunakan sistem pembukuan Brinets. Salah satu contohnya yaitu pelayanan Cash Manajemen dan registrasi mahasiswa UM, Unmer, UIN, dan Unisma yang dapat diakses secara online. Untuk pelayanan ATM (Automatic Teller Machine/Anjungan Tunai Mandiri). BRI Cabang Malang Martadinata mempunyai 72 buah anjungan, yakni di Kantor Cabang ada 3 buah buah ATM dan 1 CDM, 32 berada di BRI Unit, 6 buah berada di setiap KCP, 6 buah berada di Kantor Kas, 1 buah Drive Thru.

1. Visi

   Menjadi *The Most Valuable Bank* di Asia tenggara dan *Home to the best Talent*.

2. Misi

   a. Memberikan yang terbaik.

      Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.

   b. Menyediakan pelayanan yang prima

      Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui sumber daya manusia yang professional dan memiliki budaya berbasis kinerja (performance-driven culture), teknolgi informasi yang handal dan future ready, dan jaringan kerja konvensional maupuan digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operational dan risk management excellence

   c. Bekerja dengan optimal dan Baik

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

d. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholders) dengan memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik Good Corporate Governance yang sangat baik.

2. Produk-Produk PT. BRI Cabang Marthadinata Malang

a. Simpanan

1) Tabungan : Produk tabungan yang memilii beragam kemudahan dan didukung fasilitas e-banking dan sistem real time online yang akan memungkinkan nasabah untuk bertransaksi kapanpun dan dimanapun. Macam-macam tabungan yang ditawarkan oleh BRI adalah Tabungan SIMPEDES, tabungan BRITAMA, BRITAMA Bisnis. Tabungan BRI BRITAMA, Tabungan BRITAMA rdisi anak muda, Tabungan Simpedes TKI, Tabungan BRI simpel, Tabungan Haji, BRITAMA Rencana, BRITAMA Valas, Tabungan BRI Junio.

2) Deposito : Produk Deposito BRI akan memberikan kenyamanan dan keamanan dalam berinvestasi dana nasabah. Terdapat berbagai macam deposito yang ditawarkan oleh BRI yaitu Deposito rupiah, Deposito Valas, dan Deposito *On Call*.

3) Giro BRI : Giro akan mempermudah transaksi bisnis dan keuangan nasabah. Macam-macam Giro yang ditawarkan oleh bank BRI adalah GIROBRI Rupiah dan GIROBRI Valas.

b. Pinjaman

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

1) Pinjaman Mikro: bentuk pinjaman mikro yang ditawarkan oleh BRI ini dinamakan KUPEDES, KUPEDES merupakan kredit dengan bunga bersaing yang bersifat umum untuk semua sektor ekonomi, ditunjukan untuk individu, badan usaha, maupun perorangan yang memenuhi persyaratan dan dilayani di seluruh BRI Unit dan Teras BRI.
2) Pinjaman Ritel Komersial dan Menengah : Kredit Modal Kerja, Kredit Investasi, Kredit Agunan kas, *Supply Chain Financing*, Kredit Waralaba, Bank Garansi merupakan macam-macam dari pinjaman ritel komersial dan menengah.
3) Pinjaman Program : Terdapat tiga macam pinjaman program yaitu:

- Kredit Pangan : Kredit investasi dan/atau modal kerja komersial khusus di bidang pangan yang diberikan dalam rangka mendukung kedaulatan pangan dan kemaritiman yang meliputi sektor ekonomi produksi, *home industry*, dan perdagangan.
- Resi Gudang : Kredit yang diberikan dengan jaminan Resi Gudang yang diberikan bank kepada petani, kelompok tani, Gapoktan, dan koperasi.
- Pinjaman Kemitraan : Pemberian dana program kemitraan untuk membiayaai modal kerja dan/ atau pembelian aktiva tetap dalam rangka meningkatkan produksi dan penjualan.

4) BRIGUNA : Ada tiga macam dari produk BRIGUNA, yait**u**

- BRIGUNA Karya : Kredit yang diberikan kepada debitur dengan sumber pembayaran berasal dari sumber penghasilan tetap atau *fixed income* (gaji).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

- BRIGUNA Purna : Kredit yang diberikan kepada debitur dengan sumber pembayaran berasal dari sumber penghasilan tetap atau *fixed income* (uang pensiun).
- BRIGUNA Umum : Kredit yang diberikan kepada debitur dengan sumber pembayaran berasal dari sumber penghasilan tetap atau *fixed income* (gaji) dengan jangka waktu sejak pegawai aktif sampai dengan masa pensiun.

5) Kredit Usaha rakyat (KUR) : Kredit Usaha rakyat di BRI terdiri dari :

- KUR Mikro adalah Krdit Modal Kerja dan atau investasi dengan plafond sampai dengan Rp: 25 juta per debitur.
- KUR Ritel adalah Kredit Modal Kerja dan atau investasi kepada debitur yang memilikiusaha produktif dan layan dengan plafond > Rp.25 juta sampai dengan Rp.500 juta per debitur.
- KUR TKI diberikan untuk membiayai keberangkatan calon TKI ke Negara penempatan dengan plafond sampai dengan Rp. 25 juta.
- KUR BRI diberikan kepada pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dengan usaha produktif dan layaksektor usaha yang dibiyai sesuai dengan ketentuan pemerintah, KUR BRI dapat dilayani di seluruh unit kerja BRI yang tersebar diselurun Indonesia

4.1.2 Karakteristik Responden

Responden dari penelitian ini adalah nasabah dari BRI Cabang Malang Marthadinata yang beralamatkan di Jalan Laksamana Marthadinata No.80 Malang dengan jumlah responden sebanyak 140 nasabah. Data kuesioner didapat dari penarikan kuesioner yang telah dibagikan dan diisi oleh responden. Dari hasil

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

penyebaran kuesioner, maka diperoleh gambaran karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, lama responden menjadi nasabah dan pengahasilan responden.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
Pria	57	41%
Wanita	83	59%
Total	140	100 %

Sumber : data diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.5 mengenai jenis kelamin responden, dapat diketauhi bahwa dari 140 nasabah BRI diketahui bahwa responden berjenis kelamin pria sebanyak 57 responden dengan presentase 41% dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 83 responden dengan presentase 59% . Berdasarkan data tersebut, maka responden yang paling banyak adalah responden dengan jenis kelamin perempuan sebanyak 83 responden atau sama dengan 59%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.6
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
17-25 Tahun	22	16%
26-35 Tahun	77	55%
36-45 Tahun	31	22%
>45 Tahun	10	7%
Total	140	100%

Sumber : Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa dari 140 BRI sebesar 22 responden dengan presentase 16% berusia 17-25 tahun, sebesar 77 responden

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

dengan presentase 55% berusia 26-35 tahun, kemudian sebesar 31 responden dengan presentase 22% berusia 36-45 tahun, dan paling sedikit sebesar 10 responden dengan presentase 7% berusia >45 tahun. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berusia 26-35 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Tabel 4.7
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
1 Tahun	19	14%
1-3 Tahun	47	34%
>3 Tahun	74	52%
Total	140	100%

Sumber : Data diolah, 2019

Berdasarkan tabel 4.7 diketahui bahwa dari 140 nasabah BRI sebanyak 19 responden dengan presentase sebesar 14% menjadi nasabah BRI selama 1 tahun, sebanyak 47 responden dengan presentase sebesar 34% menjadi nasabah BRI selama 1-3 tahun, dan yang terbanyak sebesar 74 responden dengan presentase sebsar 52% menjadi nasabah BRI selama lebih dari 3 tahun.

4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 4.8
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	14	10%
Pegawai Negeri Sipil	49	35%
Pegawai Swasta	31	22%
Wirausaha	46	33%
Total	140	100%

Sumber : Data diolah, 2019

Status pekerjaan akan mempengaruhi tingkat penghasilan perbulan. Berdasarkan tabel 4.8 mengenai status pekerjaan responden dapat diketahui

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

bahwa dari 140 nasabah Bank Rakyat Indonesia (BRI). Terdapat 14 responden dengan presentase 10% berkerja pelajar/mahasiswa, lalu dengan jumlah responden terbanyak sebersar 49 responden dengan presentase 35% berkerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), sebanyak 31 respondn dengan presentase 22% bekerja sebagai Pegawai Swasta, dan sebanyak 46 responden dengan presentase sebesar 33% bekerja sebagai wirausaha. Dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden bekerja sebagai PNS.

5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Tabel 4.9
Pendapatan Responden

Pekerjaan	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
Rp. 1.500.000	16	12%
Rp. 1.500.000-3.000.000	43	31%
Rp. 3.000.000-4.500.000	60	43%
Rp. >4.500.000	20	14%
Total	140	100%

Sumber : Data diolah, 2019

Besarnya pendapatan dan status pekerjaan akan mempengaruhi transaksi seseorang di bank, baik dalam hal menabung maupun konsumsi. Pada tabel 4.9 diketahui bahwa sebagian besar 60 responden (43%) memiliki pendapatan sebesar Rp.3.000.000-Rp.4.000.000, 43 responden (31%) memiliki pendapatan sebesar Rp.1.500.000-Rp.3.000.000, 20 responden (14%) memiliki pendapatan sebesar lebih dari Rp.4.500.000, dan 16 responden (12%) memiliki pendapatan sebesar Rp.1.500.000.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.1.3 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Menutur Ghozali (2001) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuisioner. Uji validitas instrument dilakukan dengan cara mengkorelasikan setiap skor item dengan skor total menggunakan teknik Korelasi Pearson (*Product Moment*). Item pada kuesioner akan dikatakan valid apabila koefisien korelasinya ≥ 0.3 dengan α = 0,05, sehingga dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data. Berikut hasil dari uji validitas sebagaimana tabel dibawah ini:

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas Kualitas Layanan (X1)

Kelompok	Nomor Item	Pearson Correlation (r-hitung)	r-tabel	Keterangan
Bukti Fisik	X1.1	0,433	0,159	VALID
	X1.2	0,482	0,159	VALID
	X1.3	0,466	0,159	VALID
	X1.4	0,512	0,159	VALID
Keandalan	X1.5	0,619	0,159	VALID
	X1.6	0,593	0,159	VALID
	X1.7	0,616	0,159	VALID
Jaminan	X1.8	0,536	0,159	VALID
	X1.9	0,642	0,159	VALID
	X1.10	0,597	0,159	VALID
Daya Tanggap	X1.11	0,486	0,159	VALID
	X1.12	0,533	0,159	VALID
	X1.13	0,569	0,159	VALID
Empati	X1.14	0,683	0,159	VALID
	X1.15	0,493	0,159	VALID

Sumber: Data primer diolah, 2019

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa semua item penelitian pada variabel Kualitas Layanan (X1) memiliki koefisien korelasi ≥ 0.3 atau nilai signifikansinya lebih kecil dari taraf nyata 5%.Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid atau mampu mengukur variabel tersebut dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitan ini.

Tabel 4.11
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Kelompok	Nomor Item	Pearson Correlation (r-hitung)	r-tabel	Keterangan
Kinerja	X2.1	0,585	0,159	VALID
	X2.2	0,569	0,159	VALID
	X2.3	0,496	0,159	VALID
	X2.4	0,611	0,159	VALID
Keragaman Produk	X2.5	0,731	0,159	VALID
	X2.6	0,643	0,159	VALID
	X2.7	0,619	0,159	VALID
Keandalan	X2.8	0,636	0,159	VALID
	X2.9	0,725	0,159	VALID
Pelayanan	X.10	0,659	0,159	VALID
Kualitas yang Dipresepsikan	X.11	0,635	0,159	VALID
	X.12	0,624	0,159	VALID
	X.13	0,637	0,159	VALID

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.1 diketahui bahwa semua item penelitian pada variabel Kualitas Produk (X2) memiliki koefisien korelasi ≥ 0.3 atau nilai signifikansinya lebih kecil dari taraf nyata 5%.Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid atau mampu mengukur variabel tersebut dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitan ini.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 4.12
Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Nasabah

Kelompok	Nomor Item	Pearson Correlation (r-hitung)	r-tabel	Keterangan
Kualitas Produk	Y.1	0,664	0,159	VALID
	Y.2	0,598	0,159	VALID
Kualitas Pelayanan	Y.3	0,696	0,159	VALID
	Y.4	0,701	0,159	VALID
	Y.5	0,745	0,159	VALID
	Y.6	0,706	0,159	VALID
	Y.7	0,693	0,159	VALID
Emosional	Y.8	0,671	0,159	VALID
	Y.9	0,733	0,159	VALID
	Y.10	0,679	0,159	VALID
Kemudahan	Y.11	0,647	0,159	VALID
	Y.12	0,654	0,159	VALID

Sumber: Data primer diolah 2019

Berdasarkan tabel 4.2 diketahui bahwa semua item penelitian pada variabel Kepuasan nasabah (Y) memiliki koefisien korelasi≥ 0.3 atau nilai signifikansinya lebih kecil dari taraf nyata 5%.Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan tersebut dinyatakan valid atau mampu mengukur variabel tersebut dan dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data dalam penelitan ini.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan teknik*Cronbach's Alpha*.Kriteria suatu instrument dikatakan reliabel apabila koefisien *Cronbach's Alpha* ≥ 0.6. Berikut hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner penelitian akan dijelaskan sebagaimana dibawah ini:

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 4.13
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,836	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,872	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,896	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2019

Berdasarkan hasil uji reliabilitas instrumen penelitian diketahui bahwa semua nilai *Cronbach's Alpha* ≥ 0.6. Dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan/angket pada variabel kualitas layanan, kualitas produk, dan kepuasan nasabah dinyatakan reliabel dalam mengukur variabel tersebut.Sehingga dapat dipergunakan sebagai alat pengumpul data dalam penelitian ini.

4.1.4 Deskripsi variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian yang merupakan bagian dari analisis statistic deskriptif bertujuan untuk mengetahui distribusi frekuensi jawanam responden terhadap kuisioner yang telah dibagikan dan menggambarkan secara lebih mendalam variabel yang diteliti yaitu variabel Kualitas Layanan (X1), variabel Kualitas produk (X2), dan variabel Kepuasan Nasabah (Y1). Distribusi frekuensi diperoleh dari hasil skor jawaban responden. Berikut interpretasi skor menurut Riduwan dan Kuncoro (2007).

Tabel 4.14
Interpretasi Skor

No	Nilai rata-rata (Mean)	Kriteria
1	1.00-1.80	Sangat rendah/ sangat tidak setuju
2	1.81-2.60	Rendah/ tidak setuju
3	2.61-3.40	Cukup tinggi/ ragu-ragu
4	3.41-4.20	Tinggi/ setuju
5	4.21-5.00	Sangat tingg/ sangat setuju

Sumber: Riduwan dan Kuncoro, (2007)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

1. Variabel Kualitas Layanan

Pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) dalam penelitian ini terdiri dari 6 indikator yaitu bukti fisik, keandalan, jaminan, daya tanggap, empati. Presepsi responden terhadap variabel Kualitas Layanan (X1) dapat dilihat pada tabel 4.9.

Tabel 4.15
Deskripsi Variabel Kualitas Layanan

Indikator	Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
		f	%	F	%	f	%	f	%	f	%	
Bukti Fisik	1	0	0%	1	1%	13	9%	90	60%	46	31%	4.207
	2	0	0%	11	7%	36	24%	77	51%	26	17%	3.787
	3	0	0%	0	0%	9	6%	94	63%	47	31%	4.253
	4	1	1%	5	3%	44	29%	83	55%	17	11%	3.733
Keandalan	5	0	0%	3	2%	14	9%	93	62%	40	27%	4.133
	6	1	1%	8	5%	7	5%	82	55%	52	35%	4.173
	7	0	0%	6	4%	7	5%	88	59%	49	33%	4.200
Jaminan	8	1	1%	0	0%	9	6%	82	55%	58	39%	4.307
	9	1	1%	3	2%	9	6%	87	58%	50	33%	4.213
	10	0	0%	1	1%	9	6%	88	59%	52	35%	4.273
Daya Tanggap	11	0	0%	4	3%	15	10%	89	59%	42	28%	4.127
	12	0	0%	2	1%	12	8%	95	63%	41	27%	4.167
	13	0	0%	3	2%	19	13%	95	63%	33	22%	4.053
Empati	14	0	0%	7	5%	12	8%	84	56%	47	31%	4.140
	15	0	0%	1	1%	5	3%	84	56%	60	40%	4.353
Mean Variabel												4.141

Sumber: Data Diolah 2019

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Dari tabel 4.9 diatas, dari 140 responden yang diteliti, nilai rata-rata (mean) sebesar 4.141 dimana angka tersebut berada diantara skor (4) tinggi/setuju sehingga variabel Kualitas Layanan (X1) diprespsikan atau dianggap sebagai variabel yang baik oleh responden.

Pada indikator Bukti Fisik terdapat 4 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Dapat diketahui bahwa dari 140 reponden untuk item pertama mengenai ”kenyamanan dan kebersihan ruangan” paling banyak 90 responden atau 60% menyatakan setuju, dan 46 responden atau 31% menyatakan sangat setuju bahwa BRI Marthadinata memiliki ruang tunggu yang nyaman dan bersih. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.207 berada pada kategori tinggi/setuju.

Item kedua mengenai “ketersediaan tempat parkir” paling banyak 77 responden atau 51% menyatakan setuju, dan 36 responden atau 24% menyatakan netral bahwa BRI Marthadinata memiliki tempat parkir yang luas. Rata-rata skor pada item ini sebesar 3.787 berada pada kategori tinggi/setuju.

Item ketiga mengenai “penampilan dan kerapihan karyawan” paling banyak 94 responden atau 63% menyatakan setuju, serta 47 responden atau 31% menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BRI Marthadinata memiliki penampilan yang rapi dan professional. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4,253 berada pada kategori sangat tinggi/sangat setuju.

Item keempat mengenai “kondisi toilet bersih dan nyaman” paling banak 83 responden atau 55% menyatakan setuju, serta sebanyak 44 responden atau 29% menyatakan netral. Rata-rata skor pada item ini sebesar 3.733 berada pada kategori tinggi/ setuju.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Pada indikator Keandalan terdapat 3 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 140 responden untuk item kelima mengenai "pelayanan yang diberikan karyawan sesuai dengan yang dijanjikan" paling banyak 93 responden atau 62% menyatakan setuju, dan sebanyak 40 responden atau 27% menyatakan sangat setuju bahwa pelayanan yang diberikan karyawan BRI Marthadinata telah sesuai dengan yang dijanjikan,. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.133 berada pada kategori tinggi/setuju .

Item keenam mengenai "karyawan yang mampu memberikan informasi dengan jelas" paling banyak 82 responden atau 55% menyatakan setuju, serta sebanyak 52 responden atau 35% menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BRI Marthadinata mampu memberikan informasi dengan jelas. Rata-rata skor pada item ini adalah 4.173 berada pada kategori tinggi/setuju.

Item ketujuh mengenai "pelayanan yang diberikan karyawan tanpa membedakannya" paling banyak 88 responden atau 59% menyatakan setuju, serta sebanyak 49 responden atau 33% menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BRI Marthadinata melayani semua nasabah tanpa membedakannya. Rata-rata skor pada item ini adalah 4.200 berada pada kategori tinggi/setuju.

Pada indikator Jaminan terdapat 3 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 140 responden untuk item kedelapan mengenai "kemampuan karyawan dalam menjaga rahasia nasabah" paling banyak 82 responden atau 55% menyatakan setuju, serta sebanyak 58 responden atau 39% menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BRI

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Marthadinata mampu menjaga kerahasian data nasabah. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.307 berada pada kategori sangat tinggi/sangat setuju.

Item kesembilan mengenai "kemampuan karyawan dalam menanamkan rasa aman pada nasabah" paling banyak 87 responden atau 58% menyatakan setuju, dan sebanyak 50 responden atau 33% menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BRI Marthadinata mampu menanamkan rasa aman pada nasabah. Rata-rata skor pada item ini adalah 4.213 berada pada kategori sangat tinggi/sangat setuju.

Item kesepuluh mengenai "ketepatan dan ketelitian karyawan dalam melayani nasabah" paling banyak 88 responden atau 59% menyatakan setuju, serta sebanyak 52 responden atau 35% menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BRI Marthadinata tepat dan teliti dalam melayani nasabah. Rata-rata skor pada item ini adalah 4.273 berada pada kategori sangat tinggi/sangat setuju.

Pada indikator Daya tanggap terdapat 3 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 140 responden untuk item kesebelas mengenai "ketanggapan karyawan dalam melayani nasabah" paling banyak 89 responden atau 59% menyatakan setuju , dan sebanyak 42 responden atau 28% menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BRI Marthadinata melayani nasabah dengan cepat dan tanggap. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.127 berada pada kategori tinggi/ setuju.

Item keduabelas mengenai "respon karyawan dalam menangani keluhan nasabah" paling banyak 95 responden atau 63% menyatakan setuju, serta sebanyak 41 responden atau 27% menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BRI

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Marthadinata menangani dan merespon keluhan nasabah. Rata-rata skor pada item ini adalah 4.167 berada pada kategori tinggi/setuju.

Item ketigabelas mengenai ”pelayanan yang diberkian tepat waktu” paling banyak 95 responden atau 63% menyatakan setuju, dan sebanyak 33 responden atau 22% menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BRI Marthadina memberikan pelayanan secara tepat waktu kepada nasabah. Rata-rata skor pada item ini adalah 4.053 berada pada kategori tinggi/setuju.

Pada indikator Empati terdapat 2 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 140 responden untuk item keempatbelas mengenai “kemampuan karyawan dalam memberikan perhatian” paling banyak 84 responden atau 56% menyatakan setuju, dan sebanyak 47 responden atau 31% menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BRI Marthadinata mampu memberikan perhatian kepada nasabah. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.140 berada pada kategori tinggi/ setuju.

Item kelimabelas mengenai ”kemampuan karyawan dalam berkomunikasi” paling banyak 84 responden atau 56% menyatakan setuju, dan sebanyak 60 responden atau 40% menyatakan sangat setuju bahwa karyawan BRI Marthadina mampu berkomunikasi baik dengan nasabah. Rata-rata skor pada item ini adalah 4.353 berada pada kategori sangat tinggi/sangat setuju.

2. Variabel Kualitas Produk

Pada variabel Kualitas Produk (X2) dalam penelitian ini terdiri dari 5 indikator yaitu kinerja, keragaman produk, keandalan, pelayanan, dan kualitas

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

yang dipresepsikan. Presepsi responden terhadap variabel Kualitas Produk (X2) dapat dilihat pada tabel 4.10

Tabel 4.16
Deskripsi Variabel Kualitas Produk

Indikator	Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
		f	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Kinerja	1	0	0%	3	2%	22	15%	98	65%	27	18%	3.993
	2	0	0%	6	4%	30	20%	100	67%	14	9%	3.813
	3	0	0%	3	2%	40	27%	88	59%	19	13%	3.820
	4	0	0%	1	1%	13	9%	91	61%	45	30%	4.200
Keragaman Produk	5	0	0%	3	2%	27	18%	84	56%	36	24%	4.020
	6	0	0%	0	0%	19	13%	72	48%	59	39%	4.267
	7	0	0%	0	0%	18	12%	83	55%	49	33%	4.207
Keandalan	8	0	0%	0	0%	22	15%	88	59%	40	27%	4.120
	9	0	0%	0	0%	19	13%	88	59%	43	29%	4.160
Pelayanan	10	0	0%	1	1%	15	10%	84	56%	50	33%	4.220
Kualitas yang dipresepsikan	11	0	0%	2	1%	12	8%	92	61%	44	29%	4.187
	12	0	0%	1	1%	17	11%	90	60%	42	28%	4.153
	13	0	0%	1	1%	8	5%	96	64%	45	30%	4.233
Mean Variabel												4.107

Sumber : Data Diolah, 2019

Dari tabel 4.10 diatas, dari 140 responden yang diteliti, nilai rata-rata (mean) sebesar 4.094 dimana angka tersebut berada diantara skor (4) tinggi/setuju sehingga variabel Kualitas Produk (X2) dipresepsikan atau dianggap sebagai variabel yang baik oleh responden.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Pada indikator Kinerja terdapat 4 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Untuk item pertama mengenai ”pencairan dana yang dilakukan tepat waktu” paling banyak 98 responden atau 65% menyatakan setuju dan 27 responden atau 18% menyatakan sangat setuju bahwa pencairan dana dari setiap produk BRI Marthadinata dilakukan secara tepat waktu. Rata-rata skor pada item ini sebesar 3.993 berada pada kategori tinggi/setuju bahwa pencairan dana dari setiap produk BRI Marthadinata dilakukan secara tepat waktu.

Item kedua mengenai ”Keuntungan optimal dari produk deposito” paling banyak 100 responden atau 67% menyatakan setuju dan 30 responden atau 20% menyatakan netral bahwa produk Deposito BRI Marthadinata memberikan keuntungan yang optimal. Rata-rata skor pada item ini sebesar 3.813 berada pada kategori tinggi/setuju.

Item ketiga mengenai ”tingkat suku bunga kredit yang rendah” paling banyak 88 responden atau 59% menyatakan setuju, serta 40 responden atau 27% menyatakan netral bahwa tingkat suku bunga kredit di BRI Marthadinata rendah. Rata-rata skor pada item ini sebesar 3.820 berada pada kategori tinggi/setuju.

Item keempat mengenai ”produk tabungan yang dijamin LPS” paling banyak 91 responden atau 61% menyatakan, serta 45 responden atau 30% menyatakan sangat setuju setuju bahwa produk tabungan BRI Marthadinata aman karena dijamin LPS. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.200 berada pada kategori tinggi/setuju.

Pada indikator Keragaman Produk terdapat 3 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

140 reponden untuk item kelima mengenai ”keragaman produk yang ditawarkan BRI marthadinata” paling banyak 84 responden atau 56% menyatakan setuju dan 36 responden atau 24% menyatakan sangat setuju bahwa BRI Marthadinata menyediakan produk yang menarik dan beragam. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.020 berada pada kategori tinggi/setuju.

Item keenam mengenai ”Ketersediaan fasilitas layanan mandiri berupa m-banking” paling banyak 72 responden atau 48% menyatakan dan 59 responden atau 39% menyatakan sangat setuju setuju bahwa BRI Marthadinata menyediakan produk layanan mandiri berupa m-banking. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.267 berada pada kategori sangat tinggi/ sangat setuju.

Item ketujuh mengenai ”ketersedian fasilitas berupa e-money” paling banyak 83 responden atau 55% menyatakan dan 49 responden atau 33% menyatakan sangat setuju setuju bahwa BRI Marthadinata menyediakan produk berupa e-money. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.207 berada pada kategori tinggi/ setuju.

Pada indikator Keandalan terdapat 2 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Untuk item kedelapan mengenai ”kemudahan bertransaksi melalui m-banking” paling banyak 88 responden atau 59% menyatakan setuju dan 40 responden atau 27% menyatakan sangat setuju bahwa produk m-banking BRI Marthadinata memberikan kemudahan dalam bertransaksi bagi nasabah. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.120 berada pada kategori tinggi/setuju.

Item kesembilan mengenai ”kenyamanan dan keamanan dalam berinvestasi” paling banyak 88 responden atau 59% menyatakan setuju, serta 43

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

responden atau 29% menyatakan sangat setuju bahwa BRI Marthadinata memnerikan rasa aman dan nyaman dalam berinvestasi. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.160 berada pada kategori tinggi/setuju.

Pada indikator Pelayanan terdapat 1 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Untuk item kesepuluh mengenai ”produk-produk BRI Marthadinata memberikan manfaat dan sangat membantu” paling banyak 84 responden atau 56% menyatakan setuju bahwa produk-produk BRI Marthadinata memberikan manfaat dan sangat membantu, serta 50 responden atau 33% menyatakan sangat setuju. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.220 berada pada kategori tinggi/setuju.

Pada indikator Kualitas yang dipresepsikan terdapat 3 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Untuk item kesebelas mengenai ”Pilihan nasabah memilih BRI Marthadinata sebagai tempat menabung” paling banyak 92 responden atau 61% menyatakan setuju bahwa BRI Marthadinata menjadi pilihan nasabah untuk menabung, dan 44 responden atau 29% menyatakan sangat setuju. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.187 berada pada kategori tinggi/setuju.

Item keduabelas mengenai ”kesesuaian informasi produk dengan kualitas produk” paling banyak 90 responden atau 60% menyatakan setuju dan 42 responden atau 28% menyatakan sangat setuju bahwa informasi yang disampaikan dari produk BRI Marthadinata sesuai dengan kualitas produk,. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.153 berada pada kategori tinggi/setuju.

Item ketigabelas mengenai ”kemudahan memperoleh pelayanan” paling banyak 96 responden atau 64% menyatakan setuju bahwa nasabah dapat

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

memperoleh kemdahan dalam hal pelayanan di BRI Marthadinata, dan 45 responden atau 30% menyatakan sangat setuju. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.233 berada pada kategori sangat tinggi/sangat setuju.

3. Variabel Kepuasan Nasabah

Pada variabel Kepuasan Nasabah dalam penelitian ini terdiri dari 4 indikator yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, kemudahan. Presepsi responden terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y1) dapat dilihat pada tabel 4.11.

Tabel 4.17
Deskripsi Variabel Kepuasan Nasabah

Indikator	Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
		f	%	F	%	F	%	f	%	f	%	
Kual Produk	1	0	0%	2	1%	25	17%	86	57%	37	25%	4.053
	2	1	1%	4	3%	17	11%	90	60%	38	25%	4.067
Kualitas Pelayanan	3	0	0%	4	3%	14	9%	97	65%	35	23%	4.087
	4	1	1%	10	7%	41	27%	70	47%	28	19%	3.760
	5	0	0%	9	6%	26	17%	74	49%	41	27%	3.980
	6	0	0%	0	0%	13	9%	90	60%	47	31%	4.227
	7	0	0%	2	1%	13	9%	93	62%	42	28%	4.167
Emosional	8	0	0%	3	2%	16	11%	96	64%	35	23%	4.087
	9	0	0%	1	1%	26	17%	84	56%	39	26%	4.073
	10	0	0%	2	1%	26	17%	84	56%	38	25%	4.053
Kemudahan	11	0	0%	2	1%	13	9%	84	56%	51	34%	4.227
	12	0	0%	1	1%	7	5%	81	54%	61	41%	4.347
	Mean Variabel											4.094

Sumber: Data Diolah (2019).

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Dari tabel 4.11 diatas, dari 140 responden yang diteliti, nilai rata-rata (mean) sebesar 4.094 dimana angka tersebut berada diantara skor (4) tinggi/setuju sehingga variabel Kualitas Produk (X2) dipresepsikan atau dianggap sebagai variabel yang baik oleh responden.

Pada indikator Kualitas Produk terdapat 2 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 140 reponden untuk item pertama mengenai ”kepuasan nasabah terhadap produk BRI Marthadinata” paling banyak 86 responden atau 57% menyatakan setuju dan 37 responden atau 25% menyatakan sangat setuju bahwa nasabah merasa puas terhadap produk yang ditawarkan BRI Marthadinata. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.053 berada pada kategori tinggi/setuju bahwa nasabah merasa puas terhadap produk yang ditawarkan BRI Marthadinata.

Item kedua mengenai ”nasabah selalau melakukan kegiatan menabung dan meminjam uang di BRI Marthadinata” paling banyak 90 responden atau 60% menyatakan setuju bahwa nasabah selalau melakukan kegiatan menabung dan meminjam uang BRI Marthadinata, serta 38 responden atau 25% menyatakan sangat setuju. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.067 berada pada kategori tinggi/setuju bahwa nasabah selalau melakukan kegiatan menabung dan meminjam uang BRI Marthadinata.

Pada indikator Kualitas Pelayanan terdapat 5 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 140 reponden untuk item ketiga mengenai ”kepuasan nasabah terhadap pelayanan BRI Marthadinata” paling banyak 97 responden atau 65% menyatakan setuju,

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

serta 35 responden atau 23% menyatakan sangat setuju bahwa nasabah merasa puas terhadap pelayanan dari BRI Marthadinata. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.087 berada pada kategori tinggi/setuju bahwa nasabah merasa puas terhadap pelayanan dari BRI Marthadinata.

Item empat mengenai ”kepuasan nasabah dengan BRI Marthadinata sehingga tidak beralih ke bank lain” paling banyak 70 responden atau 47% menyatakan setuju dan 41 responden atau 27% menyatakan netral bahwa nasabah merasa puas terhadap BRI Marthadinata sehingga tidak beralih ke bank lain. Rata-rata skor pada item ini sebesar 3.760 berada pada kategori tinggi/setuju bahwa nasabah merasa puas terhadap BRI Marthadinata sehingga tidak beralih ke bank lain.

Item kelima mengenai ”nasabah tidak pernah mengeluh dan melakukan complain terhadap pelayanan BRI Marthadinata” paling banyak 74 responden atau 49% menyatakan setuju ,dan 41 responden atau 27% menyatakan sangat setuju bahwa nasabah tidak pernah mengeluh dan melakukan complain terhadap pelayanan BRI Marthadinata . Rata-rata skor pada item ini sebesar 3.980 berada pada kategori tinggi/setuju.

Item keenam mengenai ”pengalaman baik yang diberikan BRI Marthadinata kepada nasabah” paling banyak 90 responden atau 60% menyatakan setuju dan 47 responden atau 31% menyatakan sangat setuju bahwa BRI Marthadinata memberikan pengalaman yang baik bagi nasabah. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.227 berada pada kategori sangat tinggi/sangat setuju

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Item ketujuh mengenai ”kepuasan nasabah terhadap kinerja karyawan BRI Marthadinata” paling banyak 93 responden atau 62% menyatakan setuju dan 42 responden atau 28% menyatakan sangat setuju bahwa nasabah merasa puas terhadap kinerja karyawan BRI Marthadinata. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.167 berada pada kategori tinggi/setuju.

Pada indikator Emosional terdapat 3 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 140 reponden untuk item kedelapan mengenai ”Kepercayaan diri menjadi nasabah BRI Marthadinata” paling banyak 96 responden atau 64% menyatakan setuju dan 35 responden atau 23% menyatakan sangat setuju bahwa nasabah merasa percaya diri saat menjadi nasabah BRI Marthadinata. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.087 berada pada kategori tinggi/setuju.

Item kesembilan mengenai “Kebanggan menjadi nasabah BRI Marthadinata” paling banyak 84 responden atau 56% menyatakan setuju dan 39 responden atau 26% menyatakan sangat setuju bahwa nasabah merasa bangga saat menjadi nasabah BRI Marthadinata. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.073 berada pada kategori tinggi/setuju.

Item kesepuluh mengenai “BRI Marthadinata member nilai tambah” paling banyak 84 responden atau 56% menyatakan setuju dan 38 responden atau 25% menyatakan sangat setuju bahwa nasabah merasa BRI Marthadinata memberikan nilai tambah. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.053 berada pada kategori tinggi/setuju.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Pada indikator Kemudahan terdapat 2 item pernyataan yang diberikan kepada responden. Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa dari 140 reponden untuk item kesebelas mengenai ”kemudahan mendapatkan informasi mengenai BRI Marthadinata” paling banyak 84 responden atau 56% menyatakan setuju dan 51 responden atau 34% menyatakan sangat setuju bahwa nasabah dapat dengan mudah mendapatkan informasi mengenai BRI Marthadinata. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.227 berada pada kategori sangat tinggi/sangat setuju.

Item keduabelas mengenai “kemudahan melakukan transaksi perbankan” paling banyak 81 responden atau 54% menyatakan setuju dan 61 responden atau 41% menyatakan sangat setuju bahwa nasabah merasa mudah dalam melakukan transakdi perbankan di BRI Marthadinata. Rata-rata skor pada item ini sebesar 4.347 berada pada kategori sangat tinggi/sangat setuju.

4.1.5 Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti terdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan uji Kolmogorov-Smirnov. Jika nilai signifikan dari hasil uji Kolmogorov-Smirnov >0,05. Maka normalitas terpenuhi. Hasil uji normalitas disajikan dalam tabel berikut ini:

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Tabel 4.18
Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

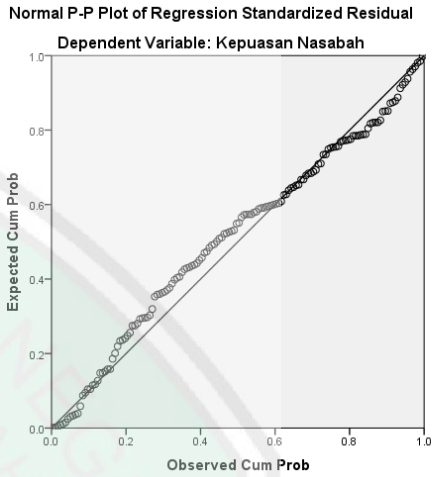
		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.72075190
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.059
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.963
Asymp. Sig. (2-tailed)		.312

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Diolah (2019)

Gambar 4.1
Grafik P.P Lot



Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov yang tersaji dalam tabel 4.12 diatas telah diperoleh nilai Sig. (2-tailed) 0,312 > 0,05. Dengan demikian instrumen penelitian ini dinyatakan normal. Sedangkan dengan uji grafik Normal P-P Lot diperoleh titik-titik plot berhimpit dengan garis diagonal sehingga residual mengikuti distribusi normal dan asumsi normal terpenuhi.

2. Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (variabel independent). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolinieritas. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflaction Faactor*), jika

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

VIF disekitar angka 1 dan tidak melebihi angka 10. Berikut adalah hasil dari instrumen penelitian yang disajikan dalam tabel.

Tabel 4.19
Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan	.846	1.182
	Kualitas Produk	.846	1.182

Sumber: Data Diolah (2019)

Dari hasil pengujian di atas, diperoleh nilai sig. VIF X_1 1,182 < 10, X_2 1,182 < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas pada instrumen penelitian ini. Artinya korelasi antar variabel bebas (independen) lemah. Sehingga dalam penelitian ini tidak perlu melakukan perubahan pada variabel penelitian maupun sampel. Karena jika terjadi multikolinieritas, cara yang digunakan yaitu harus merubah variabel atau sampel penelitian.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini dilakukan untuk menguji apakah dalam sebuah model terjadi ketidaksamaan varians residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Adapun varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang tetap, maka disebut dengan homokedastisitas, sedangkan model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas. Ketika suatu pedoman model regresi bebas dari

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

heteroskedastisitas maka tidak ada pola yang jelas serta titik-titiknya menyebar diatas dan dibawah angka nol pada sumbu Y.

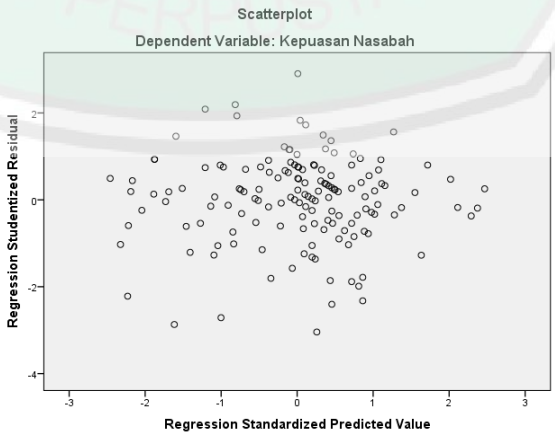
Heteroskedastisitas diuji menggunakan uji koefisien korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolut residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Bila signifikan hasil korelasi lebih besar dari 0,05 (5%) maka asumsi heteroskedastisitas terpenuhi. Hasil uji heteroskedastisitas disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.20
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model		T	Sig.
1	(Constant)	2.640	.009
	Kualitas Layanan	-1.379	.170
	Kualitas Produk	-.334	.739

Sumber: Data Diolah (2019)

Gambar 4.2
Grafik Scare Plot



Sumber: Data Diolah (2019)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 4.13 diatas diperoleh nilai signifikansi setiap variabel bebas lebih dari 0,05 sehingga asumsi heteroskedastisitas terpenuhi. Sedangkan hasil uji menggunakan grafik Scatter plot pada gambar diatas diketahui bahwa titik-titik plot tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu sehingga asumsi heteroskedastisitas terpenuhi.

4. Uji Autokorelasi

Uji asumsi ini bertujuan untuk medeteksi ada tidaknya autokorelasi, melalui metode tabel *Durbin-Watson* yang dapat dilakukan melalui program SPSS. Ada beberapa kriteria dalam pengambilan keputusan bebas autokorelasi dengan cara melihat nilai Durbin-Watson. Durbin-Watson telah menetapkan batas atas (du) dan batas bawah (dL) pada taraf nyata 5% dan 1% yang selanjutnya dikenal dengan tabel Durbin Watson. Untuk mengetahui adanya autokorelasi digunakan nilai Durbin Watson, adapun kriterianya pengujiannya yaitu sebagai berikut:

a) Bila nilai D-W dibawah 0 sampai 1,5 berarti ada Autokorelasi
b) Bila nilai D-W diantara 1,5 sampai 2,5 berarti tidak ada Autokorelasi
c) Bila nilai D-W diatas 2,5 sampai 4 berarti ada Autokorelasi negative

Tabel 4.21
Hasil Uji Autokorelasi

Durbin-Watson	dU	4-dU
1,708	1,760	2,240

Sumber: Data Diolah (2019)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Dari perhitungan data diatas menunjukkan bahwa nilai DW sebesar 1,708. Karena nilai ini berada diantara 1,5 dan 2,5, maka menunjukkan tidak terjadi autokorelasi.

4.1.6 Hasil Pengujian data

1. Uji Regresi Linier Berganda

Dalam penelitian mengani Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah, untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y) data yang telah dikumpulkan dalam hal ini diolah menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan SPSS Statistic for Windows versi 16. Hasil analisi regresi linier berganda disajikan dalam tabel 4.15 berikut:

Tabel 4.22
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.572	4.046		.141	.888
	Kualitas Layanan	.168	.061	.169	2.777	.006
	Kualitas Produk	.714	.067	.652	10.718	.000

Sumber: Data Diolah (2019)

Dari hasil regresi yang ditunjukkan pada tabel di atas dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

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

$$Y = 0{,}572 + 0{,}168\ X_1 + 0{,}714\ X_2 + e$$

Model persamaan regresi yang dapat diuraikan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi *standardized* adalah sebagai berikut:

1. Konstanta

   Nilai konstanta (a) sebesar 0,572 menunjukkan jika kualitas layanan (X1), dan kualitas produk (X2) bernilai 0, maka kepuasan nasabah (Y) bernilai positif adalah sebesar 0,572

2. Koefisien Kualitas Layanan (X1)

   Koefisien variabel Kualitas Layanan (X1) sebesar 0,168 mengidentifikasikan bahwa variabel Kualitas Layanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BRI Marthadinata (Y). Hal ini menunjukan bahwa setiap peningkatan nilai Kualitas Layanan sebesar satu satuan akan mempengaruhi nilai Kepuasan Nasabah BRI Marthadinata atau semakin baik kualitas layanan maka semakin meningkat kepuasan nasabah.

3. Koefisien Kualitas Produk (X2)

   Koefisien variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,714 mengidentifikasikan bahwa variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah BRI Marthadinata (Y). Hal ini menunjukan bahwa setiap peningkatan nilai Kualitas Produk sebesar satu satuan akan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

mempengaruhi nilai Kepuasan Nasabah BRI Marthadinata atau semakin baik kualitas produk maka semakin meningkat kepuasan nasabah.

Berdasarkan persamaan dapat diketahui bahwa variabel bebas yang paling berpengaruh adalah variabel kualitas produk dengan koefisien 0,714, sedangkan variabel kualitas layanan berpengaruh paling rendah dengan koefisien 0,168.

2. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi untuk variabel bebas lebih dari 2 (dua) diperoleh dari *Adjust R Square*, sebagai berikut:

Tabel 4.16

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735[a]	.540	.534	3.74598

Sumber: Data Diolah (2019)

Dari hasil perhitungan menggunakan SPSS 16.0 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (adjusted R square) yang diperoleh sebesar 0,540. Hal ini berarti 53,4% kepuasan nasabah BRI Marthadinata dipengaruhi oleh variabel kualitas layanan (X1) dan kualitas produk (X2), sedangkan sisanya 46,6% diperngaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.1.7 Hasil Pengujian Hipotesis

1. Uji F (Simultan)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependennya. Hasil uji F dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.17

Hasil Perhitungan Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2421.838	2	1210.919	86.295	.000[b]
	Residual	2062.755	147	14.032		
	Total	4484.593	149			

Sumber: Data Diolah (2019)

Dari hasil analisis regresi menunjukan bahwa hasil signifikansi sig F < 5% atau sebesar (0,000 < 0,05) dan didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 86,295 sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ (86,296 > 3,058). Maka dari hasil analisis diatas dapat diartikan bahwa secara bersama-sama variabel bebas Kualitas Layanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y1) BRI Marthadinata. Dengan kata lain Ha : diterima artinya Kualitas Layanan (X1) dan Kualitas Produk (X2) berpengaruh seara simultan terhadap variabel Kepuasan Nasabah (Y1) BRI Marthadinata

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

2. Uji t (Parsial)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel independen (kualitas layanan dan kualitas produk) terhadap variabel dependen (kepuasan nasabah). Sementara itu secara parsial pengaruh dari kedua variabel independen tersebut terhadap kepuasan nasabah ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.18

Hasil Perhitungan Uji t

Model		T	Sig.
1	(Constant)	.141	.888
	Kualitas Layanan	2.777	.006
	Kualitas Produk	10.718	.000

Sumber: Data Diolah (2019)

Berdasarkan tabel diatas diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Layanan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y1)

   Pengujian hipotesis secara parsial variabel kualitas layanan terhadap variabel kepuasan nasabah menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 2.777 > t_{tabel} sebesar 1,976 atau signifikansi t kurang dari 5% (0,006 < 0,05), artinya variabel kualitas layanan (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah .

2. Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Kepauasan Nasabah (Y1)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Pengujian hipotesis secara parsial variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan nasabah menghasilkan nilai t_{hitung} sebesar 10,718 > t_{tabel} sebesar 1,976 atau signifikansi t kurang dari 5% (0,000 < 0,05), artinya variabel kualitas layanan (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah .

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian statistic, terlihat bahwa variabel-variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Pengaruh dari kedua variabel tersebut bersifat positif dan signifikan, dengan kata lain kualitas layanan dan kualitas produk di BRI Cabang Malang Marthadinata akan meningkatkan kepuasan nasabah. Hal tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan serta sesuai dengan penelitian sebelumnya. Pengaruh variabel-variabel tersebutakan dijelaskan sebagai berikut.

4.2.1 Analisis dan Interpretasi Secara Simultan

Berdasarkan hasil uji F dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai tersebut lebih kecil dari derajat kepercayaan yang telah ditentukan yaitu sebesar 5% (0,000<0,05) dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Malang Marthadinata. Maka hal ini menunjukan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk yang diberikan oleh BRI Cabang Malang Marthadinata secara umum sudah baik. Hal ini ditunjukan dengan feedback positif dari responden atas pelayanan dan produk yang diberikan.Sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan oleh Parasurama, Berry dan Zenthamal (dalam Lupiyoadi 2006)

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Melisaa Tanuwijaya (2013) mengatakan bahwa kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan. Dengan demikian hasil tersebut memiliki kesamaan dengan penleitian ini dimana kualitas layanan dan kualitas produk berpengaruh terhadapkepuasan nasabah BRI Cabang Malang Marthadinata. Dalam Pandangan islam yang telah dijelaskan dalam Al-Quran Surat Al-Imran ayat 159 yang berisikan :

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ ٱللَّهِ لِنتَ لَهُمْ ۖ وَلَوْ كُنتَ فَظًّا غَلِيظَ ٱلْقَلْبِ لَٱنفَضُّوا۟ مِنْ حَوْلِكَ ۖ فَٱعْفُ عَنْهُمْ وَٱسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِى ٱلْأَمْرِ ۖ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى ٱللَّهِ ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يُحِبُّ ٱلْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : "*Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya*. (Q.S Ali Imran:159).

Berdasarkan ayat diatas dijelaskan bahwasannya setiap manusia dituntut berlaku lemah lembut agar orang lain merasa nyaman bila berada disampingnya, Hal tersebut sangatlah dibutuhkan dalam memberikan pelayanan, konsumen memiliki banyak pilihan bila pelaku bisnis tidak memberikan kenyamanan maka konsumen dapat berpindah keperusahaan lain.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4.2.2 Analisis dan Interpretasi Secara Parsial

Secara parsial variabel kualitas layanan (X1) dan kualitas produk (X2) apakah berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y), hal ini dapat dilihat hal ini dapat dilihat dengan membandingkan nilai signifikan dengan derajat kepercayaan (α) sebesar 5%, apabila nilai signifikan lebih kecil dari derajat kepercayaan maka secara parsial ada pengaruh antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah begitupun juga sebaliknya. Maka hasil dari tiap-tiap variabel dapat diketahui sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Layanan (X1)

Hasil analisis menunjukan t_{hitung} sebesar 2,77 > dari pada t_{tabel} 1,976 dan nilai signifikansi 0,006 < dari pada level of significance (α=5%), hal ini menunjukan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Dengan demikian hal ini membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari (bukti fisik, keandalan, jaminan, daya tanggap dan empati) merupakan faktor yang perlu dipertimbangkan untuk memberikan kepuasan terhadap nasabah.

Sesuai dengan pendapat Tjiptono (2005) “kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan”.Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hidayat (2009) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, hal ini berarti semakin baik kualitas layanan yang diberikan kepada nasabah maka nasabah semakin merasa puas terhadap layanan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

tersebut. Untuk mewujudkan suatu layanan berkualitas yang bermuara padakepuasan maka bank harus mampu mengidentifikasi siapa nasabahnya.

Dalam prespektif islam lebih ditekankan untuk selalu menepati setiap janji yang telah dibuat ketika melayani seorang nasabah, dan dinyatakan sebagaimana yang dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91.

وَأَوْفُواْ بِعَهْدِ ٱللَّهِ إِذَا عَٰهَدتُّمْ وَلَا تَنقُضُواْ ٱلْأَيْمَٰنَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ ٱللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا ۚ إِنَّ ٱللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُون

Artinya : "*dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat*" (Q.S An Nahl:91).

2. Variabel Kualitas Produk (X2)

Hasil analisis menunjukan t_{hitung} sebesar 10,718 > dari pada t_{tabel} 1,976 dan nilai signifikansi 0,000 < dari pada level of significance (α=5%), hal ini menunjukan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Sesuai dengan pendapat Kotler (2003) mengatakan *A product is anything that can be offered to a market to satisfy a want or need.* Berdasarkan hasil penelitian dari Inka, Suharyono, dan Andriani (2014) menyatakan bahwa Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Hal tersebut sama dengan penelitian ini bahwa kualitas

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah BRI Cabang Malang Marthadinata.

Dalam konsep islam, Menurut Al Muslih (2004, 331-386), ada tiga hal yang perlu dipenuhi dalam menawarkan sebuah produk:

a. Produk yang ditawarkan memiliki kejelasan barang, kejelasan ukuran/ takaran, kejelasan komposisi, tidak rusak/ kadaluarsa dan menggunakan bahan yang baik.
b. Produk yang diperjual-belikan adalah produk yang halal dandalam promosi maupun iklan tidak melakukan kebohongan.

Hal ini juga dijelaskan dalam Al-Quran Surat Al Muthaffifiin (1-3):

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ۝ ٱلَّذِينَ إِذَا ٱكْتَالُوا۟ عَلَى ٱلنَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ۝ وَإِذَا كَالُوهُمْ أَو وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

"Kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang, (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi"

Uraian diatas jelas mengatakan bahwa hukum menjual produk cacat dan disembunyikan adalah haram. Artinya, produk meliputi barang dan jasa yang ditawarkan pada calon pembeli haruslah yang berkualitas sesuai dengan janji.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah PT.BRI Cabang Malang Marthadinata dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t). Variabel Kualitas Pelayanan (X1) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT.BRI Cabang Malang Marthadinata. Sehingga semakin baik kualitas pelayanan yang diberiankan maka semakin tinggi kepuasan nasabah PT.BRI Cabang Malang Marthadinata.
2. Berdasarkan hasil uji secara parsial (Uji t). Variabel Kualitas Produk (X2) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah PT.BRI Cabang Malang Marthadinata. Sehingga semakin baik kualitas dari suatu produk yang diberiankan maka semakin tinggi kepuasan nasabah PT.BRI Cabang Malang Marthadinata.
3. Berdasarkan hasil pengujian simultan atau secara bersama-sama melalui (Uji F). Variabel Kualitas Layanan dan Kualitas Produk secara simultan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT.BRI Cabang Malang Marthadinata. Hal ini terlihat dari Fhitung > Ftabel (86,295 > 3,058) dan tingkat signifikansinya 0,000 < 0,05. Ini menandakan bahwa dari keseluruhan faktor kualitas layanan dan kualitas produk secara bersama-sama atau

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

simultah berpengaruh terhadap Kepuasan nasbah PT.BRI Cabang Malang Marthadinata.

5.2 Saran

Dari hasil kesimpulan diatas, bisa dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perusahaan atau pihak lain yang berkepentingan. Adapun saran, antara lain :

1. Penelitian ini hendaknya dapat sebagai bahan evaluasi dan masukan bagi pihak manajemen PT.BRI Cabang Malang Marthadinata. Hendaknya guna meningkatkan kualitas pelayanan perusahaan dapat meningkatkan pelayanan yang telah diberikan, dengan memberikan pelatihan dan meningkatkan kinerja karyawan dan meminimalisir tugas-tugas karyawan yang tidak diperlukan agar kualitas pelayanan lebih optimal sehingga tercipta kepuasan dari nasabah
2. Tingakat kepuasan nasabah mengenai kualitas produk lebih dioptimalkan dengan seperti menambah nilai produk dengan cara memberikan informasi yang lebih jelas mengenai suatu produk, selain itu dengan melakukan inovasi-inovasi terhadap produknya agar lebih menarik, kompetitif dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.
3. Bagi akademis diharapkan penelitian ini dapt digunakan untuk menambah sumbangsi pemikiran sebagai bahan pertimbangan dan informasi dalam kajian yang berkaitan dengan penelitian ini serta menambah kepustakaan di bidang perbankan terutama mengenai kepuasan nasabah dan dapat dijadikan bahan bacaan untuk menambah wawasan dan ilmu perbankan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

4. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat lebih mengembangkan dan menjadikan penelitian ini sebagai bahan acuan dan referrensi dalam penelitian sejenis dengan menambah beberapa variabel lain seperti promosi, dan citra bank, penelitian ini masih memeliki banyak keterbatasan dan masih banyak kajian yang belum disentuh dalam penelitian ini

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an dan Terjemahannya

Al Idrus, Salim. 2017. Strategi Pembelajaran Kewirausahaan. Malang. Media Nusa Creative.

Al Idrus, Salim. 2018. Model Pengelolaan Koperasi Berbasis Kinerja. Malang. Media Nusa Creative.

Al Muslih, Abdullah, dan Shala Ash-Shawi. 2004. *Fikih Ekonomi Keuangan Islam*. Jakarta:Darul Haq.

Ariani,Dorothea Wahyu. 2003. *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Arief. 2007. *Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan*. Malang: Banyumedia Publishing.

Arikunto, S. 2002. *Metedologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakart: PT. Rineka Cipta.

Asghar. 2011. Study The Effects Of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyality. *Journal Of Humanities and Social Science*. Vol 1 No.7.

Asnawi dan Masyhuri. 2009. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN Press.

Assauari. 2003. *Manajemen Pemasaran Jasa Jilid I*. Jakarta: PT. Gramedia.

Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajeme: Pedoman Penelitian Untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.

Basrah Saidin & Samsul Arifin. 2012. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Rancj Market. *Jurnal Riset Sains Indonesia*. Vol.3 No.1

Craven, David W. 1994. *Strategic Marketing.Amerika*:MacGraw-Hill.

Darmawi, Haermawan. 2011. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Penerbit Bumi Aksara.

Endarwati. 2013. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelyanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank BRI Cabang Simpang Empat. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*. Vol.1 No.3.

Feigenbau AV. 2000. *Kendali Mutu Terpadu Edisi 1: Jilid3*. Jakarta: Erlangga.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Ghozali, Imam. 2001. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponegoro.

Hasan, Ali. 2009. *Marketin*g. Yogyakarta: MaedPress.

Heizer, Jay, Barry Render, Chuck Muson. 2010. *Manajemen Operasi:Edisi Ketujuh Buku 1*.Jakarta: Salemba Empat.

Hidayat. 2009. Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk , dan Nilai Nasabah terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol 11 No. 1, pp 59-42.

Inka Janita Sembiring, Suharyono, & Andriani Kusumawati. 2014. Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan McDonal's M.T Haryono Malang). *Journal Administrasi Bisni*. Vol 15 No.1.

Irwan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Karina Hartono. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan Basuki Rahmat Surabaya. *Jurnal Ilmiah Masiswa Surabaya*. Vol 2, No 2.

Keegan,Warren J. 2007. *Manajemen Pemasaran Global Edisi:Keenam*. Jakarta: Penerbit Gramedia.

Kotler dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran: Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi 12*.Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2003. *Marketing Management*. London: Pretince Hall.

Kotler,Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid II Edisi 10*. Jakarta: PT. Prenhallindo.

Latipun. 2006. *Psikologi Eksperimen*. Malang: UMM Press.

Lijan. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta:Graha Ilmu.

Lupiyoadi, Rambat, A Hamdani. 2000. *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi II*. Jakarta: Salemba Empat.

Melissa Tanuwijaya. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pipop Copy. *Jurnal Berkala Ilmu Ekonomi*. Vol. 7 No.1.

Minh, Huan Huu. 2016. The Relationship Between Service Quality, Customer Satisfaction, and Customer Loyality: An Investigation In Vietnamese Retail Banking Sectors. *Journal Of Competitiveness*. Vol 8,pp 103-116.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Mowen, John C dan Minor. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlanggan.

Nanang Martono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Press.

Nur, Ilfi Diana. 2008. *Hadis-Hadis Ekonomi*. Malang: UIN Press.

Parasuraman, A.A. Zethaml, V, and L.Berry, L.1985. A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research". *Journal of Marketing*. Vol.49 (fall).

Ratnasari, Ririn Tri dan Mastuku. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Sandy Widjoyo Putro, Hatane Semuel, & Ritzky Karina. 2014. Pengaruh Kualitas layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran.* Vol 2. No.1, pp 1-9.

Sari Atul Hilaliyah, Achmad Helmy, & Christin Susilowati. 2017. Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Yang Dimoderasi Oleh Suasana Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Mahasiswa Pelanggan Kafe Ria Djenaka Malang). *Jurnal Bisnis dan Manajemen*. ISSN 1829-7528. Vol. 4 No.2. pp 172-187.

Schiffman,Kanuk.2007.*Consumer Behavior Edisi ke 9*. London: Prentice Hall.

Sugiyono. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung:Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2012.*Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Buku Seru.

Supardi. 2005. *Metodelogi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta:UII Press.

Supriyanto, Achmad Sani & Vivin Maharani. 2013. *Metodelogi Penelitian Sumber Daya Manusia (Teori, Kuisioner dan Analisi Data).* Malang: UINMALIKIPress.

Tias Windarti & Mariaty Ibrahim. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV. Donat Madu Cihanjuang-Pekan Baru). *Jurnal Online Mahasiswa FISIP*. Vol 4 No 2, pp 1-10.

Tjiptono, Fandi. 2008. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV. Andi Ofsett.

Tjiptono,Fandi. 2005. *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*. Malang: Banyumedia Publishing.

Wibisono, Dermawan. 2011. *Manajemen Kinerja Perusahaan*. Jakarta: Errlangga.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUISIONER PENELITIAN

SURVEI KEPUASAN NASABAH TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK PADA PT.BANK RAKYAT INDONESIA

Kepada Responden Yang Terhormat

Dalam rangka menyelesaikan studi/ tugas akhir di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Kementrian Agama, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, maka dari itu diperlukan dukungan Bapak/ Ibu/ Saudara(i) untuk membantu saya mengisi kuesioner ini.

Kuesioner ini diedarkan untuk mengetahui tingkat kepuasan nasabah pengguna jasa perbankan khususnya PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Untuk itu, saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/ Ibu/ Saudara(i) meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Masukkan informasi yang jujur, benar, dan akurat, sangat diharapkan agar informasi ilmiah yang akan disajikan benar-benar dapat dipertanggung jawabkan dan berguna bagi peningkatan kualitas pelayanan PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk. Terima kasih atas bantuan dan kesediaanya dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini.

A. Petunjuk Pengisian Kuisioner

Responden dapat memberikan jawaban dengan member tanda (√) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan.

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Sangat Setuju	(SS)
Setuju	(S)
Netral	(N)
Tidak Setuju	(TS)
Sangat Tidak Setuju	(STS)

Data responden dan semua informasi yang diberikan dijamin kerahasiannya. Oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuisioner dengan sebenarnya dan seobjektif mungkin.

B. Identitas Responden

1. Nama : …….
2. JenisKelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
3. Usia (tahun) : ☐ 17-25 ☐ 26-35 ☐ 36-45 ☐ >45
4. Pekerjaan :
   ☐ Mahasiswa/Pelajar
   ☐ Pegawai Negeri Sipil (PNS)
   ☐ Karyawan Swasta
   ☐ Wiraswasta/Wirausaha
5. Berapa lama Anda menjadi Nasabah Bank BRI Kanca Malang Marthadinata ?
   ☐ 1 tahun ☐ 1-3 tahun ☐ lebih dari 3 tahun
6. Pendapatan Per Bulan?
   ☐ Rp. < 1.500.000 ☐ Rp.1500.000-3.000.000
   ☐ Rp. 3.000.000-4.500.000 ☐ Rp. >4.500.000

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

1. Kualitas Layanan

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Ruang tunggu terasa nyaman dan bersih					
2	Bank BRI memiliki tempat parkir yang luas					
3	Penampilan karyawan BRI rapi dan professional					
4	Keadaan toilet bersih dan nyaman					
5	Karyawan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan					
6	Karyawan mampu memberikan informasi dengan jelas					
7	Karyawan melayani semua nasabah tanpa membedakannya					
8	Karyawan mampu menjaga rahasia nasabah					
9	Karyawan mampu menanamkan rasa aman					
10	Karyawan yang tepat dan teliti dalam melayani nasabah					
11	Karyawan yang cepat dan tanggap melayani nasabah					
12	Karyawan menangani semua keluhan nasabah.					
13	Pelayanan yang diberikan tepat waktu					
14	Karyawan memiliki perhatian kepada nasabah					
15	Karyawan mampu berkomunikasi dengan baik					

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Kualitas Produk (X2)

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Pencairan dana dilakukan dengan tepat waktu					
2	Deposito memberikan keuntungan yang optilmal					
3	Tingkat suku bunga kredit rendah					
4	Dengan menabung di BRI, saya merasa aman karena dijamin Lembaga Penjamin Simpanan					
5	Produk yang ditawarkan Bank BRI menarik dan beragam					
6	Bank BRI menyediakan layanan mandiri berupa m-banking					
7	Bank BRI menyediakan e-money					
8	Kemudahan dalam proses transaksi melalui m-banking					
9	Memberikan rasa aman dan nyaman dalam berinvestasi					
10	Produk Bank BRI memberikan manfaat dan sangat membantu					
11	Bank BRI menjadi pilihan nasabah dalam menabung					
12	Informasi produk yang disampaikan sesuai dengan kualitas produk					
13	Kemudahan memperoleh pelayanan					

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Kepuasan Nasabah (Y1)

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Nasabah merasa puas dengan produk dari bank BRI					
2	Nasabah menabung dan meminjam uang di BRI					
3	Nasabah merasa puas dengan pelayanan dari Bank BRI					
4	Nasabah merasa puas dan tidak beralih ke bank lain					
5	Tidak pernah mengeluh dan melakukan complain terhadap pelayanan dari Bank BRI					
6	Bank BRI memberikan pengalaman yang baik dalam melayani nasabah					
7	Kinerja karyawan bank BRI sesuai sesuai yang diharapkan nasabah					
8	Percaya diri saat menjadi nasabah bank BRI					
9	Bangga menjadi nasabah Bank BRI					
10	Bank BRI memberikan nilai tambah terhadap nasabah					
11	Informasi mengenai Bank BRI mudah didapat					
12	Kemuadahan dalam melakukan setiap transaksi di Bank BRI					

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Lampiran 2

Variabel Kualitas Layanan (X1) & Kualitas Produk (X2)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13
5	3	5	4	4	2	5	5	5	2	5	4	5	4	4	4	4	3	5	5	5	3	4	4	2	4	5	4
4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5
5	4	5	4	4	5	2	5	5	3	5	5	4	4	4	4	2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	3	5	5	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4
4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5
4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	4	3	2	2	3	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	2	3	3	4	4	4	2	4	4
5	3	5	3	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	5	3	5	3	5	5	4	3	4	4
4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3
4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	2	4	4	3	3	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4
2	4	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4
3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG
LIBRARY

5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	3	3	5	4	5	4	4	3	3	5	5	5
4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4
3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	2	2	2	2	1	3	3	3	3	3
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3
4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4
3	2	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	3	3	3	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	3	5	5	5	3	4	4	4	4	3	5
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	5	3	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	3	4	3	5	5	5	4	5	4	5	5
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4
4	3	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	2	3	4	3	3	3	4	4	5
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	3	4
4	4	4	3	5	3	3	5	4	4	5	5	5	5	5	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3
4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4
4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5
4	3	4	3	4	4	4	3	3	5	5	5	4	5	5	3	2	2	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4
5	3	5	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5	2	2	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF M

4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2
3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4	5	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3
3	3	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	3	3
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
5	3	5	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4
3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	3	3	4	5	5	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	3	3	5	4	5	3	3	4	5	5	5	5
5	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5
4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5
3	2	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4
5	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	5	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	2	2	1	3	3	4	5	4	4	5	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5

UNIVERSITY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG LIBRARY

5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	3	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5
5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4
4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5
4	3	4	3	3	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5
4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5
4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4
4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5
5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
3	2	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4

UNIVERSITY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF
LIBRARY

5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4
5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5
5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4
4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4
5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4

LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF M

5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4
5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5
5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5
4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4
5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
4	2	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	2	2	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	5	4	4
4	3	4	2	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	2	4	1	4	4	2	4	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5
4	3	4	2	4	4	4	4	1	4	4	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	2	4	2	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4
4	4	4	3	5	2	3	5	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4
4	3	5	4	3	3	3	3	4	4	4	2	4	2	4	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	5	5
4	3	5	3	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4
4	2	5	4	2	4	2	4	5	3	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4
5	2	5	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	3	4	2	4	4	4	4	3	4	2	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
5	4	5	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5
4	4	5	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	5	4	4	4	1	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5	5	3	2	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4

LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF M

Variabel Kepuasan Nasabah (Y1)

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12
4	5	5	5	5	5	5	5	3	2	2	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4
5	4	5	4	4	5	5	4	4	3	3	4
3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5
3	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	4
4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5
4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	2	4	3	3	3	3	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	1	4	1	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4
5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	5
4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4
4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG
LIBRARY

2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	4
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3
3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	5
3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4
4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5
3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	5	5
4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	3	2	4	3	4	3	3	4	4
3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	4
3	4	4	3	2	4	4	3	3	4	4	4
3	5	4	2	3	3	4	4	4	3	3	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	5	5
3	3	2	2	2	4	2	2	3	3	4	2
3	4	3	3	2	3	4	3	3	3	4	3

LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF

3	2	3	2	4	3	3	3	2	2	2	3
4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3
5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4
5	3	5	5	5	5	4	3	3	4	5	5
5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5
4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
3	5	3	4	4	4	3	4	5	5	5	5
2	3	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	5
4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4
4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4
4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5
3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4
4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3
5	5	5	3	4	5	4	4	3	5	4	5
5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5

LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF

5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
5	3	5	3	4	4	4	4	4	5	5	5
3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5
4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5
4	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4
4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4
4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5
5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4

LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF

4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4
4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4
4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
5	5	4	4	4	5	5	5	4	3	3	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4
4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4

LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF

4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5
5	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	5
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4
4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5
5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5
4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4
3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5
5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5
2	2	2	4	4	5	5	5	4	4	4	4

LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF

Lampiran 3

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Karyawan	Persentase (%)
Pria	57	38%
Wanita	93	62 %
Total	150	100 %

Usia

Usia	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
17-25 Tahun	22	14,6%
26-35 Tahun	87	58%
36-45 Tahun	31	20,6%
>45 Tahun	10	6,8%
Total	150	100%

Lama Menjadi Nasabah

Lama Menjadi Nasabah	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
1 Tahun	19	12,7%
1-3 Tahun	47	31,3%
>3 Tahun	84	56%
Total	150	100%

Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	14	9,3%
Pegawai Negeri Sipil	49	32,7%
Pegawai Swasta	41	27,3%
Wirausaha	46	30,7%
Total	150	100%

Pendapatan

Pekerjaan	Jumlah Nasabah	Persentase (%)
Rp. 1.500.000	16	10,7%
Rp. 1.500.000-3.000.000	53	35,3%
Rp. 3.000.000-4.500.000	60	40%
Rp. >4.500.000	20	14%
Total	150	100%

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Lampiran 4

Uji Validitas

Kualitas Pelayanan (X1)

		TX1
X1.1	Pearson Correlation	.433**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X1.2	Pearson Correlation	.482**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X1.3	Pearson Correlation	.466**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X1.4	Pearson Correlation	.512**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X1.5	Pearson Correlation	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X1.6	Pearson Correlation	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X1.7	Pearson Correlation	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X1.8	Pearson Correlation	.536**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X1.9	Pearson Correlation	.642**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X1.10	Pearson Correlation	.597**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X1.11	Pearson Correlation	.486**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X1.12	Pearson Correlation	.533**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X1.13	Pearson Correlation	.569**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X1.14	Pearson Correlation	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X1.15	Pearson Correlation	.493**
	Sig. (2-tailed)	.000

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

	N	150
TX1	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	

	N	150

Kualitas Produk (X2)

		TX2
X2.1	Pearson Correlation	.585**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X2.2	Pearson Correlation	.569**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X2.3	Pearson Correlation	.496**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X2.4	Pearson Correlation	.611**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X2.5	Pearson Correlation	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X2.6	Pearson Correlation	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X2.7	Pearson Correlation	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X2.8	Pearson Correlation	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X2.9	Pearson Correlation	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X2.10	Pearson Correlation	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X2.11	Pearson Correlation	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X2.12	Pearson Correlation	.624**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
X2.13	Pearson Correlation	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
TX2	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	150

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Kepuasan Nasabah (Y)

		Y
Y1	Pearson Correlation	.664**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
Y2	Pearson Correlation	.598**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
Y3	Pearson Correlation	.696**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
Y4	Pearson Correlation	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
Y5	Pearson Correlation	.745**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
Y6	Pearson Correlation	.706**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
Y7	Pearson Correlation	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
Y8	Pearson Correlation	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
Y9	Pearson Correlation	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
Y10	Pearson Correlation	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
Y11	Pearson Correlation	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
Y12	Pearson Correlation	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	150
Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	150

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Lampiran 5

Uji Reliabilitas

Variabel Kualitas Layanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.835	.836	15

Variabel Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.872	.872	13

Variabel Kepuasan Nasabah (Y1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.894	.896	12

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Lampiran 6

Deskripsi Variabel

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Indikator	Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Bukti Fisik	1	0	0%	1	1%	13	9%	90	60%	46	31%	4.207
	2	0	0%	11	7%	36	24%	77	51%	26	17%	3.787
	3	0	0%	0	0%	9	6%	94	63%	47	31%	4.253
	4	1	1%	5	3%	44	29%	83	55%	17	11%	3.733
Keandalan	5	0	0%	3	2%	14	9%	93	62%	40	27%	4.133
	6	1	1%	8	5%	7	5%	82	55%	52	35%	4.173
	7	0	0%	6	4%	7	5%	88	59%	49	33%	4.200
Jaminan	8	1	1%	0	0%	9	6%	82	55%	58	39%	4.307
	9	1	1%	3	2%	9	6%	87	58%	50	33%	4.213
	10	0	0%	1	1%	9	6%	88	59%	52	35%	4.273
Daya Tanggap	11	0	0%	4	3%	15	10%	89	59%	42	28%	4.127
	12	0	0%	2	1%	12	8%	95	63%	41	27%	4.167
	13	0	0%	3	2%	19	13%	95	63%	33	22%	4.053
Empati	14	0	0%	7	5%	12	8%	84	56%	47	31%	4.140
	15	0	0%	1	1%	5	3%	84	56%	60	40%	4.353
	Mean Variabel											4.141

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Variabel Kualitas Produk (X2)

Indikator	Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Kinerja	1	0	0%	3	2%	22	15%	98	65%	27	18%	3.993
	2	0	0%	6	4%	30	20%	100	67%	14	9%	3.813
	3	0	0%	3	2%	40	27%	88	59%	19	13%	3.820
	4	0	0%	1	1%	13	9%	91	61%	45	30%	4.200
Keragaman Produk	5	0	0%	3	2%	27	18%	84	56%	36	24%	4.020
	6	0	0%	0	0%	19	13%	72	48%	59	39%	4.267
	7	0	0%	0	0%	18	12%	83	55%	49	33%	4.207
Keandalan	8	0	0%	0	0%	22	15%	88	59%	40	27%	4.120
	9	0	0%	0	0%	19	13%	88	59%	43	29%	4.160
Pelyanan	10	0	0%	1	1%	15	10%	84	56%	50	33%	4.220
Kual yg dipresepsikan	11	0	0%	2	1%	12	8%	92	61%	44	29%	4.187
	12	0	0%	1	1%	17	11%	90	60%	42	28%	4.153
	13	0	0%	1	1%	8	5%	96	64%	45	30%	4.233
	Mean Variabel											4.107

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Variabel Kepuasan Nasabah (Y1)

Indikator	Item	STS		TS		N		S		SS		Mean
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	
Kual Produk	1	0	0%	2	1%	25	17%	86	57%	37	25%	4.053
	2	1	1%	4	3%	17	11%	90	60%	38	25%	4.067
Kualitas Pelayanan	3	0	0%	4	3%	14	9%	97	65%	35	23%	4.087
	4	1	1%	10	7%	41	27%	70	47%	28	19%	3.760
	5	0	0%	9	6%	26	17%	74	49%	41	27%	3.980
	6	0	0%	0	0%	13	9%	90	60%	47	31%	4.227
	7	0	0%	2	1%	13	9%	93	62%	42	28%	4.167
Emosional	8	0	0%	3	2%	16	11%	96	64%	35	23%	4.087
	9	0	0%	1	1%	26	17%	84	56%	39	26%	4.073
	10	0	0%	2	1%	26	17%	84	56%	38	25%	4.053
Kemudahan	11	0	0%	2	1%	13	9%	84	56%	51	34%	4.227
	12	0	0%	1	1%	7	5%	81	54%	61	41%	4.347
	Mean Variabel											4.094

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Lampiran 7

Uji Asumsi Klasik

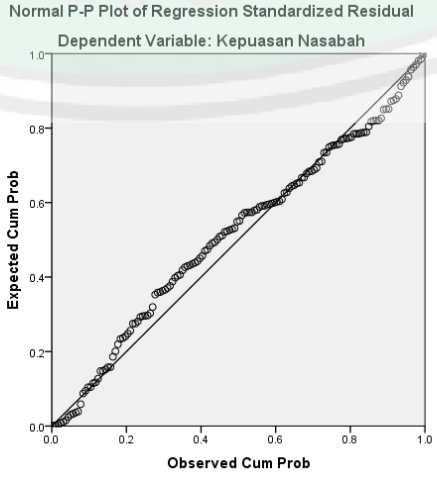
A. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.72075190
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.059
	Negative	-.079
Kolmogorov-Smirnov Z		.963
Asymp. Sig. (2-tailed)		.312

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



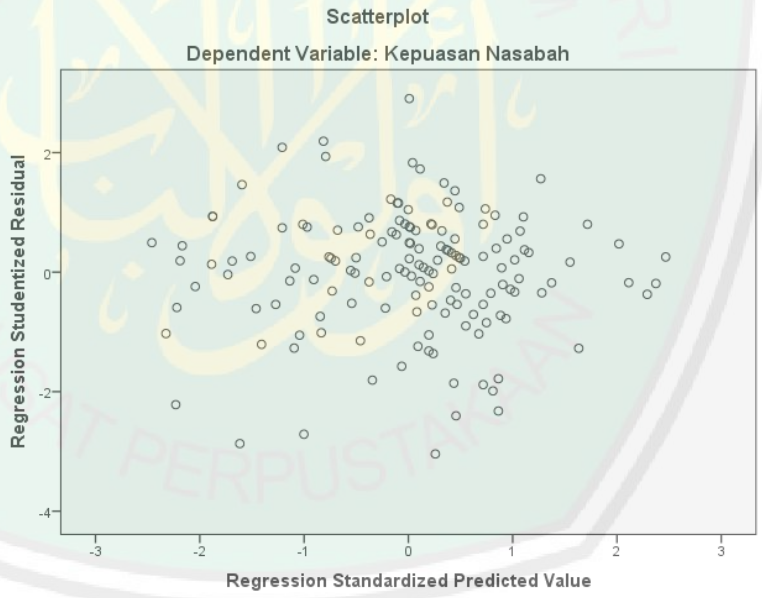
CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

B. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.939	2.629		2.640	.009
	Kualitas Layanan	-.054	.039	-.123	-1.379	.170
	Kualitas Produk	-.014	.043	-.030	-.334	.739

a. Dependent Variable: Abs.res



CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

C. Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Layanan	.846	1.182
	Kualitas Produk	.846	1.182

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

D. Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	Durbin-Watson
1	1.708[a]

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Lampiran 8

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735[a]	.540	.534	3.74598

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

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2421.838	2	1210.919	86.295	.000[b]
	Residual	2062.755	147	14.032		
	Total	4484.593	149			

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

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

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.572	4.046		.141	.888
	Kualitas Layanan	.168	.061	.169	2.777	.006
	Kualitas Produk	.714	.067	.652	10.718	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Uji F (Simultan)

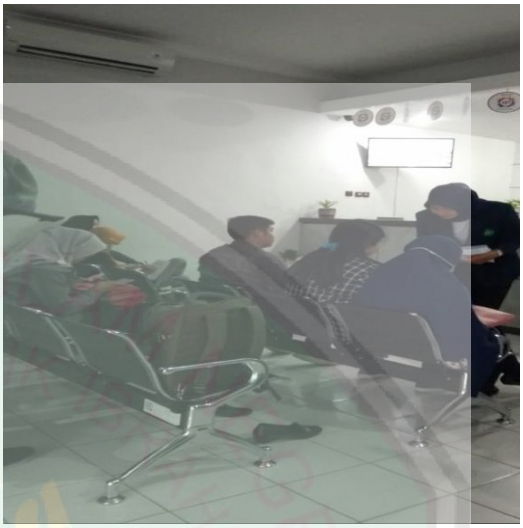
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2421.838	2	1210.919	86.295	.000[b]
	Residual	2062.755	147	14.032		
	Total	4484.593	149			

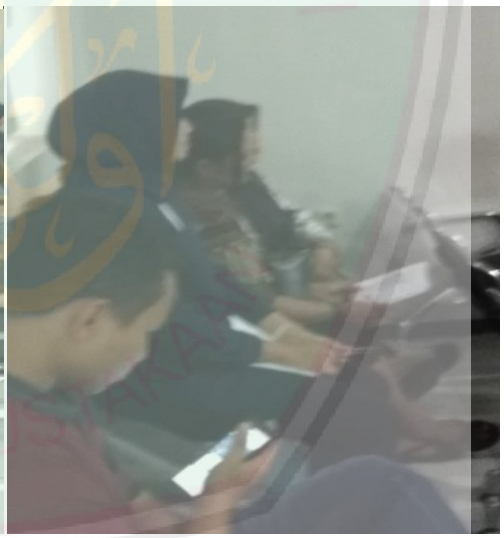
Uji T (Parsial)

Model		t	Sig.
1	(Constant)	.141	.888
	Kualitas Layanan	2.777	.006
	Kualitas Produk	10.718	.000

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Lampiran 9





CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

KEMENTRIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI
Jalan Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zuraidah, S.E.,M.SA
NIP : 197612102009122001
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Jihan Dinar Fauziah
NIM : 15510122
Handphone : 081231483822
Konsentrasi : Pemasaran
Email : Jihandinar61@gmail.com
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT.Bank Rakyat Indonesia Cabang Marthadinata Malang Jawa Timur)

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut di nyatakan ***BEBAS PLAGIARISME*** dari ***TURNITIN*** dengan nilai *Originaly report:*

SIMILARTY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATION	STUDENT PAPER
20%	18%	2%	16%

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 31 Mei 2019
UP2M

Zuraidah, S.E.,M.SA
197612102009122001

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada PT.BRI Cabang Marthadinata Malang Jawa Timur)

ORIGINALITY REPORT

20%	18%	2%	16%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	6%
2	www.slideshare.net Internet Source	3%
3	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	1%
4	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
5	Submitted to Universitas Diponegoro Student Paper	1%
6	Submitted to Universitas Brawijaya Student Paper	1%
7	repository.unhas.ac.id Internet Source	<1%
8	economics-spectacular.blogspot.com Internet Source	<1%

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

9	docplayer.info Internet Source	<1%
10	Submitted to Universitas Putera Batam Student Paper	<1%
11	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1%
12	eprints.umm.ac.id Internet Source	<1%
13	id.123dok.com Internet Source	<1%
14	eprints.stainkudus.ac.id Internet Source	<1%
15	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1%
16	Submitted to IAIN Pontianak Student Paper	<1%
17	Submitted to Universitas Muhammadiyah Surakarta Student Paper	<1%
18	www.scribd.com Internet Source	<1%
19	Submitted to iGroup Student Paper	<1%

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

20	eprints.uns.ac.id Internet Source	<1%
21	adoc.tips Internet Source	<1%
22	Submitted to Udayana University Student Paper	<1%
23	www.docstoc.com Internet Source	<1%
24	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	<1%
25	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1%
26	www.berimanblog.com Internet Source	<1%
27	media.neliti.com Internet Source	<1%
28	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<1%
29	core.ac.uk Internet Source	<1%
30	vdocuments.site Internet Source	<1%
31	Submitted to Universitas Negeri Surabaya The	<1%

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

	State University of Surabaya Student Paper	
32	www.pekerjadata.com Internet Source	<1%
33	Submitted to Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Student Paper	<1%
34	repository.unib.ac.id Internet Source	<1%
35	ar.scribd.com Internet Source	<1%
36	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1%
37	jesika-cerberus.blogspot.com Internet Source	<1%
38	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	<1%
39	Submitted to Universitas Muria Kudus Student Paper	<1%
40	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	<1%
41	pt.scribd.com Internet Source	<1%
42	Submitted to Fakultas Ekonomi dan Bisnis	

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

	Universitas Gadjah Mada Student Paper	<1%
43	Submitted to Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung Student Paper	<1%
44	eckoahmadi.blogspot.com Internet Source	<1%
45	docobook.com Internet Source	<1%
46	Submitted to UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Student Paper	<1%
47	fr.scribd.com Internet Source	<1%
48	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	<1%
49	Submitted to Trisakti University Student Paper	<1%

Exclude quotes	Off	Exclude matches	Off
Exclude bibliography	Off		

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BUKTI KONSULTASI

Nama : Jihan Dinar Fauziah

NIM/Jurusan : I5510122/Manajemen

Pembimbing : Dr. Lailatul Farida , S.Sos., M.A.B.

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Studi Pada PT.BRI Marthadinata Malang

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	06 Agustus 2018	Pengajuan Outline	1.
2.	30 Oktober 2018	Konsultasi BAB I - II	2.
3.	28 November 2018	Konsultasi BAB I -III	3.
4.	1 Februari 2019	Revisi BAB I-III	4.
5.	26 Februari 2019	Rancangan Kuisioner	5.
6.	15 April 2019	Konsultasi BAB I – V	6.
7.	24 April 2019	Revisi BAB I – V	7.
8	09 Mei 2019	Acc BAB I - V	8.

Malang, 09 Mei 2019

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen

Dr. Agus Sucipto, MM.

NIP 19670816 200312 1 001

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Jihan Dinar Fauziah

Tempat, tanggal lahir : Malang, 19 Juli 1997

Alamat Asal : Jl. Perum Gadang Regency Blok P4 No.2 Malang

Telepon/HP : 081231483822

E-mail : Jihandinar61@gamail.com

Pendidikan Formal

2002-2004 : TK Muslimat NU.06 Malang

2004-2010 : SDN Ciptomulto 1 Malang

2010-2013 : SMPN 2 Malang

2013-2015 : SMAN 2 Malang

2015-2019 : Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Pendidikan Non Formal

2012 : Program Khursus Bahasa Inggris LBPP LIA

2015-2016 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

2017 : English Language Center (ELC) Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Aktivitas dan Pelatihan

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

- Peserta Orientasi Pengenalan Akademik dan Kemahasiswaan (OPAK) Tahun 2015
- Peserta Orientasi Pengenalan Akademik dan Kemahasiswaan (OPAK) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang Tahun 2015
- Peserta Orientasi Jurusan Manajemen bertema "Mengembangkan Kreativitas dan Solidaritas Mahasiswa Manajemen Berlandaskan Semangat Ulul Albab" Tahun 2015
- Peserta Seminar Nasional "Youngpreneur Be a Marketing to be a Youngpreneur" Tahun 2015
- Peserta Sosialisasi Manasik Haji yang diselenggarakan olej Pusat Ma'had Al-Jami'ah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang Tahun 2015
- Peserta Seminar Nasional Kewirausahaan dan Pemuda Mandiri 2016 dengan tema "Peran Pemuda di Era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA)" Tahun 2016
- Peserta Seminar bedah buku "Sajak Langit" dan "Serasa Bukan Serasi" Tahun 2016
- Peserta Workshop "Penulisan Skripsi Integrasi Sains dan Islam" Tahun 2018

CENTRAL LIBRARY OF MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG