

**PENGARUH LAYANAN PRIORITAS DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
KEPUASAAN NASABAH BANK BTN PRIORITAS CABANG MALANG**

Dexi Triadinda¹, Dwi Epty Hidayaty², Rengga Madya Pranata³

dexidinda@ubpkarawang.ac.id, dwi.epty@ubpkarawang.ac.id, rengga.madya@ubpkarawang.ac.id

Universitas Buana Perjuangan Karawang

Abstrak

Bank sebagai salah satu perusahaan jasa yang mementingkan kepuasan nasabah melalui penawaran layanan dan produk perbankan yang diminati oleh nasabah. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh layanan prioritas dan kualitas produk yang ditawarkan oleh Bank BTN Prioritas terhadap kepuasan nasabah. Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada 87 responden yaitu nasabah BTN Prioritas yang masih menjadi nasabah aktif di BTN Cabang Malang. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Penelitian menghasilkan temuan bahwa layanan prioritas memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap kepuasan nasabah bank prioritas dibandingkan dengan pengaruh dari kualitas produk prioritas.

Kata Kunci : Kualitas layanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah

Abstrack

The Bank as a service company that emphasizes customer satisfaction through offering quality banking services and products. The purpose of this study was to determine the effect of priority services and product quality offered by BTN Priority Banking on customer satisfaction. This research was conducted by distributing questionnaires to 87 respondents, namely BTN Priority Banking customers who are still active customers at BTN Malang Branch. This study uses multiple linear regression analysis. The study resulted in the findings that priority banking services have a greater influence on priority bank customer satisfaction than the effect of priority product quality.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Industri jasa perbankan yang mengalami kemajuan pesat akibat adanya kemajuan teknologi dan kebutuhan masyarakat pada jasa perbankan. Industri perbankan yang terus berjalan dinamis sering bertumbuhnya jumlah nasabah dari tahun ke tahun mengharuskan pihak perbankan merespon peningkatan nasabah dengan strategi yang tepat. Permasalahan utama yang dihadapi perbankan saat ini adalah bagaimana bank tersebut menarik, serta mampu mendekatkan keseluruhan layanan jasa perbankan dengan nasabah lama maupun calon nasabah baru dan mempertahankannya di jangka panjang agar bank tersebut selalu berkembang dan terbukti eksistensinya.

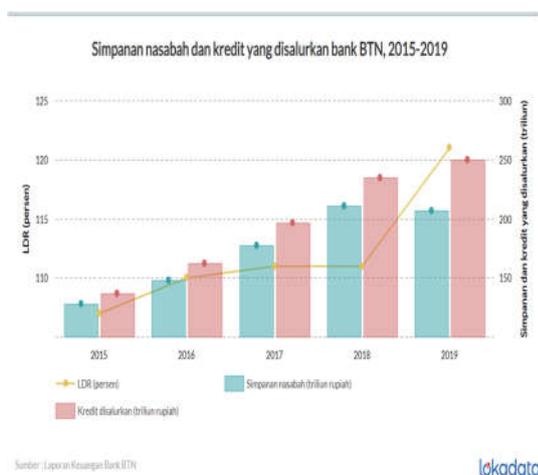
Tujuan tersebut akan tercapai jika perusahaan melakukan proses pemasaran dengan perencanaan yang terarah. Jumlah DPK atau dana pihak ketiga adalah salah satu indikator dimana bank tersebut selalu diminati dan terbukti eksistensinya melalui nasabah-nasabah yang percaya untuk menempatkan dananya pada perbankan tersebut. Bank BTN merupakan salah satu Bank BUMN yang memiliki jumlah DPK meningkat dari tahun ketahun.

Gambar 1. Jumlah DPK dan Kredit Bank BTN yang terus meningkat

Sumber : Laporan keuangan Bank BTN (2019)

Persaingan dalam bisnis perbankan yang semakin ketat mendorong para pelaku bisnis menciptakan atau menyediakan produk-produk yang inovatif sehingga dapat memberikan kemudahan bagi para pelanggannya. Dukungan teknologi menjadi pilihan agar penciptaan produk menjadi bermutu tinggi, pelayanan yang baik dan kemudahan bagi pelanggan dapat terwujud. Penerapan teknologi menjadi salah satu faktor penentu keunggulan kompetitif dalam persaingan bisnis yang semakin tajam dan cenderung berorientasi pada kepuasan nasabah. Berdasarkan hal tersebut Bank BTN meluncurkan layanan dan produk-produk yang lebih eksklusif serta diharapkan mampu memenuhi harapan dan kepuasan nasabah dalam layanan BTN prioritas. Melalui indikator peningkatan DPK dan jumlah kredit di Bank BTN secara keseluruhan dari tahun ketahun dapat terlihat bahwa nasabah pada Bank BTN terus meningkat setiap tahunnya.

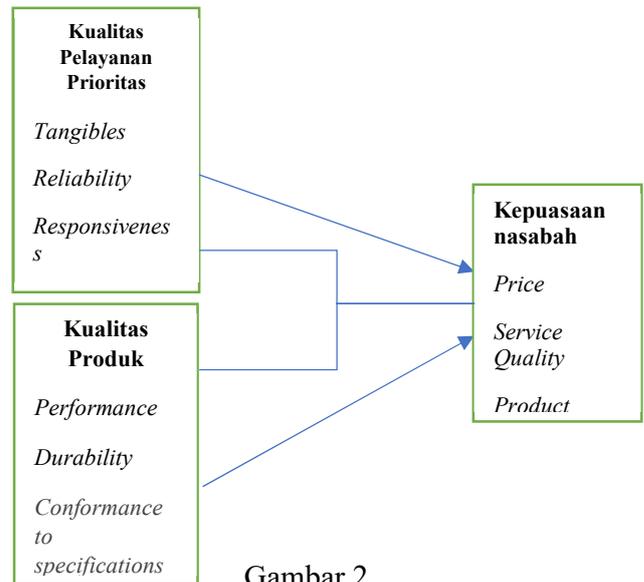
Kepuasan nasabah ditentukan oleh kualitas produk dan layanan yang dikehendaki nasabah, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi bank (Manuhutu, M., Aunalal, Z. I., & Tanihatu, M. 2021). Kualitas produk pada jasa perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut. Sebuah produk atau layanan perbankan dikatakan mempunyai nilai yang tinggi di mata nasabah apabila mampu memberikan kualitas, manfaat dan pengorbanan seminimal mungkin (Sinollah, S., & Masruroh, M. 2019). Berdasarkan uraian tersebut dapat diketahui kualitas produk pada jasa perbankan dan kualitas



layanan dapat mempengaruhi kepuasan nasabah.

Kualitas layanan menjadi faktor yang penting diteliti kembali karena merupakan hal dasar yang dibutuhkan nasabah. Kualitas pelayanan sangat diperlukan dengan memberikan dan memenuhi fasilitas dan respon sesuai keinginan nasabah terutama pada nasabah *priority banking*. Kualitas layanan eksklusif yang semakin baik seperti memberikan respon yang cepat yang melebihi harapan konsumen, tanggap terhadap keluhan nasabah, memberikan pelayanan yang ramah serta tata krama yang baik akan dapat memuaskan nasabah (Manuhutu, M., & Zany Irayati Aunalal, M. T. 2021). Kualitas layanan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dominan atau pelayanan merupakan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Kualitas produk menjadi faktor yang penting diteliti berikutnya karena produk dengan berbagai fitur yang melekat di dalamnya merupakan hal dasar yang dapat dipegang nasabah prioritas. Hanya produk dengan fitur yang sesuai dengan kebutuhan, kondisi dan harapan nasabah yang akan digunakan oleh nasabah. Keunggulan, kualitas atau superioritas produk seperti keunikan, nilai dan keuntungan yang ditawarkan akan lebih memberikan kepuasan kepada nasabah (Ahmaddien, I., & Widati, E.2019). Kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah karna produk yang berkualitas seperti memiliki daya tahan lama, kegunaan sesuai keinginan dan jaminan bila ada kesalahan dalam produk akan memuaskan nasabah (Putri Hardiati Rukmana. 2019).



Gambar 2
Kerangka Pikir

Sumber : Data diolah peneliti (2022)

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dengan metode kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan september 2021 sampai dengan Mei 2022 di Bank BTN KC Malang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 87 nasabah prioritas Bank BTN Kantor Cabang Malang. Variabel *Independent* (X) yang diteliti dalam penelitian ini ialah Kualitas Pelayanan (X1), dan Kualitas Produk (X2). Adapun variabel *dependent* dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah (Y).

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan Skala *Likert*, dengan memuat pernyataan dengan alternatif jawaban berjumlah (5). Jawaban dengan rentang skala 1-5 (sangat tidak setuju-tidak setuju-cukup setuju-setuju- sangat setuju).

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis regresi berganda, di mana variabel *dependent*

(Y) dalam penelitian ini dihubungkan dengan dua variabel *Independent* yang menunjukkan diagram hubungan yang linear. Variabel *Independent* yang digunakan diharapkan dapat menjelaskan karakteristik hubungan yang ada, meskipun ada variabel yang terabaikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil perhitungan uji validitas untuk 22 butir pertanyaan (X1), 23 butir pertanyaan (X3) dan 16 butir pertanyaan (Y) dengan jumlah $n = 87$ pada setiap variabel melalui perhitungan SPSS Ver.24 yang berdasarkan tingkat kepercayaan atau *degree of freedom* (df) $\rightarrow 87 - 2 = 85$ serta tingkat signifikansi = 5%, maka diperoleh nilai r -tabel sebesar 0.2108. artinya, seluruh item menunjukkan bahwa r -hitung $>$ r -tabel sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh butir pertanyaan adalah *valid*. Sementara itu, uji reliabilitas kuesioner penelitian menunjukkan koefisien *cronbach alpha* ada di atas 0,6 atau ($\alpha > 0,6$) yang menunjukkan instrumen yang digunakan reliabel.

Pengujian Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan analisis korelasi sederhana, didapatkan angka koefisien korelasi sebesar 0.744, angka tersebut menunjukkan bahwa hubungan antara Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) kuat dan positif. Jadi, jika pelayanan dalam perbankan dijalankan sesuai dengan ketentuan dengan memperhatikan dimensi-dimensi pelayanan diantaranya *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, maka Kepuasan Nasabah akan meningkat. Kualitas Pelayanan yang berjalan optimal, dapat berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Manuhutu, M., Aunalal, Z. I., & Tanihatu, M. 2021), Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019).

Pengujian Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Berdasarkan analisis korelasi sederhana, didapatkan angka koefisien korelasi sebesar 0.104, yang menunjukkan bahwa hubungan antara Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Nasabah (Y) kuat dan positif. Jadi, apabila Kualitas Produk dijalankan dengan baik dengan memperhatikan dimensi-dimensi kualitas produk diantaranya *performance*, *durability*, *conformance*, *specification*, maka Kepuasan Nasabah akan meningkat. Dari hasil penelitian ini diketahui jika Kualitas Produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan nasabah maka akan berpengaruh pada Kepuasan Nasabah. Penelitian ini searah dengan penelitian yang dilakukan oleh Shartykarini, S., Firdaus, R., & Rusniati. (2016), Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019).

Tabel 1. Hasil Koefisien Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.487	4.342		-573	.568	
	KUALITAS_LAYANAN	.650	.154	.744	4.231	.000	.112 8.944
	KUALITAS_PRODUK	.086	.145	.104	.593	.555	.112 8.944

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Sumber : Data diolah peneliti SPSS 24 (2022)

Pengujian Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Melalui pengujian analisis korelasi berganda, diperoleh nilai sebesar 0.744 (Kualitas Pelayanan), 0,104 (Kualitas Produk). Jadi, Kepuasan Nasabah akan terus meningkat seiring dengan meningkatnya Kualitas Pelayanan Prioritas dan Kualitas

Produk. Berdasarkan hasil koefisien determinasi berganda, diperoleh angka *Adjusted R Square* sebesar 0,703 (70.3%). Jadi, kontribusi variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Nasabah adalah 70.3% sementara sisanya (29.7%) dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Pengujian Adjusted R Square

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.843 ^a	.710	.703	3.77757	1.894

a. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK, KUALITAS_LAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

Sumber : Diolah dengan SPSS 24 (2022)

Hasil analisis regresi berganda menunjukkan Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Nasabah yang bisa dilihat berdasarkan hasil signifikan regresi berganda yaitu < 0.05 ($0.000 < 0.05$) dan dari uji F yang hasilnya F hitung $> F$ tabel, yaitu $102.794 > 3,10$.

Tabel 3. Hasil Uji Statistik F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2933.732	2	1466.866	102.794	.000 ^b
	Residual	1198.681	84	14.270		
	Total	4132.414	86			

a. Dependent Variable: KEPUASAN_PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS_PRODUK, KUALITAS_LAYANAN

Sumber : Diolah dengan SPSS 24 (2022)

Hasil pengujian yang dilakukan pada variabel kualitas pelayanan, dan kualitas produk menunjukkan bahwa keduanya berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah prioritas Bank BTN Cabang Malang. Dalam konteks kualitas pelayanan dalam industri perbankan mengindikasikan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan maka nasabah semakin merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan, terutama pada nasabah prioritas yang lebih mementingkan layanan eksklusif. Hasil penelitian ini juga didukung dan memperkuat studi-studi yang sudah dilakukan sebelumnya, diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh Ahmaddien, I., & Widati, E. (2019) dan Manuhutu, M., Aunalal, Z. I., & Tanihatu, M. (2021). Melalui penelitian terdahulu tersebut ditemukan bagaimana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah ataupun pelanggan.

Selanjutnya dalam penelitian ini, perlu adanya identifikasi nasabah mengenai apa saja yang dibutuhkan oleh nasabah dan bagaimana harapan nasabah terhadap perbankan. Dalam penelitian ini upaya identifikasi tersebut diimplementasikan melalui produk Bank BTN Prioritas, di mana nasabah Bank BTN akan menerima pelayanan prima dan eksklusif serta fasilitas terbaik yang ditawarkan oleh pihak perbankan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang ditawarkan dan digunakan oleh nasabah BTN Prioritas akan mempengaruhi kepuasan nasabah secara positif dan signifikan.

Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya, antara lain yang dilakukan oleh Halin, H. (2018), Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019) dan Shartykarini, S., Firdaus, R., & Rusniati. (2016), dijelaskan bahwa kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan nasabah ataupun pelanggan akan meningkatkan kepuasan nasabah ataupun

pelanggan. Hasil penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian (Bansaleng, 2021) menyatakan bahwa secara simultan Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Provider XL dan secara parsial hanya kualitas layanan yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Beberapa indikator dalam kualitas produk yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain performa produk serta fitur-fitur produk dari BTN Prioritas mampu memenuhi kebutuhan nasabah diatas ekspektasi nasabah. Kualitas produk memiliki suatu peranan untuk dapat menarik minat nasabah terhadap jasa perbankan. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan *benefit* atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, maka Bank BTN Prioritas harus meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah tersebut. Produk perbankan yang berkualitas dan dapat memenuhi harapan pelanggan sekaligus mempengaruhi kepuasan nasabah baik nasabah baru ataupun nasabah yang telah berelasi sejak lama dengan BTN Prioritas Malang.

Adapun beberapa dampak penelitian ini terhadap Bank BTN Prioritas Kantor Cabang Malang adalah, semakin berkembangnya serta banyaknya inovasi-inovasi produk khususnya produk *Priority Banking* dengan cara mengkombinasikan layanan ekstra terhadap masing-masing produk perbankan yang ditawarkan, hal ini tentunya akan membedakan produk perbankan *non priority banking*, upaya ini merupakan salah satu implementasi diferensiasi produk. Hal tersebut diharapkan kepuasan nasabah prioritas akan dicapai melebihi ekspektasi nasabah pada umumnya.

Kualitas produk dan pelayanan merupakan dua aspek penting dalam perusahaan jasa salah satunya adalah jasa perbankan. Untuk terus mendapatkan kepuasan dari nasabah maka perbankan harus melakukan banyak inovasi produk serta pelayanan melebihi harapan konsumen yang selama ini di implementasikan pada *priority banking* agar mampu bersaing dengan kompetitor di industri yang serupa.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini memaparkan bahwa, Kualitas Pelayanan menunjukkan pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Demikian pula pada variable X2 Kualitas Produk juga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap Kepuasan Nasabah. Secara simultan Kualitas pelayanan, dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan nasabah.

Penelitian ini berfokus pada variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Nasabah, khususnya nasabah Bank BTN Prioritas Cabang Malang, bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variable lain yang diasumsikan memberikan dampak positif pada Kepuasan Nasabah ataupun pelanggan, atau dengan mengubah cakupan subjek studi serta lokusnya, misalnya pada lembaga yang bergerak pada bidang manufaktur.

Penelitian ini memiliki beberapa implikasi pada manajerial. Pertama, hasil penelitian dapat digunakan sebagai dasar evaluasi manajemen bank dalam melakukan keputusan manajerial untuk meningkatkan serta memperbaiki tingkat kepuasan nasabah dengan inovasi produk atau menerapkan diferensiasi produk perbankan, yang kedua, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh investor sebagai referensi dalam mengambil keputusan investasi di perbankan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmaddien, I., & Widati, E. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Variabel Kepuasan (Studi Kasus Go Food). *Prosiding Frima (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, 2. <https://doi.org/10.55916/frima.v0i2.58>
- Bansalengbansaleng, J. M., Sepang, J. L., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu Xi Di Manado. *Jurnal Emba*.
- Ekaprana, I. D. G. A., Jatra, I. M., & Giantari, I. G. A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Citra Merek Terhadap Niat Pembelian Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(8). <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2020.v09.i08.p01>
- Halin, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Semen Baturaja Di Palembang Pada Pt Semen Baturaja (Persero) Tbk. *Jurnal Ecoment Global*, 3(2). <https://doi.org/10.35908/jeg.v3i2.477>
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1). <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>
- Kotler, P. (2017). Philip Kotler: Some Of My Adventures In Marketing. *Journal Of Historical Research In Marketing*, 9(2). <https://doi.org/10.1108/jhrm-11-2016-0027>
- Kotler, P. (2012). Kotler On Marketing. In *Kotler On Marketing*.
- Manuhutu, M., & Zany Irayati Aunalal, M. T. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kinerja Customer Service Terhadap Kepuasan Nasabah. *Ekonomi Dan Bisnis*, 7(1).
- Maulidah, I., Widodo, J., & Zulianto, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Jember. *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 13(1). <https://doi.org/10.19184/jpe.v13i1.10416>
- Putri Hardiati Rukmana. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Pt. Bni Syariah Kota Medan). *Skripsi*.
- Shartykarini, S., Firdaus, R., & Rusniati. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Ppelanggan (Studi Pengunjung Cafe Di Banjarbaru). *Jurnal Wawasan Manajemen*, 4(1).
- Sinollah, S., & Masruroh, M. (2019). Pengukuran Kualitas Pelayanan (Servqual “Parasuraman) Dalam Membentuk Kepuasan Pelanggan Sehingga Tercipta Loyalitas Pelanggan. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(1). <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i1.285>

Tjiptono, F. (2008). Dimensi Kualitas Produk. In *Quality Management*.

Tjiptono, F. (2014). Pemasaran - Prinsip, Penerapan Dan Penelitian. In *Yogyakarta: Andi Offset*.

Wibowo, A. (2021). Manajemen Pemasaran. *Tujuan Dan Fungsi Manajemen Pemasaran, 1*.