

# Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Dago Bandung

Elang Asyamdany Widjaja<sup>1</sup>, Mohammad Riza Sutjipto<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, elangaw@student.telkomuniversity.ac.id

<sup>2</sup> Manajemen Bisnis Telekomunikasi & Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, rizasutjipto@telkomuniversity.ac.id

## Abstrak

Sebagai perusahaan jasa, Bank sangat memperhatikan dan menjadikan kepuasan sebagai fokus utama melalui kepuasan pelayanan dan kepuasan produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank BTPN kantor cabang Dago Bandung.. penelitian ini dilakukan menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi berganda. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, dengan jumlah populasi sebanyak 2078 orang. Setelah melalui perhitungan, pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada 100 responden nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Dago Bandung. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial, Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah secara parsial. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh secara bersamaan terhadap kepuasan nasabah secara simultan

Kata Kunci-kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah

---

## Abstract

*Banks as a service company attach great importance to satisfaction through services and products. This study aims to determine the influence of service quality and product quality on customersatisfaction at Bank BTPN Dago Bandung branch office. The method used in this study is a quantitativemethod with multiple regression analysis. The sampling technique in this study uses the Slovin formulawith a population of 2078 people. After going through the calculations, data collection was carriedout by distributing questionnaires to 100 respondents of Bank BTPN Dago Bandung Branch Office. The results of this study show that partially the quality of service has a positive and significant effecton customer satisfaction. Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, service quality and product quality have a simultaneous effect on customersatisfaction.*

*Keywords-service quality, product quality and customer satisfaction*

---

## I. PENDAHULUAN

Kompetisi dalam dunia bisnis meningkat dengan signifikan baik ditingkat nasional maupun internasional. Produk, barang atau jasa, tidak bisa dipisahkandari layanan. Sehingga perhatian terhadap kepuasan pelanggan menjadi aspek utama yang perlu diperhatikan dan dijaga. Untuk berhasil dalam persaingan, perusahaan harus dapat menjamin kepuasan pelanggan. Bank tidak hanya bertugas sebagai pengelola dana masyarakat, tetapi juga memiliki peran dalam meningkatkan kesejahteraan ekonomimasyarakat.. (Kasmir, 2009)

Hubungan bank dan kepuasan pelanggan atau nasabah sangat krusial dalam dunia bisnis perbankan. Kepuasan pelanggan menjadi ukuran yang signifikan untuk menilai keberhasilan suatu bank. Sebuah bank yang mampu memberikan pelayanan berkualitas, responsif terhadap kebutuhan nasabah, dan menjaga kepercayaan pelanggan, cenderung menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi.

Kepuasan pelanggan merupakan tanggapan positif pelanggan terhadap layanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut setelah melakukan pembelian atau transaksi. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu

kualitas layanan dan kualitas produk. Kualitas layanan yang tinggi, mencakup aspek pelayanan ramah, cepat, dan membantu, berkontribusi positif terhadap kepuasan pelanggan. (Lubis, 2023). Tingkat kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kualitas suatu produk atau layanan. Mengukur kepuasan pelanggan adalah elemen penting dalam meningkatkan kualitas layanan. Jika pelanggan tidak puas dengan layanan yang diberikan, dapat dianggap bahwa layanan tersebut kurang efektif dan efisien. Kepuasan pelanggan, mencerminkan bahwa harapan mereka telah terpenuhi. Maka, kepuasan pelanggan bisa tercapai apabila layanan dan produk memenuhi harapan.

Menurut (Sulila, 2021) Kualitas pelayanan krusial dalam meningkatkan kepuasan pelanggan karena berdampak pada persepsi, pengalaman, dan kepuasan mereka terhadap suatu layanan atau produk. Pada penelitian tersebut dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat. Layanan baik memberikan pengalaman positif, membuat pelanggan merasa dihargai, dan memenuhi harapan. Kualitas pelayanan yang memenuhi harapan berperan dalam menciptakan citra positif terhadap perusahaan, meningkatkan loyalitas, mengurangi keluhan, serta meningkatkan reputasi dan daya saing organisasi. Dengan demikian dalam menjaga kualitas pelayanan meningkatkan kepuasan, reputasi, dan daya saing suatu organisasi atau instansi di pasar.

Karyawan menjadi bagian integral dari jasa yang disediakan. Mereka berfungsi sebagai komunikator dan mencerminkan citra perusahaan bagi pelanggan. Kualitas layanan yang diberikan menjadi indikator utama kinerja mereka. Selain kualitas jasa, Kepuasan pelanggan juga dapat dipengaruhi oleh performa individu karyawan. Evaluasi kinerja karyawan memiliki peranan signifikan dalam memberikan *feedback* kepada karyawan mengenai kualitas pekerjaan mereka serta membantu perusahaan mencapai tujuannya. Penilaian yang obyektif, akurat, dan tertata dengan baik dapat meningkatkan kinerja sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Hubungan antara kualitas produk bank dan kepuasan nasabah sangat erat terkait, karena kualitas produk bank memiliki dampak langsung terhadap pengalaman dan persepsi nasabah. Nasabah cenderung akan merasa puas jika produk-produk yang ditawarkan oleh bank, seperti layanan perbankan, produk investasi, dan layanan lainnya, memiliki kualitas yang tinggi. Kualitas produk yang baik akan menciptakan rasa kepercayaan, kenyamanan, dan efektivitas dalam penggunaannya bagi nasabah. Sebaliknya, produk yang kurang berkualitas atau tidak memenuhi harapan nasabah dapat menyebabkan ketidakpuasan dan bahkan kehilangan nasabah. Oleh karena itu, bank perlu meningkatkan secara berkala kualitas produknya agar dapat memperoleh kepuasan nasabah yang tinggi dan mempertahankan loyalitas pelanggan.

untuk dapat meningkatkan tingkat kesuksesan dalam industri perbankan salah satunya

dengan usaha untuk menyediakan layanan jasa yang berkualitas tinggi, yang tercermin dalam kinerja layanan yang superior. Meskipun masalah pelayanan sebenarnya tidak kompleks, kurangnya perhatian karena sifatnya yang sangat sensitif, risiko dapat timbul dalam konteks ini. Oleh karena itu, diperlukan dukungan sistem pelayanan dengan kualitas layanan yang optimal, fasilitas yang memadai, dan prinsip etika atau tata krama. Memberikan layanan bertujuan untuk menjamin kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat membentuk nilai tambah atau citra positif bagi Perusahaan.

Bank BTPN Kantor Cabang Dago Bandung setiap bulannya melakukan survey secara acak terhadap nasabahnya. Setiap mendekati akhir bulan, nasabah secara acak akan ditelpon oleh customer service untuk dilakukan survey mengenai kepuasan pelanggan

Beberapa nasabah Bank BTPN Cabang Dago diketahui merasa pelayanan yang diberikan belum memenuhi harapan dan juga beberapa nasabah merasa produk yang ada kurang memenuhi harapan. Salah satu produk yang dimiliki oleh Bank BTPN adalah Tabungan Aplikasi m-banking. Tabungan Aplikasi m-banking merupakan salah satu layanan berbasis digital yang disediakan oleh BTPN untuk mempermudah segala sesuatu yang akan dilakukan oleh nasabah. Namun, beberapa nasabah sering mengalami kendala ketika menggunakan aplikasi tersebut seperti, susah untuk dibuka ketika ingin digunakan, lalu ketika aplikasi sudah berhasil terbuka tapi mengakibatkan *handphone* nasabah menjadi lemot dan *loading* aplikasi yang lama. Aplikasi sering kali mengalami maintenance sehingga tidak dapat digunakan ketika dibutuhkan. Selain itu sistem Aplikasi sering mengalami kendala terkait *update data* nasabah, data yang dimaksud adalah data dari tabungan maupun produk yang dimiliki nasabah nominalnya tidak sesuai dengan yang tertera pada aplikasi tersebut. Permasalahan tersebut menjadi kendala bagi nasabah yang mengakibatkan transaksi yang akan dilakukan oleh nasabah tersebut menjadi terhambat dan bahkan bisa menggagalkan transaksi. BTPN memiliki beberapa produk yaitu produk tabungan, produk deposito, produk investasi dan produk asuransi. BTPN menawarkan produk-produk tersebut dengan memiliki tingkat bungaran keuntungan yang berbeda. Narasumber yang merupakan karyawan di Bank BTPN Dago Bandung mengatakan bahwa terdapat beberapa nasabah yang memperlakukan atau mengeluhkan mengenai tingkat bunga Deposito yang dimiliki BTPN lebih rendah dibanding

bank lain. Tingkat bunga rendah menjadi pertimbangan yang lebih bagi nasabah yang akan membeli produk deposito bahkan bisa membatalkan minat nasabah dan pindah ke bank lain untuk membeli produk yang sama tetapi dengan tingkat bunga yang lebih tinggi

## II. TINJAUAN LITERATUR

Kepuasan pelanggan (NGUYEN, 2021) adalah evaluasi positif yang dilakukan oleh pelanggan terhadap produk atau layanan yang mereka terima. Kepuasan pelanggan terjadi ketika pelanggan merasa mendapatkan manfaat atau nilai yang sebanding dengan apa yang mereka keluarkan, seperti harga, waktu, dan usaha.

Kepuasan pelanggan adalah faktor utama dalam kesuksesan bisnis. Dengan memastikan kepuasan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan profitabilitasnya. ini berfokus pada bisnis jasa, di mana kepuasan pelanggan ditentukan oleh tingkat kepuasan yang dihasilkan saat menggunakan layanan tertentu. Meskipun kinerja layanan (*service performance*) dapat memengaruhi persepsi pelanggan (*perceived service*), namun tidak selalu sejalan dengan harapan pelanggan (*customer expectation*).

Dalam penelitian (Rifatul, 2018) Kualitas produk ditentukan oleh pelanggan berdasarkan pengalaman yang mereka rasakan dengan produk, diukur berdasarkan standar tertentu. Pelayanan adalah

tindakan atau langkah yang dilakukan oleh sebuah organisasi atau lembaga untuk memberikankepuasan kepada pelanggan, dilakukan secara langsung (Sahadat, 2021).

Menurut (Utami, 2023) Konsep kualitas pelayanan merupakan konsep yang kompleks dan abstrak, yang dijelaskan melalui karakteristik seperti intangibilitas, variabilitas, perishabilitas, dan inseparabilitas. dipahami melalui tingkah laku konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk layanan. Atribut yang menentukan kualitas pelayanan termasuk ketepatan waktu, akurasi, kesopanan, kemudahan, kenyamanan, dan atribut pendukung lainnya. Kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu ekspektasi layanan dan persepsi layanan. Ketika persepsi layanan memenuhi ekspektasi pelanggan, kualitas pelayanan dianggap baik dan memuaskan.

Menurut Zeitham, Parasuraman, dan Berry, ada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: tangible (berwujud), reliability (kehandalan), responsiveness (ketanggapan), assurance (jaminan), dan empathy (empati). Tiap dimensi memiliki indikator spesifik yang mencakup penampilan fisik, keandalan, tanggapan cepat, kepercayaan, dan kepedulian petugas terhadap kebutuhan pelanggan.

Kualitas produk krusial dalam menentukan preferensi konsumen terhadap suatu produk. Produk yang dipasarkan harus telah teruji untuk memastikan kualitasnya yang baik, karena konsumen memberikan prioritas pada kualitas produk tersebut (Kotler dan Armstrong, 2018). Menurut Assauri (2018: 45), Kualitas produk adalah faktor dalam suatu barang atau hasil yang sesuai dengan penggunaannya. dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Keinginan tersebut seperti keawetan produk, produk dapat diandalkan, kemudahan penggunaan, dan atribut lainnya.

## III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang banyak menuntut untuk menggunakan angka, dari pengumpulan data, penjelasan terhadap data, serta penampilan hasilnya (Winarno, 2018). Dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang terhadap suatu fenomena social (Sugiyono, 2018). Penelitian ini mengambil sampel dari nasabah bank BTPN Kantor Cabang Dago Bandung. Penelitian ini menggunakan data primer sebagai sumber data untuk diteliti.

## IV. HASIL PEMBAHASAN

Analisis Deskriptif untuk variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk dilakukan dengan melihat tanggapan dari 100 responden yang telah mengisi kuisioner. Tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan dan kualitas produk dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1 Distribusi jawaban responden atas *Tangible*

No	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Rata-rata
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	

1	Karyawan berpenampilan rapi dalam memberikan pelayanan	0	0	0	0	5	5%	51	51%	44	44%	4,39
2	Ruang tunggu bersih dan nyaman	0		0		7	7%	46	46%	47	47%	4,4
3	Peralatan yang digunakan mendukung proses pelayanan	0		0		6	6%	51%	51%	43	43%	4,37
Rata-rata indikator												4,38

Sumber; data olahan penulis sesuai hasil survey(2024)

Berdasarkan tabel .1 dimana pernyataan karyawan berpenampilan rapi dalam memberikan pelayanan menunjukkan bahwa responden menjawab mayoritas setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 4,39, selanjutnya pada pernyataan ruang tunggu bersih dan nyaman menunjukkan bahwa responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 4,4. Dan pada pernyataan peralatan yang digunakan mendukung proses pelayanan mayoritas memilih jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 4,37.

Dari data diatas rata-rata dari indikator Tangible (berwujud) ada pada range empat, yaitu setuju dengan nilai 4,38 yang dapat disimpulkan bahwa indikator Tangible berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Dago Bandung.

Tabel 2. Distribusi jawaban responden atas *Reliability*

No	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Rata-rata
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Karyawan memiliki pengetahuan yang luas mengenai informasi produk yang saya butuhkan dan dapat menjelaskan dengan jelas	0	0%	0	0%	4	4%	43	43%	53	53%	4,49
2	Karyawan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan	0	0%	0	0%	4	4%	43	43%	53	53%	4,49

3	Kecepatan waktu pelayanan yang efektif dalam setiap transaksi yang dijalankan oleh karyawan Bank BTPN Kantor Cabang Dago	0	0	0	0	7	7	45	45%	48	48%	4,41
											Rata-rata indikator	4,46

Sumber: data diolah berdasarkan survey (2024)

Berdasarkan tabel.2 pernyataan karyawan memiliki pengetahuan yang luas mengenai informasi produk .menunjukkan bahwa responden mayoritas memilih jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 4,49, selanjutnya pada pernyataan kedua yaitu karyawan memberkan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan menunjukkan bahwa mayoritas responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh sebesar 4,49. Dan pada pernyataan ketiga memiliki nilai rata-rata sebesar 4,41 menunjukkan sebagian besar responden menyatakan setuju bahwa karyawan memberikan waktu pelayanan yang efektif rata-rata dari indikator reliability (keandalan) yaitu setuju dengan nilai rata-rata 4,46 yang dapat simpulkan bahwa indikator Reliability berpengaruh terhadap kepuasan nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Dago Bandung.

Tabel 3. Distribusi jawaban responden atas *Responsiveness*

No	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Rata-rata
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Karyawan mampu menyelesaikan transaksinya dengan cepat	0	0	1	1%	4	4%	45	45%	50	50%	4,44
2	Karyawan selalu cepat tanggap dalam memberikan pelayanan kepada saya	0	0%	0	0%	4	4%	37	37%	59	59%	4,55
3	Karyawan menangani semua keluhan saya	0	0%	0	0%	4	4%	47	47%	49	49%	4,45
											Rata-rata indikator	4,48

Berdasarkan tabel 4.3 dimana pernyataan pertama yaitu karyawan dapat menyelesaikan transaksinya dengan cepat, kondisi ini mayoritas responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata 4,44. Selanjutnya pada pernyataan kedua yaitu Karyawan selalu cepat tanggap dalam memberikan pelayanan, mayoritas responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,55, kemudia pernyataan karyawan menangani semua keluhan, mayoritas responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,45.

Adapaun rata-rata dari indikator responsiveness (ketanggapan) berada pada range empat yaitu setuju dengan nilai rata-rata 4,48 yang menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dari indikator *responsiveness* (keandalan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 4. Distribusi jawaban responden atas Assurance

No	Item Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS	Rata-rata
----	-----------------	-----	----	---	---	----	-----------

		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Karyawan mampu memberikan informasi secara jelas dan meyakinkan	0	0	0	0	4	4%	50	50%	46	46%	4,42
2	Karyawan mampu menjawab semua pertanyaan saya dengan baik	0		0		2	2%	30	30%	68	68%	4,66
3	Karyawan menunjukkan sikap profesional yang membuat saya merasa aman dan percaya untuk melakukan transaksi	0	0	0	0	3	3%	52	52%	45	45%	4,42
Rata-rata indikator											4,5	

Berdasarkan tabel 4 pertanyaan Karyawan mampu memberikan informasi secara jelas dan meyakinkan, mayoritas setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,42. Pertanyaan Karyawan mampu menjawab semua pertanyaan saya dengan baik, mayoritas setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,66. pertanyaan Karyawan menunjukkan sikap profesional yang membuat saya merasa aman dan percaya untuk melakukan transaksi, responden setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,42. . rata-rata dari indikator assurance (jaminan) setuju dengan nilai rata-rata 4,5 yang menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan indikator assurance (jaminan) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel .5 Distribusi jawaban responden atas Emphaty

No	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Rata-rata
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Karyawan bankBTPN Kantor CabangDago tidak lupa menyebutkan nama saya dalam memberikan layanan	0	0	0	0	1	1%	54	54%	45	45%	4,44
2	Karyawn bersikap sopan terhadap saya	0		0		2	2%	44	44%	54	54%	4,52
3	Karyawan dapat mengerti dan memahami kebutuhan saya	0		0		4	4%	45	45%	51	51%	4,47

Berdasarkan tabel .5 pertanyaan Karyawan bank BTPN KantorCabang Dago tidak lupa menyebutkan nama saya dalam memberikan layanan, mayoritas menjawab setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,44. pertanyaan Karyawn selalu bersikap sopan terhadap saya mayoritas responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,52 pertanyaan Karyawandapat mengerti dan memahami kebutuhan saya, mayoritas responden menjawab setuju dengannilai rata-rata yang diperoleh 4,47. rata-rata dari indikator emphaty (empati) setuju dengan nilai rata-rata 4,46 yang menyimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan dari indikator emphaty (empati) berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 6. Distribusi jawaban responden atas Performance

No	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Rata-rata
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Pencairan dana dilakukan dengan tepat waktu	0	0	0	0	3	3%	53	53%	43	43%	4,41
2	Nasabah dapat mengakses aplikasi Jenius kapanpun dan dimanapun	0	0	0	0	4	4%	39	39%	57	57%	4,53
Rata-rata indikator											4,47	

Berdasarkan tabel 6. pertanyaan Pencairan dana dilakukan dengan tepat waktu mayoritas responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,41. Kemudian pada pernyataan kedua Nasabah dapat mengakses kapanpun dan dimanapun mayoritas responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,53. rata-rata dari indikator emphaty yaitu setuju dengan nilai rata-rata 4,47 yang menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk dari indikator Performance berpengaruh terhadap keapuasan nasabah.

Tabel 7. Distribusi jawaban responden atas Features

No	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Rata-rata
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Aplikasi Jenius memudahkan nasabah untuk transaksi melalui smartphone	0	0	0	0	3	3%	51	51%	46	46%	4,43

2	Aplikasi jenius memiliki fitur yang beragam seperti untuk pembelian, pembayaran, transfer dan lain-lain	0	0	0	0%	40	40%	60	60%	4,6
Rata-rata indikator										4,51

Berdasarkan tabel 7 pernyataan Aplikasi memudahkan nasabah untuk transaksi melalui smartphone responden mayoritas memilih jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,43. Kemudian pada pernyataan kedua Aplikasi memiliki fitur yang beragam seperti untuk pembelian, pembayaran, transfer dan lain-lain mayoritas responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,6

Adapun rata-rata dari indikator features memiliki nilai rata-rata 4,51 yang menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk dari indikator features memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 8. Distribusi jawaban responden atas Serviceability

No	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Rata-rata
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Kemudahan dalam melakukan transaksi	0	0	0	0	3	3%	46	46%	51	51%	4,48
2	Customer Services cepat tanggap dalam menanggapi keluhan saya	0		0		5	5%	33	33	62	62%	4,57
Rata-rata indikator											4,52	

Berdasarkan tabel 8 dimana pernyataan pertama yaitu Kemudahan dalam melakukan transaksi responden mayoritas memilih jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,48. Kemudian pada pernyataan kedua Customer Services cepat tanggap dalam menanggapi keluhan saya, mayoritas responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,57

Adapun rata-rata dari indikator serviceability berada pada range empat yaitu setuju dengan nilai rata-rata 4,52 yang menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk dari indikator serviceability berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 9. Distribusi jawaban responden atas Realibility

No	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Rata-rata
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	

1	Produk-produk Tabungan, deposito, investasi dan asuransi sesuai dengan kebutuhan	0	0	0	0	2	2%	47	47%	51	51%	4,49
2	Produk-produk Tabungan, deposito, investasi dan asuransi dapat mendorong saya untuk menabung	0	0	2	2%	41	41%	57	57%			4,55
Rata-rata indikator											4,52	

Berdasarkan tabel 9 dimana pernyataan pertama yaitu Produk-produk Tabungan, deposito, investasi dan asuransi sesuai dengan kebutuhan responden mayoritas memilih jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,49 Kemudian pada pernyataan Produk- produk Tabungan, deposito, investasi dan asuransi dapat mendorong saya untuk menabung, responden mayoritas memilih jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,55

Adapaun rata-rata dari indikator realibility berada pada range empat yaitu setuju dengan nilai rata-rata 4,52 yang menyimpulkan bahwa variabel kualitas produk dari indikator reability berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 10 Distribusi jawaban responden atas Durability

No	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Rata-rata
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Produk-produk Tabungan, deposito, investasi dan asuransi yang ditawarkan menarik untuk dibeli	0	0	0	0	1	1%	44	44%	55	55%	4,54
2	Aplikasi Jenius mampu bekerja dengan baik tanpa adanya hambatan	0	0	0	0	2	2%	41	41%	57	57%	4,55
Rata-rata indikator											4,54	

Berdasarkan tabel 10 pertanyaan Produk-produk Tabungan, deposito, investasi dan asuransi menarik untuk dibeli responden setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,54. Pertanyaan Aplikasi mampu bekerja dengan baik tanpa adanya hambatan, mayoritas responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,55 Adapun rata-rata dari indikator durability dengan nilai rata-rata 4,54 yang dapat disimpulkan impulkan bahwa variabel kualitas produk dari indikator durability berpengaruh terhadap kepuasan nasabah.

Tabel 1. Distribusi jawaban responden atas Conformance Spesification

No	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Rata-rata
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Aplikasi jenius mudah digunakan untuk kebutuhan sehari-hari	0	0	0	0	4	4%	51	51%	45	45%	4,41
2	Biaya administrasi yang dibebankan terjangkau	0		0		0	0%	43	43%	57	57%	4,57
Rata-rata indikator											4,49	

Berdasarkan tabel 11 pertanyaan Aplikasi mudah digunakan untuk kebutuhan sehari-hari responden mayoritas memilih jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,41 pertanyaan Biaya administrasi yang dibebankan terjangkau, responden mayoritas memilih jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,57. Adapun rata-rata dari indikator Conformance Spesification berada pada nilai rata-rata 4,49 yang diartikan bahwa variabel kualitas produk dari indikator Conformance Spesification memiliki pengaruh terhadap keapuasan nasabah.

Tabel 12 Distribusi jawaban responden atas Kesesuaian Harapan

No	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Rata-rata
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Pelayanan yang diperoleh sesuai dengan harapan nasabah	0	0	0	0	1	1%	55	55%	44	44%	4,43
2	Nasabah merasa puas dengan fasilitas dan produk yang ditawarkan	0		0		1	1%	47	47%	52	52%	4,62
Rata-rata indikator											4,52	

Berdasarkan tabel Pelayanan diperoleh sesuai dengan harapan nasabah mayoritas memilih jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,43 Kemudian pada pernyataan Nasabah merasa puas dengan fasilitas dan produk yang ditawarkan responden mayoritas memilih jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,62. rata-rata dari indikator kesesuaian harapan setuju dengan nilai rata-rata 4,52 yang dapat diartikan bahwa variabel kepuasan nasabah dari indikator kesesuaian harapan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Tabel 13. Distribusi jawaban responden atas Minat Berkunjung Kembali

No	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Rata-rata
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Nasabah berminat untuk berkunjung Kembali dan tetap menabung di Bank BTPN	0	0	0	0	1	1%	47	47%	52	52%	4,5
2	Nasabah menjadikan bank BTPN sebagai pilihan pertama bila ingin menggunakan produk perbankan	1	1%	0	0	3	3%	28	28%	68	68%	4,62
Rata-rata indikator											4,56	

Berdasarkan tabel 13 dimana pernyataan pertama yaitu Nasabah berminat untuk berkunjung Kembali dan tetap menabung di Bank BTPN responden mayoritas memilih jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,5. Kemudian pada pernyataan Nasabah menjadikan bank BTPN sebagai pilihan pertama bila ingin menggunakan produk perbankan, mayoritas responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,62. Rata-rata dari indikator minat berkunjung kembali setuju dengan nilai rata-rata 4,56 yang menyimpulkan bahwa variabel kepuasan nasabah indikator kesesuaian harapan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Tabel 14. Distribusi jawaban responden atas Kesiediaan Merekomendasikan

No	Item Pertanyaan	STS		TS		N		S		SS		Rata-rata
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	Nasabah berminat untuk berbagi pengalaman tentang pelayanan dengan orang lain	0	0	0	0	2	2%	47	47%	51	51%	4,49
2	Nasabah akan mengatakan hal yang positif mengenai Bank BTPN, baik produk maupun pelayanannya	1	1	0	0	2	2%	43	43%	55	55%	4,53
Rata-rata indikator											4,51	

Berdasarkan tabel.14 dimana pernyataan pertama yaitu Nasabah berminat untuk berbagi pengalaman tentang pelayanan dengan orang lain responden mayoritas memilih jawaban setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,49.

Kemudian pada pernyataan Nasabah akan mengatakan hal yang positif mengenai Bank BTPN, baik produk maupun pelayannyamayoritas responden menjawab setuju dengan nilai rata-rata yang diperoleh 4,53 Adapun rata-rata dari indikator Kesiediaan Merekomendasikan berada pada range empat yaitu setuju dengan nilai rata-rata 4,51 yang menyimpulkan bahwa variabel kepuasan nasabah indikator kesiediaan merekomendasikan memiliki pengaruh terhadap kepuasan nasabah

Selanjutnya dilakukan Uji T dan Uji F untuk mengetahui pengaruh dari Variabel Independen terhadap variabel dependen secara parsial maupun secara simultan. Uji T dilakukan untuk mengetahui apakah bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Kualitas Produk(X2) berpengaruh terhadap variabel X atau Kepuasan Nasabah (Y) secara parsial. Berikut adalah hasil dari Uji-T:

Tabel 15. Hasil Uji T

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,324	2,762		,479	,633		
	X1 total	,205	,041	,428	5,023	<,001	,744	1,344
	X2 total	,207	,048	,367	4,314	<,001	,744	1,344

a. Dependent Variable: Y total

Uji-T dapat dinyatakan berpengaruh apabila T hitung > T tabel, dan T hitung dapat dikatakan tidak berpengaruh apabila T hitung < T tabel.

Tabel 16 perbandingan Uji T

Variabel	T hitung	T tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	5,023	1,984	Berpengaruh
Kualitas Produk	4,314	1,984	Berpengaruh

Berdasarkan tabel 6 bahwa Variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas produk memiliki hasil T Hitung > T tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan (Y). Variabel Kualitas Produk (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kualitas Pelayanan (Y).

Uji F dilakukan untuk mencari pengaruh hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk(X2) terhadap variabel Kepuasan Nasabah secara simultan. Berikut adalah hasil Uji-F

Tabel 17. Hasil uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	182,733	2	91,366	44,167	<,001 <sup>b</sup>
	Residual	200,657	97	2,069		
	Total	383,390	99			

a. Dependent Variable: Y total

b. Predictors: (Constant), X2 total, X1 total

F-tabel yang digunakan yaitu sebesar 3,09. Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa F-hitung 44,167 > F tabel 3,09 maka H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan variabel kualitas pelayanan (X1) dan

kualitas produk (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan secara simultan.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Dago Bandung. berdasarkan pembahasan tersebut maka terdapat beberapa kesimpulan, diantaranya yaitu: Kualitas Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BTPN Kantor Cabang Dago. Hal tersebut didasarkan pada pengambilan Keputusan nilai T hitung yang memiliki hasil nilai lebih besar dari T tabel. Bank BTPN Kantor Cabang Dago Bandung dapat menjadikan Kualitas Pelayanan strategi untuk menjaga kepuasan pelanggan dan tetap setia menjadi nasabah Bank BTPN.

Kualitas Produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Didasarkan pada nilai T hitung yang memiliki nilai yang lebih besar dari T tabel. Bank BTPN Kantor Cabang Dago Bandung dapat menjadikan Kualitas Pelayanan sebagai salah satu bentuk strategi untuk menjaga kepuasan pelanggan dan tetap setia menjadi nasabah Bank BTPN

Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah. Didasarkan keputusan nilai T hitung dengan hasil perhitungan lebih besar dari T tabel. Bank BTPN Kantor Cabang Dago Bandung dapat menjadikan Kualitas Pelayanan sebagai salah satu bentuk strategi untuk menjaga kepuasan pelanggan dan tetap setia menjadi nasabah Bank BTPN

Bank BTPN Kantor Cabang Dago Bandung diharapkan dapat meningkatkan kualitas pelayanan agar dapat tercapai kepuasan nasabah yang diharapkan. Selain itu, Bank BTPN Kantor Cabang Dago Bandung juga diharapkan untuk melakukan perbaikan dan maintenance yang lebih baik terhadap produk sehingga tingkat kepuasan nasabah semakin meningkat.

## REFERENSI

- Abdullah, Ma'ruf. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Aswaja Presindo
- Albari, dan Kartika, Atika. 2019. The Influence of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction and loyalty. *Asian journal of Entrepreneurship and Family Business*, 3(01),49-64
- Ali, Zainuddin. (2015). Metode Penelitian Hukum. Jakarta: Sinar Grafika
- Ariyanti, M., Widyaneesti, S., Aprilia. W.H. 2024. Service Quality Analysis of Telkomsel Case Study Based On Online Customer Reviews in google play Store. *International Conference on Computing, Power and Communication Technologies*
- Azwar, Saifuddin. (2014). Metode Penelitian. Yogyakarta: pustaka Pelajar Basuki, Sulisty. (2015). Metode Penelitian. Jakarta: Wedatama Widya Sastra
- Bintoro. (2017). Manajemen Penilaian Kinerja Karyawan. Yogyakarta: Penerbit Gaya Media
- Budiningsih, Susilowati., dan Primdhita, Yuridistya. 2019. Pengaruh Kualitas layanan dan Produk terhadap kepuasan nasabah bank syariah. *Jurnal manajemen kewirausahaan*, 4(02), 121-130.
- Candiwan, M., Wibisono, Cokro. 2021. Analysis of the Influence of Website Quality to Customer's Loyalty on e-commerce. *International Journal of Electronic Commerce Studies*
- Kasmir. (2009). Bank dan Lembaga keuangan lainnya. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada. Khasmir. (2017). Manajemen Penilaian Kinerja
- Darwin, Muhammad., Mamondol, Marianne Reynelda., Sormin, Salman Alparis., Nurhayati, Yuliana., Tambunan, Hardi., Sylvia, Diana., Adnyana, I Made Dwi Mertha., Budi Prasetyo., Vianitati, Pasionista., Gebang, Antonius Adolf. (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif. Bandung: Media Sains Indonesias
- Duli, Nikolaus. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi dan Analisis Data dengan SPSS. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Fianto, Bayu arie., Rahmawati, Charissa Kezia., Supriani, Indri. 2021. Mobile banking Services Quality and its impact on customer satisfaction of Indonesian Islamic banks. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 7(1), 59-76.
- Ghozali, Imam. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Handani, Ririn. (2020). Metodologi Penelitian Sosial. Daerah Istimewa Yogyakarta : Trussmedia Grafika
- Hardani, Andriani, Helmina., Ustiawaty, Jumari., Utami, Evi Fatmi., Istiqomah, Ria Rahmatul., Fardani, Roushandy Asri., Sukmana, Dhika Juliana., Auliya, Nur Hikmatul. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta : Pustaka Ilmu

- Hendriyadi, Tricahyadinata, Irsan., Zannati, R. (2019). *Metode Penelitian Pedoman Penelitian Bisnis dan Akademik*. Jakarta Selatan: Lembaga Pengembangan Manajemen dan Publikasi Imperium (LPMP).
- Hikmawati, Fenti. (2017). *Metodologi Penelitian*. Depok: Rajagrafindo
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Surabaya: Unitomo Press
- Jaya, I Made Laut Mertha. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia
- Karenina, nadia putri., Dan Ariyanti, Maya. 2022. The Influence of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction Bakso Sonhaji Sony Lampung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, 6(03), 52–68.
- Kotler, Philip. Dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> edition. Harlow: Pearson Education
- Lee, Seojin Stacey., Kim, Yaeri., Roh, Taewoo. (2019). Modified pyramid of CSR for corporate image and customer loyalty: Focusing on the moderating role of the CSR experience. *Article in Sustainability*. 11. 1-21. <https://doi.org/10.3390/su11174745>
- Machali, Imam. (2015). *Statistik itu Mudah: Menggunakan SPSS sebagai alat bantu statistik*. Kediri: Guepedia
- Mahsyar, Syariful., dan Surapati, untung. Effect of Service Quality and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *International journal of Economics, Business and Accounting Research*, 4(1), 204-211.
- Pakpahan, Andrew Fernando., Prasetio, Adhi., Gurning, Edi Surya Negara Kasta., Situmorang, Risanti Febrine Rospita., Sipayung, Tasnim Parlin Dony., Sesilia, Ayudia Popy., Purba, Puspita Puji rahayu Bonaraja., Chaerul, Muhammad., Siagian, Ika Yuniwati Valentine., Rantung, Gilny Aileen Joan. (2021). *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Menulis
- Priyatno, Duwi. (2014). *Spss 22 pengolahan data terpraktis*. Yogyakarta: Andi Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Zifatama Publishing
- Sahir, Syafrida Hafni. (2022). *Metodologi Penelitian*. Bantul: Penerbit KBM Indonesia
- Siyoto, Sandu., Sodik., Muhammad Ali. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Sudarso, Andriansan. (2016). *Manajemen Jasa Perhotelan ( Dilengkapi dengan hasil riset pada hotel berbintang di Sumatera utara )*. Yogyakarta: Deepublish
- Sujarweni, V Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press
- Sukardi. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan: kompetensi dan praktiknya*. Jakarta: PT Bumi Aksara Sukmadinata,
- Nana Syaodih (2017). *Metode penelitian Pendidikan, Cet.12*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Penerbit Alfabeta Suprpto,
- Rifqi., Dan Azizi, Muhammad Zaky Wahyuddin. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Ponorogo: Myra Publisher
- Syaban, Mumun. (2021). *Statistika Penelitian*. Bandung: Informatika
- Tjiptono, Fandy., Dan Diana, Anastasia. (2015). *Buku Pelanggan Puas? Tak Cukup!*: Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Winarno, M, E., (2018). *Metodologi Penelitian Dalam Pendidikan Jasmani*. Malang : Universitas Negeri Malang (UM PRESS).