ARTIKEL

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN KOMITMEN TERHADAP KEPUASAN NASABAH KREDIT PADA BANK JATIM CABANG PEMBANTU REJOSO

Oleh:

NOVI KARTIKASARI

13.1.02.02.0019

Dibimbing oleh :

1. **Prof. Dr. SUGIONO, M.M.**
2. **RINO SARDANTO,M.Pd.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN

ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangandibawahini:

Nama Lengkap	:	Novi Kartikasari
NPM	:	13.1.02.02.0019
Telepon/HP	:	+6285735509694
Alamat Surel (Email)	:	novykartikasari123@gmail.com
Judul Artikel:		Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Komitmen terhadap Kepuasan Nasabah Kredit pada Bank Jatim Cabang Pembantu Rejoso
Fakultas – Program Studi	:	Ekonomi – Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:	Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat PerguruanTinggi	:	Jalan K.H. Achmad Dahlan 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa:

a. Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersamatimpenulis) dan bebas plagiatisme;
b. Artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 9 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Prof. Dr. Sugiono, M.M.	Rino Sardanto, M.Pd.	Novi Kartikasari
NIDN. 0014015706	NIDN. 0730127403	NPM. 13.1.02.02.0019

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN KOMITMEN TERHADAP KEPUASAN NASABAH KREDIT PADA BANK JATIM CABANG PEMBANTU REJOSO

Novi Kartikasari
13.1.02.02.0019
Ekonomi–Manajemen
novykartikasari123@gmail.com
Prof. Dr. Sugiono, M.M.
Rino Sardanto, M.Pd.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh ketatnya persaingan industri jasa perbankan. Bank merupakan suatu lembaga keuangan yang bergerak dibidang jasa keuangan. Bank sebagai lembaga jasa keuangan yang mempunyai fungsi sebagai perantara keuangan yang memobilisasi dana dari masyarakat dan menyalurkan dana tersebut kepada masyarakat dalam bentuk kredit untuk membiayai usaha atau kebutuhan konsumtif. Lembaga perbankan harus memperhatikan kelangsungan hidup bank dengan menjaga atau menimbulkan kepercayaan masyarakat pada sebuah bank agar nasabah yang ada tidak berpindah kepada bank lain.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan komitmen secara persial & simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah kredit pada Bank Jatim Cabang Pembantu Rejoso.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu dengan jumlah sampel 80 responden yang diperoleh dengan rumus slovin. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi dan uji hipotesis dengan bantuan program *SPSS for windows Versi 23*.

Hasil dari penelitian ini adalah (1) secara parsial kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan, sedangkan komitmen berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah kredit. (2) secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan komitmen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

KATA KUNCI : kualitas produk, kualitas pelayanan, komitmen, kepuasan nasabah.

I. LATAR BELAKANG

Era globalisasi semakin berkembang pesat mendorong dunia bisnis semakin kompetitif dan mempertajam persaingan yang akhirnya membawa konsekuensi, hanya perusahaan yang mempunyai kemampuan bersaing saja yang dapat bertahan. Persaingan yang selalu muncul dalam dunia bisnis mendorong munculnya pemikiran-pemikiran yang baru yang dapat membangun produk atau jasa yang memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Sehingga hal ini dapat memotivasi para manajer untuk mengembangkan kualitas produk atau jasa agar bersifat global untuk meningkatkan daya saing.

Agar dapat bersaing, bertahan hidup dan berkembang perbankan dituntut untu mampu memberikan pelayanan berkualitas yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Produk dan jasa yang tidak memenuhi kualitas pelanggan, dengan sangat mudah ditinggalkan dan akhirnya pelanggan beralih ke perusahaan/bank lain. Untuk mengantisipasi hal tersebut tentunya akan mengutamakan perluasan produk dan pelayanan yang berorientasi pada pelayanan yang mengutamakan kepuasan nasabah.

Kepuasan pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah bank, ketika pelanggan merasa puas akan suatu produk atau jasa, maka yang umumnya terjadi pelanggan akan terus menerus membeli dan menggunakannya. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler dan Amstrong, 2012:13). Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat salah satunya hubungan antara perbankan dan nasabahnya menjadi erat.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas produk. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut lainnya (Kotler dan Amstrong, 2012:283).

Selain kualitas produk, faktor lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima (Parasuman dalam Lupiyoadi, 2013:216).

Faktor lain yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah adalah komitmen.

Komitmen adalah suatu hubungan yang berharga yang perlu dipertahankan

terus, dimana masing-masing pihak bersedia bekerjasama untuk mempertahankan hubungan ini. Komitmen pelanggan dapat diartikan sebagaimkeinginan pelanggan yang berlangsung dalam waktu yang lama untuk mempertahankan hubungan yang bernilai atau menguntungkan dengan pihak perusahaan (Ellena, 2011:24).

Bank Jatim Cabang Pembantu Rejoso sebagai perusahaan jasa perbankan, tidak akan mungkin menghindar dari realita persaingan industri jasa perbankan yang semakin meningkat. Sehubungan dengan konteks kualitas produk, kualitas pelayanan dan komitmen dalam mempertahankan nasabah, Bank Jatim Cabang Nganjuk mengembangkan produk kredit. Produk kredit dalam pengembangan tersebut yaitu:

1. Kredit Usaha atau Kredit Produktif
   a) Kredit Mikro
   b) Kredit Pundi Kencana

Dengan adanya produk kredit usaha atau kredit produktif, maka diharapkan volume nasabah pengguna produk kredit semakin meningkat. Salah satu upaya yang harus dilakukan oleh perusahaan khususnya pada perusahaan yang bergerak di bidang perbankan adalah dengan menerapkan masalah kualitas pelayanan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik pada nasabah maka akan memberikan kepuasan bagi nasabah.

Berdasarkan uraian diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian untuk itu penulis melakukan penelitian dengan judul:**"Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Komitmen terhadap Kepuasan Nasabah Kredit pada Bank Jatim Cabang Pembantu Rejoso"**

Rumusan Masalah :

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah kredit pada Bank Jatim Cabang Pembantu rejoso ?
2. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Rejoso ?
3. Apakah ada pengaruh komitmen terhadap kepuasan nasabah Bank Jatim Cabang Pembantu Rejoso ?
4. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Komitmen terhadap Kepuasan nasabah pada Bank Jatim Cabang Pembantu Rejoso ?

II. METODE

Pendekatan dan Teknik Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:23) pendekatan kuantitaif adalah upaya untuk memecahkan masalah penelitian dengan

menggunakan perhitungan dan rumus-rumus. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari reponden.

Teknik penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Explanatory research* atau penelitian penjelasan. Menurut Sugiyono (2012:59) penelitian *Explonatory* adalah suatu metode penelitian yang bermaksud menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan kausal antara variabel satu dengan yang lain melalui pengujian hipotesis. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan alat bantu menggunakan wawancara dan kuisoner

Tempat dan Waktu Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan di kantor Bank Jatim Cabang Pembantu Rejoso Tahun 2017 yang berlokasi Jln. Raya Talang Rejoso,, Kecamatan Rejoso, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur, Indonesia.

Adapun waktu pelaksanaan proses penelitian ini memerlukan waktu 3 bulan yang terhitung mulai dari bulan April sampai dengan Juni 2017.

Populasi dan Sampel

Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah seluruh nasabah kredit usaha atau produktif Bank Jatim Cabang Pembantu Rejoso yang berjumlah 420 nasabah kredit dari bulan Januari sampai dengan bulan Juni 2017.

Menurut Sugiyono (2012:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini ialah *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2012:126) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dari pengertian tersebut agar dapat memudahkan peneliti menetapkan sifat-sifat dan karakter yang digunakan dalam penelitian ini. Sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini memiliki ketentuan yaitu semua Nasabah Kredit Usaha atau Produktif

Berdasarkan jumlah populasi Bank Jatim Cabang Pembantu Rejoso ± sebanyak 420 nasabah kredit. Oleh karena itu penulis menggunakan tehnik pengambilan sampel yang dirumuskan oleh Slovin (dalam Umar, 2007:78), yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N\,e^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = error sample yaitu 1-15%

Sehingga perhitungannya sebagai berikut:

$$n = \frac{420}{1 + 420\,(10\%)^2}$$

$$n = \frac{420}{1+420\,(0{,}01)} = 80 \text{ responden}$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas, maka peneliti akan mengambil sampel sebanyak 80 nasabah kredit.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

HASIL

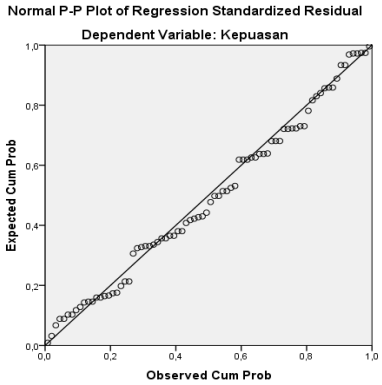
Model Summary[b]

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,731	1,892

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

b. Dependent Variable: Kepuasan

Uji Normalitas



Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	,177	5,641
	Kualitas Pelayanan	,288	3,468
	Komitmen	,185	5,391

a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan gambar diatas dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa dalam variabel-variabel ini berdistribusi normal.

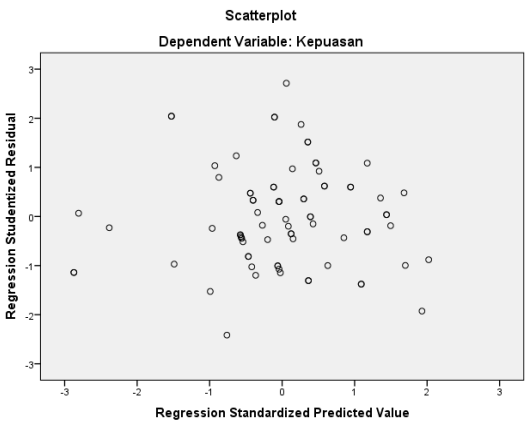
Uji Multikolinieritas

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan komitmen memiliki nilai *tolerance* 0,177; 0,288; 0,185 yang lebih besar dari 0,10 dan VIF sebesar 5,641; 3,468; 5,391 yang lebih kecil dari 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi hubungan antar variabel bebas asumsi multikolinieritas telah terpenuhi.

Uji Autokorelasi

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa nilai *Durbin Watson (DW Test)* sebesar 1,892. Nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 80 (n) dan jumlah variabel independen 3 (k=3), maka ditabel *durbin watson* akan didapatkan batas atas (du) 1,722, sehingga 4 – du = 4-1,722 = 2,278. Dengan demikian diketahui nilai *Durbin Watson* terletak antara du s/d 4 - du, sehingga dapat dinyatakan bahwa persamaan regresi tersebut tidak terdapat gejala autokorelasi dan uji asumsi klasik telah terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan gambar dapat diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil perhitungan tabel diatas, maka persamaan regresi disusun sebagai berikut:

$Y= 3,435 + 0,262_{X1} +0, 912_{X2} - 0,313_{X3}$

Artinya:

1. Nilai a 3,435 artinya variabel kualitas produk (X_1), kualitas pelayanan (x_2), dan komitmen (X_3) diasumsikan tidak memiliki pengaruh (=0) maka variabel Y (kepuasan nasabah memiliki nilai sebesar 3,435).
2. b_1 = 0,262 artinya apabila kualitas produk (X_1) naik 1 (satu) serta kualitas pelayanan (X_2), dan komitmen (X_3) tetap maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,262.
3. b_2 = 0,912 artinya apabila kualitas pelayanan (X_2) naik 1 (satu) serta kualitas produk (X_1) dan komitmen (X_3) tetap maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,912.
4. (X_3) tetap maka kepuasan nasabah akan naik sebesar 0,912.
5. b_3 = -0,313 artinya apabila komitmen (X_3) naik 1 (satu) serta kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) tetap maka kepuasan nasabah akan turun sebesar -0,313.
6. Variabel yang paling dominan dalam penelitian ini yaitu Kualitas Pelayanan dengan memperoleh nilai Beta sebesar 0,912, yang artinya kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	3,435	,756
	Kualitas Produk	,262	,058
	Kualitas Pelayanan	,912	,050
	Komitmen	-,313	,068

a. Dependent Variable: Kepuasan

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,969[a]	,940	,937

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

b. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui nilai adjusted *r square* adalah sebesar 0,937. Hal ini menunjukkan

besarnya pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan komitmen terhadap kepuasan nasabah adalah sebesar 93,7%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi kepuasan nasabah sebesar 6,3%, akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t (parsial)

Berdasarkan perhitungan diatas maka diketahui bahwa:

1) Variabel kualitas produk (X1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,478 signifikan pada 0,000. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 1,664 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan kualitas produk sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian terbukti bahwa kualitas produk (X1) secara persial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).
2) Variabel kualitas pelayanan (X2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 18,266 signifikan pada 0,000. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 1,664 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan harga sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan demikian terbukti bahwa kualitas pelayanan (X2) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah (Y).
3) Variabel komitmen (X3) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar -4,615 signifikan pada 0,000. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 1,664 yang berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H_0 diterima H_3 ditolak. Dengan demikian terbukti bahwa komitmen (X3) secara persial atau individu berpengaruh negatif terhadap kepuasan nasabah (Y).

Coefficients[a]

Model		T	Sig.
1	(Constant)	4,546	,000
	Kualitas Produk	4,478	,000
	Kualitas Pelayanan	18,266	,000
	Komitmen	-4,615	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Uji F (Simultan)

Berdasarkan tabel 4.12, dapat dilihat bahwa nilai signifikan yaitu 0,000 < 0,05 sehingga semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

KESIMPULAN

1. Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Kredit pada Bank Jatim Cabang Pembantu Rejoso.
2. Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit pada Bank Jatim Cabang Pembantu Rejoso.
3. Ada pengaruh negatif antara Komitmen terhadap Kepuasan Nasabah Kredit pada Bank Jatim Cabang Pembantu Rejoso.

4. Ada pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Komitmen terhadap Kepuasan Nasabah Kredit pada Bank Jatim Cabang Pembantu Rejoso. Dari tiga variabel yang paling kuat pengaruhnya adalah variabel kualitas pelayanan dan yang paling lemah adalah komitmen.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Ellena, F., & Rahardjo, D. S. (2011). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Komitmen, Komunikasi dan Penangan Keluhan Terhadap Loyalitas Nasabah. 1-29.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gujarati D.N., Porter C., 2010, *Dasar-Dasar Ekonometrika*, Edisi 5, Penerjemah : Eugenia Mardanugraha, Sita Wardhani, dan Carlos Mangunsong, Salemba Empat, Jakarta.

Kotler, Philip and Garry Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran.* Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, R. 2013. *Managemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Edisi ke-2. Jakarta : PT. Salemba Empat.

McClave J.T., Benson P.G., Sincich T., 2011, *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jilid 2 Edisi Kesebelas, Alih Bahasa : irzam hardiansyah, Erlangga, Jakarta.

Nurgiyantoro, B., Gunawan & Marzuki, 2004, *statistik Terapan Untuk Ilmu-ilmu Sosial*, Gadjah Mada University Press, Yogyakarta.

Priyanto, D., 2010, *Paham Analisa Statistik Data dengan SPSS*, Mediakom, Yogyakarta.

Riduwan, 2011, *Dasar-dasar Statistika*, Alfabeta, Bandung.

Santoso, S., 2011, *Mastering SPSS versi 19*, Alex Media Komputindo, Jakarta.

Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&G*. Bandung: ALFABETA.

ANOVA[a]

Model		F	Sig.
1	Regression	394,579	,000[b]
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: Kepuasan

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