PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,

DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK NEGARA INDONESIA, Tbk

KANTOR CABANG SAMARINDA

# Rahmat Hidayat1)

# rahmat123071@gmail.com1),

# Yunus Tulak Tandirerung2)

# yunus.t.tandirerung@gmail.com2)

# Sailawati3)

sailawati@polnes.ac.id3)

Program Studi Keuangan dan Perbankan/Jurusan Akuntansi, Politeknik Negeri Samarinda,

Jl. Dr. Cipto Mangunkusumo, Kampus Gunung Panjang, Samarinda 75131

Telp. 0541-260588-260553-262018 FAX. (0541) 260355(1,2,3)

***Abstrac***

*"The Influence of Product Quality, Service Quality and Complaint Handling on Customer Satisfaction at PT Bank Negara Indonesia, Tbk Samarinda Branch Office" Department of Accounting, Finance and Banking Study Program, Samarinda State Polytechnic, Under the guidance of Mr. Yunus Tulak Tandirerung, SE., M.SA, as the first Advisor and Mrs. Sailawati, S. ST., M.Sc, as the second Advisor. The purpose of this study was to determine the effect of product quality, service quality and complaint handling on customer satisfaction at PT Bank Negara Indonesia, Tbk Samarinda Branch Office either partially or simultaneously. The data collection method uses a questionnaire with The number of research samples is 114 respondents. The analytical tools used are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis test, t test, F test, and R2 test. The results showed that partially product quality, service quality and complaint handling had a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously product quality, service quality and complaint handling have a positive and significant effect on customer satisfaction with a significance value of 0.000 <0.05.*

***Keywords****: Product Quality, Service Quality, Complaint Handling, Customer Satisfaction.*

**Abstrak**

“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT Bank Negara Indonesia, Tbk Kantor Cabang Samarinda” Jurusan Akuntansi, Program Studi Keuangan dan Perbankan, Politeknik Negeri Samarinda, Di bawah bimbingan Bapak Yunus Tulak Tandirerung, SE., M.SA, selaku Dosen Pembimbing pertama dan Ibu Sailawati, S. ST., M.Sc, selaku Dosen Pembimbing kedua. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan nasabah di PT Bank Negara Indonesia, Tbk Kantor Cabang Samarinda baik secara parsial maupun secara simultan. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan Jumlah sampel penelitian sebanyak 114 responden. Alat analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reabilitas,uji normalitas, uji multikolonieritas, uji heteroskedastisitas, uji analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji R2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk, kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah dengan nilai signifikansi sebesar 0.000< 0.05.

**Kata Kunci**: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Penanganan Keluhan, Kepuasan Nasabah.

# PENDAHULUAN

Globalisasi telah memaksa dunia bisnis menjadi semakin kompetitif, yang pada akhirnya mempengaruhi perusahaan yang memiliki kemampuan untuk bersaing dan dapat bertahan. Persaingan yang muncul dalam dunia bisnis mendorong lahirnya ide-ide baru dan inovatif yang dapat membangun produk atau jasa serta memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Hal ini menyebabkan terjadinya perubahan paradigma pemasaran, sehingga perubahan ini dapat memotivasi pengelola untuk mengembangkan kualitas produk dan kualitas pelayanan serta penanganan keluhan untuk meningkatkan daya saing.

Perubahan dunia yang begitu cepat memaksa produsen atau penjual berpikir keras untuk tetap kompetitif. Perubahan ini disebabkan oleh beberapa hal, antara lain pertumbuhan dan perkembangan teknologi yang sangat pesat, baik teknologi mesin, alat-alat dan khususnya teknologi telekomunikasi. Perubahan teknologi yang cepat

mempengaruhi perubahan perilaku masyarakat. Informasi yang dapat dengan mudah diperoleh dan diserap oleh berbagai lapisan masyarakat menyebabkan masyarakat dapat dengan cepat memilih produk yang diinginkan sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya.

Perbankan memegang peranan penting untuk perekonomian suatu negara, terlebih di negara Indonesia hal tersebut dijelaskan dalam Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah “badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak“.

Saat ini, kepuasan pelanggan menjadi fokus hampir setiap pihak, pemerintah, pengusaha, konsumen, dll. Hal ini dikarenakan mereka lebih memahami konsep kepuasan pelanggan sebagai strategi untuk memenangkan persaingan di dunia bisnis. Kepuasan pelanggan adalah keadaan memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan. Pelanggan yang senang terus mengkonsumsi produk tersebut, mendorong pelanggan untuk tetap setia pada produk atau layanan tersebut, dan dengan senang hati mempromosikan produk dan layanan tersebut dari mulut ke mulut.

BNI selalu berinovasi dalam menciptakan produk dan jasa yang dibutuhkan, melalui manfaat baru maupun layanan yang berkualitas. Tentunya, tujuan utama kami adalah demi terciptanya kepuasan, loyalitas dan keterikatan nasabah, *(sumber CNBCIndonesia.com).* Namun masih saja ada nasabah yang merasakan bahwa produk yang disediakan BNI Masih kurang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Faktor pendukung yang lain adalah pelayanan.

Pelayanan merupakan upaya yang harus dilakukan untuk memenuhi kepuasan nasabahnya. Dalam pelayanan yang diberikan kepada nasabah akan menjadi tolak ukur sejauh mana pihak Bank mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap nasabahnya. Dalam hal ini kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor untuk menentukan kepuasan nasabah. Dalam kategori Satisfaction Index, BNI berhasil memborong penghargaan terbaik untuk aspek Satpam BNI, Teller BNI, Kantor Cabang BNI, Mobile Banking BNI, Customer Service BNI, dan ATM, *(sumber* ***CNBC Indonesia.com***). Namun masih ada saja beberapa nasabah yang berkomentar tentang pelayanan *customer service* yang kurang ramah, sehingga membuat kepuasan nasabah cenderung menurun.

Selain kualitas pelayanan, menangani keluhan nasabah juga harus perlu diperhatikan oleh pihak Bank. Pada Bank BNI cabang Samarinda, telah menyediakan BNI *Call Center* untuk mempermudah nasabah jika nasabah meengalami keluhan di waktu yang mendadak sehingga dengan adanya call center yang melayani nasabah selama 24 jam, nasabah dapat melaporkan keluhannya melalui call center yang dimiliki Bank Negara Indonesia. Namun masih ada saja nasabah yang merasa kurang puas dengan pelayanan yang telah diberikan oleh Bank Negara Indonesia Kantor Cabang Samarinda

Sebagai usaha dalam mempertahankan nasabah, Bank Negara Indonesia, Tbk Kantor Cabang Samarinda harus dapat menentukan kebijakan maupun teknologi yang paling tepat digunakan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Hal tersebut akan mempengaruhi ketepatan, keakuratan, kemampuan, dan kecepatan bank dalam memberikan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap nasabah. Kualitas pelayanan dan Penanganan keluhan yang diberikan kepada nasabah akan mencerminkanbaik tidaknya bank tersebut dimata nasabah.

# TINJAUAN PUSTAKA

**Bank**

Menurut Undang-Undang RI Nomor 10 tahun 1998 tanggal 10 November 1998 tentang perbankan, yang dimaksud dengan bank adalah badan usaha yang menghimpun dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk kredit dan atau bentuk-bentuk lainnya dalam rangka meningkatkan taraf hidup rakyat banyak. Sedangkan menurut Fernandes & Marlius (2018) Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya adalah menghimpundana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dana tersebut kemasyarakat serta memberikan jasa lainnya

Herry (2020) mengemukakan Bank sebagai lembaga keuangan yang memiliki kegiatan menerima simpanan giro, tabungan dan deposito selain itu bank juga merupakantempat untuk meminjam sejumlah dana dan bank juga dikenal sebagai tempat untuk melakukan penukaran uang, pemindahan uang, atau segala sesuatu macam bentuk pembayaran dan setoran

# Nasabah

M**en**urut Peraturan Pemerintah No. 7/7/PBI/2005 nasabah adalah pihak yang menggunakan jasa bank, termasuk pihak yang tidak memiliki rekening namun memanfaatkan jasa bank untuk melakukan transaksi keuangan.

Jannah (2018) Mendefinisikan Nasabah merupakan orang yang menggunakan fasilitas jasa yang disediakan oleh salah satu lembaga keuangan baik bank maupun non bank. Bagi yang menggunakan fasilitas jasa penyimpanan uang (tabungan) biasanya disebut nasabah kreditur dan yang menggunakan fasilitas jasa peminjam atau pembiayaan disebut nasabah debitur.

# Pemasaran

Hamzah & Purwati (2019) mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan manusia dan sosial. Salah satu definisi yang baik dan singkat dari pemasaran adalah memenuhi kebutuhan dengan cara yang menguntungkan. Usmar (2020) pengertian pemasaran adalah Sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang dapat memuaskan kebutuhan kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

# Manajemen pemasaran

Fatihudin dan Firmansyah (2019) mengemukakan definisi pemasaran dapat di bedakan menjadi dua bagian baik secara social maupun secara manajerial. Secara sosialpemasaran jasa adalah proses sosial yang dengan proses itu individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan dengan cara menciptakan,menawarkan dan mempertukarkan produk jasa yang bernilai dengan pihak lain. Secara manajerial adalah proses perencanaan, pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosidan penyaluran gagasan tentang produk jasa untuk mencipatakan pertukaran yang memenuhi sasaran individu atau organisasi. Putri (2017) mengungkapkan manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiridari kegiatan mengorganisasikan, mengarahakan, mengkordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efektif dan efesien. Shinta (2011) mendefenisikann manajemen pemasaran adalah suatu usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiridari dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir) serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif.

# Kualitas Produk

Deden (2018) mengemukakan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan, produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman *events*, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide. Dewi (2020) mengemukakan bahwa kualitas produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan,di pakai, dimiliki atau dikonsumsikan sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan, dari pengertian ini bahwa hampir semua yang termasuk hasil produksi adalah benda nyata yang dapat dilihat, diraba, dan rasakan karena produk adalah bendarill, maka jenisnya cukup banyak.

# Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dewi (2020) kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Ikatan emosional ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan spesifik pelanggan. Dimana perusahaan memaksimumkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan atau meniadakan pengalaman yang kurang menyenangkan. Menurut Ibrahim & Thawil (2019) bahwa kualitas layanan adalah suatu bentuk upaya dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen dan ketepatan penyampaiannya dalam menyeimbangkan harapan konsumen. Tumbel, et al (2018) kualitas layanan *(service quality)* adalah perbandingan layanan antara kenyataan dan harapan nasabah, jika kenyataan yang diterima lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan

bermutu dan nasabah akan puas, sebaliknya jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan tidak bermutu dan nasabah akan kecewa atau tidak puas.

# Penanganan Keluhan

Widyana & Nurjannah (2018) keluhan pelanggan merupakan ungkapan emosional pelanggan karena adanya sesuatu yang tidak dapat diterimanya, baik yang berkaitan dengan produk yang ditawarkan maupun dengan pelayanan. Setiap keluhan yang muncul dari calon pelanggan atau pelanggan harus diindentifikasi berdasarkan jenis dan tingkat penyelesaiannya yang tujuannya adalah untuk untuk mencari jalan keluar yang paling tepat dari keluhan tersebut. Sedangkan menurut Rosita & Indrawijaya (2015) mengemukakan setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer-oriented)* perlu menyediakan kesempatan dan akses yang yang mudah dan nyaman bagi para pelanggan guna menyamapaikan saran, kritik, pendapat, dan keluhan mereka.

# Kepuasan Nasabah

Suharlina & Ferils (2022) mengemukakan kepuasan pelanggan adalahtanggapan pemenuhan konsumen, yaitu suatu pertimbangan bahwa fitur barang atau jasa,atau barang atau jasa itu sendiri, memberikan suatu tingkat pemenuhan terkait konsumsiyang menyenangkan, jadi konsumen akan merasakan kepuasannya apabila barang atau jasa yang dikonsumsi tersebut dapat memenuhi kesenangannya.

Menurut Atmaja (2018) mengatakan bahwa kepuasan konsumenadalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yangdirasakan dibandingkan dengan harapan.

Maka dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya kepuasan merupakanpenilaian yang diberikan konsumen terhadap perusahaan terhadap barang atau jasa apakah sesuai dengan harapan yang diinginkannya.

**Model Penelitian**

Kinerja Produk (X1.1)

Biaya (Y1.5)

Kualitas yang

dipersepsikan (X1.5)

Kualitas Produk (X1)

H1

Bukti Fisik (X2.1)

H2

Kualitas Pelayanan (X2)

Kepuasan Nasabah (Y)

Empati (X2.5)

Penanganan Keluhan (X3)

H3

Empati terhadap pelanggan yang

marah (X3.1)

H4

Kemudahan dalam penangan keluhan (X3.4)

Gambar 1 Model Konsepsional

Kualitas Pelayanan (Y1.3)

Kualitas Produk (Y1.1)

Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan masalah (X3.3)

Kecepatan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan (X3.2)

Jaminan (X2.4)

Daya Tanggap (X2.3)

Kehandalan (X2.2)

Daya Tahan (X1.4)

Emosional (Y1.4)

Kesesuaian Produk (X1.3)

Kehandalan (X1.2)

Harga (Y1.2)

= Pengaruh parsial

= Pengaruh Simultan

# METODE PENELITIAN

**Objek Penelitian**

Dalam penulisan skripsi ini yang menjadi objek penelitian adalah nasabah PT Bank Negara Indonesia Tbk, kantor cabang samarinda

# Populasi Dan Sampel

1. Sujarweni (2020), populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan Kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya. yang menjadi obyek dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank Negara Indonesia, Tbk Kantor Cabang Samarinda.
2. Sujarweni (2020), sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Untuk itu sampel yang diambil daripopulasi harus betul-betul mewakili dan harus valid. Sampel dalam penelitian ini adalah nasabah PT Bank Negara Indonesia, Tbk Kantor Cabang Samarinda.

Sujarweni (2020), *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Penentuan besarnya ukuran sampel penelitian ditentukan menggunakan rumus Hair et al (1955), sebagai berikut: Jumlah indikator x 5 s.d 10. Indikator penelitian berjumlah 19 dikalikan enam (19 x 6 = 114).

# HASIL DAN PEMBAHASAN

# Uji Instrumen

# Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan metode analisis korelasi dengan bantuan aplikasi IBM SPSS versi Pengujian ini memiliki tujuan untuk mengukur ketepatan instrument yang digunakan dalam suatu penelitian. Kriteria keputusannya adalah dengan membandingkan nilai rhitung dengan rtabel. Apabila rhitung > rtabel maka hal itu menunjukkan bahwa item tersebut valid. Berikut adalah hasil uji validitas secara lengkapnya pada tabel dibawah ini:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No Item | Variabel | No Item | CorrectedItem- Total Correlation | R.Table | Keterangan |
|  |  | X1.1 | 0.869 | 0.184 | Valid |
| X1.2 | 0.914 | 0.184 | Valid |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 1 | Kualitas Produk(X1) | X1.3 | 0.720 | 0.184 | Valid |
| X1.4 | 0.893 | 0.184 | Valid |
| X1.5 | 0.900 | 0.184 | Valid |
| 2 | Kualitas Pelayana(X2) | X2.1 | 0.855 | 0.184 | Valid |
| X2.2 | 0.877 | 0.184 | Valid |
| X2.3 | 0.781 | 0.184 | Valid |
| X2.4 | 0.771 | 0.184 | Valid |
| X2.5 | 0.816 | 0.184 | Valid |
| 3 | PenangananKeluhan(X3) | X3.1 | 0.876 | 0.184 | Valid |
| X3.2 | 0.845 | 0.184 | Valid |
| X3.3 | 0.887 | 0.184 | Valid |
| X3.4 | 0.843 | 0.184 | Valid |
| 4 | Kepuasan Nasabah(Y) | Y1.1 | 0.911 | 0.184 | Valid |
| Y1.2 | 0.810 | 0.184 | Valid |
| Y1.3 | 0.824 | 0.184 | Valid |
| Y1.4 | 0.773 | 0.184 | Valid |
| Y1.5 | 0.883 | 0.184 | Valid |

 Dari hasil pengujian validitas yang ditunjukkan oleh masing-masing item pertanyaan membuktikan bahwa semua indikator yang digunakan dalam mengukur variabel-variabel dalam penelitian ini memiliki nilai rhitung > rtabel = 0,184. Maka dapat disimpulkan bahwa variable kualitas Produk, kualitas layanan, penanganan keluhan dan kepuasan nasabah dapat dikatakan valid dan semua item pernyataan dapat digunakan sebagai data dalam penelitian.

# Uji Realibilitas

Menurut (Ghozali, 2018) uji realibitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan persamaan *Cronbach’s Alpha* dalam aplikasi SPSS. Jika nilai koefesien alpa lebih besar dari 0,60 maka disimpulkan bahwa instrument penenlitian tersebut handal atau reliabel.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| No Item | Variabel | Cronbachs's Alpha | Batas Minimum | Keterangan |
| 1 | Kualitas Produk (X1) | 0.910 | 0.60 | Reliabel |
| 2 | Kualitas Pelayanan(X2) | 0.877 | 0.60 | Reliabel |
| 3 | Penanganan Keluhan(X) | 0.895 | 0.60 | Reliabel |
| 4 | Kepuasan Nasabah(Y) | 0.894 | 0.60 | Reliabel |

Dari hasil pengujian reliabilitas yang ditunjukkan oleh tabel 2 membuktikkan bahwa semua variabel dalam penelitian ini memiliki nilai koefesien *alpha* > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *reliabel* dan semua item pernyataan dapat digunakan sebagai data dalam penelitian .

**Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah variabel terikat dan variabel bebas terdistribusi secara normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrov-Smirnov.* Jika probabilitas (*asymp.Sig*) > 0,05 maka data terdistribusi normal. Adapun hasil uji normalitas regresi berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas Regresi Berganda

|  |
| --- |
| **One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test** |
|  |  | Unstandardized Residual |
| N |  | 114 |
| Normal Parametersa,b | Mean | 0,0000000 |
|  | Std. Deviation | 1,73778134 |
| Most Extreme Differences | Absolute | 0,061 |
|  | Positive | 0,051 |
|  | Negative | -0,061 |
| Test Statistic |  | 0,061 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) |  | .200c,d |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| a. Test distribution is Normal. |  |  |
| b. Calculated from data. |  |  |
| c. Lilliefors Significance Correction. |  |  |
| d. This is a lower bound of the true significance. |  |  |

Berdasarkan tabel 3, menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,200 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistrubusi normal dan model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

# Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian ini adalah dengan cara mengujinya menggunakan uji glejser, dimana glejser meregresi nilai absolute residual terhadap variabel independen. Jika probabilitas signifikansinya di atas tingkat kepercayaan 5% maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak mengandung adanya heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas regresi berganda dan hasil uji heteroskedastisitas regresi sederhana dapat dilihat pada berikut ini:

Tabel 4 Hasil Uji Heteroskedastisitas Regresi Berganda

# Coefficientsa

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Signifikansi** | **Kesimpulan** |
| Kualitas Produk | 0.511 | Tidak Terjadi Heteroskedastisitas |
| Kualitas Pelayanan | 0.060 | Tidak Terjadi Heteroskedastisitas |
| Penanganan Keluhan | 0.324 | Tidak Terjadi Heteroskedastisitas |

Dependent Variable: ABS\_RES

Berdasarkan tabel 4 di atas, menunjukkan bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikan > 0,05 yaitu variabel kualitas produk (X1) dengan nilai signifikan 0,511, variabel kualitas pelayanan (X2) dengan nilai signifikan 0,060, dan variabel penanganan keluhan dengan nilai signifikan 0,324. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung adanya heteroskedastisitas.

# Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuuuan untuk mengetahuiii apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Maka pengujian ini wajib dilakukan pada model regresi linear berganda karena memiliki lebih dari satu variabel independen. Jika nilai VIF < 10, maka dapat disimpulkan data bebas dari gejala multikolonieritas. Berikut disajikan tabel hasil uji multikolonieritas yang dapat dilihat pada tabel 5 berikut ini:

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **VIF** | ***Tolerance*** | **Kesimpulan** |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Kualitas Produk | 2.225 | 0.450 | Tidak TerjadiMultikolinieritas |
| Kualitas Pelayanan | 1.116 | 0.896 | Tidak TerjadiMultikolinieritas |
| Penanganan Keluhan | 2.271 | 0.440 | Tidak Terjadi Multikolinieritas |

Tabel 5 Hasil Uji Multikolonieritas

Dari hasil pengujian di atas diketahui bahwa nilai VIF dari setiap variabel independen < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa setiap variabel bebas dalam penelitian ini terbebas dari gejala multikolonieritas.

# Hasil Pengujian Hipotesis Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel-variabel independen terhadap Kepuasan Nasabah secara parsial maupun bersama- sama. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program computer IBM SPSS versi 25.

Tabel 6 Hasil Analisis Regresi Berganda

# Coefficientsa

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | T | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | .967 | 1.173 |  | .825 | .411 |
| Kualitas Produk | .316 | .066 | .333 | 4.818 | .000 |
| KualitasPelayana n | .134 | .045 | .145 | 2.968 | .004 |
| Penanganan Keluhan | .623 | .081 | .538 | 7.705 | .000 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah |

1. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil analisis regresi berganda pada tabel, maka didapatkan persamaan sebagai berikut: Y = 0,967 + 0,316 X1 + 0,134 X2 + 0,623 X3

# Uji Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial/sendiri-sendiri. Setelah melakukan berbagai analisis, maka peneliti mendapatkan hasil pengujian t sebagai berikut:

Tabel 7 Hasil Uji T Regresi Berganda

|  |
| --- |
| **Coefficientsa** |
| Model | Unstandardized Coefficients | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| B | Std. Error | Beta |
| 1 | (Constant) | .967 | 1.173 |  | .825 | .411 |
| Kualitas Produk | .316 | .066 | .333 | 4.818 | .000 |
| Kualitas Pelayanan | .134 | .045 | .145 | 2.968 | .004 |
| Penanganan Keluhan | .623 | .081 | .538 | 7.705 | .000 |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah |

Besarnya angka Ttabel dengan ketentuan α = 0,05, n = 114, dan k = 3, sehingga diperoleh nilai T tabel sebesar 1.981.

Berdasarkan tabel hasil Uji T diatas, maka dapat diketahui pengaruh masing-masing variabel sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Nasabah(Y).

Dari tabel *coefficients* diperoleh nilai Thitung = 4,818 yang artinya T hitung > Ttabel (4,818 >1,981) dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk (X1) dan Kepuasan Nasabah (Y).

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah(Y).

Dari tabel *coefficients* diperoleh nilai Thitung = 2,968 yang artinya T hitung > T tabel (2,968 >1,981) dengan signifikansi sebesar 0,004 < 0,05. Maka secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan(X2) danKepuasan Nasabah(Y).

1. Variabel Penanganan Keluhan (X3) terhadap Kepuasan Nasabah(Y).

Dari tabel *coefficients* diperoleh nilai Thitung = 7,705 yang artinya T hitung > T tabel (7,705 > 1,981) dengan signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Maka secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Penanganan Keluhan(X3) dan Kepuasan Nasabah(Y).

# Uji Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel independen yaitu kualitas layanan, keamanan, dan kepercayaan secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah. Jika Fhitung > Ftabel maka koefesien jalur dapat dilanjutkan atau diterima. Pengujian dilakukan tingkat

signifikan 95% atau α = 0,05. Hasil perhitungan regresi berganda secara bersamaan menunjukkan hasil sebagai berikut:

Tabel 8 Hasil Uji F

|  |
| --- |
| **ANOVAa** |
| Model | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 1102.718 | 3 | 367.573 | 118.486 | .000b |
| Residual | 341.247 | 110 | 3.102 |  |  |
| Total | 1443.965 | 113 |  |  |  |
| a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah |
| b. Predictors: (Constant), Penanganan Keluhan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk |

Berdasarkan hasil pengelohan data pada tabel 8 dapat dilihat bahwa nilai statistic F hitung menunjukkan angka sebesar 118,486 yang berarti lebih besar dari F table dengan sebesar 2,69 (118,486 > 2,69). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, ku alitas pelayanan, dan penanganan keluhan berpengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap kepuasan nasabah.

# Uji Koefisien Determinasi R2

Koefesien determinasi merupakan kuadrat dari koefesien korelasi sebagai ukuran untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel yang digunakan. Hasil pengujian koefesien determinasi regresi berganda dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 9 Hasil Uji Koefisien Korelasi Regresi Berganda

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1 | .874a | .764 | .757 | 1.76132 |

Dari tabel hasil 9, nilai koefisien determinasi (*R Square*) diketahui dari ketiga variabel independen yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan penanganan keluhandinyatakan dengan nilai Adjusted R Square yaitu sebesar 0,757 atau 75,7%. Artinya 75,7% variabel kepuasan nasabah bisa dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan terhadap kepuasan nasabah secara bersama-sama. Sedangkan sisanya (100% – 75,7% = 24,3%) dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian.

# SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dikemukakan pada bab sebelumnya dapat di tarik simpulan sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia, Tbk Kantor Cabang Samarinda. Artinya bahwasemakin baik kualitas produk yang diberikan atau ditawarkan maka akan semakinmeningkatkan kepuasan nasabah.
2. Secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia, Tbk Kantor Cabang Samarinda. Artinya bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan dan ditawarkan maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah.
3. Secara parsial penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Negara Indonesia, Tbk Kantor Cabang Samarinda. Artinya bahwa semakin baik penanganan keluhan yang diberikan atau ditwarkan maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah.

Secara simultan kualitas produk, kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, jadi dapat disimpulkan bahwakualitas produk, kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan berpengaruh baik secara bersama sama yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah.

# DAFTAR PUSTAKA

Atmaja, J. (2018). Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pada Bank BJB. *Jurnal Ecodemica*, *2*(1), 49–63. https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/2713

Deden, R. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*

*YOGHURT FRESHTIME (Suatu Survey Pada Konsumen Yoghurt Freshtime di Koperasi Peternak Sapi Bandung Utara (KPSBU) Lembang)s*. *i*, 16–45.

Dewi, A. (2021). Analisis Kepuasan Nasabah Griya Faedah di Bank Syariah Kantor Cabang Kediri. *Skripsi, Ekonomi Dan Bisnis Islam*.

Dewi, P. (2020). *Pengaruh Fasilitas, Kuaitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Tabungan Simpel Pada PT BPD KALTIMTARA di Samarinda*.

Fernandes, Y. D., & Marlius, D. (2018). Peranan Customer Service Dalam Meningkatkan Pelayanan Kepada Nasabah Pada Pt. Bank Pembangunan Daerah Sumatera Barat Cabang Utama Padang. *Akademi Keuangan Dan Perbankan Padang*, 1–12.

Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hamzah, Z., & Purwati, A. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah. *Journal of Economic, Bussines and Accounting*

Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, *4*(1), 175–182. https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251

Jannah, R. N. 2018. (2018). *PENGARUH PENANGANAN KELUHAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN NASABAH PADA PT BANK ACEH SYARIAH CAPEM T. NYAK ARIEF JEULING KEBANDA ACEH*.

https://[www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results](http://www.ptonline.com/articles/how-to-get-better-mfi-results)

Kurniyawati, E. F. A. R. (2019). Pengaruh Penanganan Keluhan, Nilai Nasabah, Dan Syariah Compliance Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Syariah Indonesia Kcp Palembang Radial. *Skripsi*, *5*(2), 9–25.

Rahayu, A., & Susianto. (2020). *KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN*

*MARHAMAH ( Studi Kasus PT .* Bank Sumut KCPSy Kota Baru Marelan).

Rosita, B., & Indrawijaya, S. (2015). Pengaruh Penanganan Komplain Terhadap Kepuasan Nasabah. *Digest Marketing Journal*, *1*(1), 1–7.

Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Prenadamedia Groub.

Suharlina, S., & Ferils, M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.

*Forum Ekonomi*, *24*(2), 414–421. https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10857

Thalia Claudia Mawey, Altje L. Tumbel, I. W. J. O. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT Bank Sulutgo. *Jurnal EMBA*, *6*(3), 1198–1207.

Usmar, J. 2019. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH BANK BNI SYARIAH CABANG PEKANBARU. *Suparyanto Dan Rosad (2015*, *5*(3), 248–253.

Widyana, S. F., & Nurjannah, M. S. (2018). Analisis Penanganan Keluhan Pelanggan Pos Express Pada Kantor Pos Cimahi. *Bisnis Dan Pemasaran*, *8*, 49–57.