

The Influence of Service Quality, Products and Costs on Customer Satisfaction in Saving at Bank Multiarta Sentosa

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Biaya terhadap Kepuasan Nasabah dalam Menabung di Bank Multiarta Sentosa

Lokot Muda Harahap¹, Petrus Loo², Bambang Sutejo³, Chelsea Sinyo⁴

¹Program Studi Manajemen, Universitas Negeri Medan, Indonesia

²³⁴Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, Indonesia

Keywords:

Service Quality;
Produk;
Brand Equity;
Sales Volume

Abstract. The purpose of this study is to determine the effect of Service Quality, Product and Cost on Customer Loyalty at PT. Bank Multiarta Sentosa. The population in this study are customers of PT. Bank Multiarta Sentosa totaling 184 customers. The technique of determining the number of samples used in this study is Slovin formula and totaling 65 respondents. The research method used is the technique of collecting data through library research conducted systematically based on research objectives. The analytical method used to solve problems and prove hypotheses with descriptive analysis, regression analysis. This analysis includes validity and reliability, classic assumption test, multiple regression analysis, hypothesis testing through t and F test, and test the coefficient of determination (R²). The t test results Service Quality variable had a positive and significant on Customer Loyalty at PT. Bank Multiarta Sentosa. Product variable had a positive and significant on Customer Loyalty at PT. Bank Multiarta Sentosa. Cost variable variable had a positive and significant on Customer Loyalty at PT. Bank Multiarta Sentosa. The F test results show that the independent variables Service Quality, Product and Cost adjusted for the variable Customer Loyalty. Test results of the coefficient of determination (R²) indicate that Sales Volume variable are supported by Service Quality, Product and Cost variable.

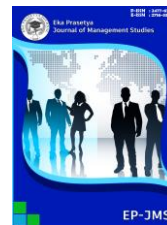
Corresponding author*

Email: chelseasinyo88@gmail.com



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



1. PENDAHULUAN

Berbagai cara dilakukan bank untuk meningkatkan penghimpunan dana dari masyarakat yang salah satu caranya meningkatkan kapasitas nasabah. Sering terjadi seorang nasabah Bank beralih ke Bank lain karena layanan yang kurang memuaskan. Hal ini membuat Bank harus berlomba-lomba untuk meningkatkan mutu pelayanannya dan meningkatkan kemudahan dalam pinjaman kredit maupun perkembangan suatu sistem dalam perbankan masing-masing. Kini dalam persaingan yang semakin tajam ada beberapa bank memberikan penawaran suku bunga yang cukup tinggi tetapi dengan nominal yang cukup tinggi dan jangka waktu yang berbeda yaitu deposito. Dengan semakin canggih suatu sistem juga bisa membuat nasabah beralih ke Bank tersebut dikarenakan nasabah semakin mudah untuk bertransaksi tanpa harus ke kantor cabang. Inovasi pada perbankan zaman sekarang adalah mobile banking, internet banking, ATM yang berlogo GPN dan mesin EDC yang dapat digunakan kartu ATM yang berlogo GPN.

PT. Bank Multiarta Sentosa (Bank MAS) sebagai Bank Devisa melayani nasabah yang ingin melakukan transaksi dengan luar negeri. Melihat kepentingan yang harus dilaksanakan oleh pihak perbankan saat ini, yaitu Bank sendiri mengharuskan pihak perbankan untuk lebih memperkuat dan mengembangkan suatu bidang pemasaran secara lebih baik. Perusahaan melayani berbagai transaksi dan kegiatan perbankan. Menurut Kotler & Keller (2012:4) segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, properti, organisasi informasi. Produk yang dimiliki oleh perusahaan seperti Giro, Valas, Deposito, Tabungan, Safe Deposit Box (SDB) dan berbagai produk bank lainnya. Tetapi sebagai nasabah Bank Mas produk tersebut masih kurang menarik dibandingkan dengan Bank lain dikarenakan pembukaan rekening masih hanya mendapatkan hadiah sabun dari grup Wings dan mendapatkan bunga yang cukup rendah sedangkan di Bank lain mendapatkan cashback ataupun voucher. Tetapi ada kecanggihan dari Bank Mas yaitu mobile banking bisa cek saldo 3 bulan yang lalu, bisa membayar tagihan PDAM, BPJS Kesehatan, melakukan transfer SKN/RTGS tanpa harus datang ke kantor cabang.

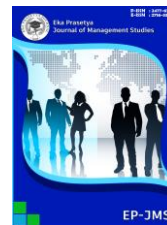
Kualitas Pelayanan yang baik akan memberikan Kepuasan bagi nasabahnya, akan tetapi jika Kualitas Pelayanan yang diberikan masih dinilai buruk oleh nasabah, maka nasabah akan merasa kurang puas seperti fasilitas yang kurang lengkap biasanya meliputi mesin ATM yang susah dicari ataupun keterbatasan tempat pemberian layanan sehingga membuat antrian menjadi panjang. Adapun beberapa keluhan dari nasabah seperti karyawan tidak memiliki kemampuan yang baik karena nasabah sering merasa kecewa karena harus mengantri lama akibat lambatnya kerja dari *teller* dalam memproses sebuah transaksi nasabah. Hal tersebut tentunya menghabiskan waktu nasabah dan membuat nasabah menjadi kecewa.

Faktor berikutnya adalah Produk. Bank Multiarta Sentosa dinilai masih memiliki Produk yang kurang diminati oleh nasabahnya sehingga membuat nasabah sering merasa kecewa karena tidak adanya perubahan ataupun penambahan Produk yang menarik, perusahaan hanya memiliki 5 kategori Produk saja dan juga Produk tersebut dinilai kurang menarik oleh nasabah. Nasabah juga sering membandingkan varian Produk yang dimiliki oleh bank lain dengan perusahaan sehingga membuat nasabah terkadang lebih memilih untuk menggunakan jasa dari bank lainnya dibandingkan dengan jasa



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



yang ditawarkan oleh perusahaan.

Biaya yang harus dikeluarkan oleh nasabah dinilai juga masih banyak sehingga terkadang membuat nasabah merasa rugi dan ketika nasabah membandingkannya dengan bank lainnya, nasabah akan lebih memilih bank lain karena dinilai memiliki Biaya yang lebih murah dan terjangkau. Biaya yang ada dalam perusahaan masih dapat dikatakan cukup tinggi dimana seperti setoran awal yang untuk beberapa bank biasanya hanya Rp. 50.000 saja, akan tetapi pada Bank Multiarta membutuhkan Biaya sebesar Rp. 100.000. Banyaknya Biaya yang harus dikeluarkan oleh nasabah membuat nasabah mencoba untuk mencari bank dengan Biaya yang lebih rendah sehingga akan terjangkau oleh dirinya.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1.1 Kepuasan Nasabah

2.1.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan Nasabah merupakan konsep pokok dalam teori dan praktik pemasaran kontemporer yang dipandang sebagai elemen utama yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi pemasaran, baik organisasi bisnis maupun nirlaba (Tjiptono dan Diana, 2019).

2.1.2 Strategi Mempertahankan Nasabah

Strategi mempertahankan nasabah adalah 1) Mengelola atau memelihara tingkat kepuasan nasabah, 2) Menyederhanakan proses pembelian, dan 3) Menambah daya tarik produk sehingga nasabah tidak beralih ke merek lain (Sudaryono, 2016).

2.1.3 Indikator Kepuasan Nasabah

Terdapat beberapa indikator dari Kepuasan Nasabah yaitu 1) Kepuasan Nasabah Keseluruhan, 2) Konfirmasi Ekspektasi, dan 3) Niat Beli Ulang, 4) Kesiediaan untuk Merekomendasi, dan 5) Ketidakpuasan Nasabah (Tjiptono dan Diana, 2019)

2.2 Kualitas Pelayanan

2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2017).

2.2.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator Kualitas Pelayanan mempunyai beberapa sifat tertentu, yaitu 1) Reliabilitas, 2) Daya Tanggap, 3) Jaminan, 4) Empati, 5) Bukti Fisik. (Tjiptono, 2017).

2.3 Produk

2.3.1 Pengertian Produk

Produk adalah semua yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan pemakainya (Firmansyah, 2019).

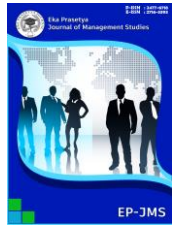
2.3.2 Tingkatan Produk

Lima tingkatan Produk dapat dijabarkan adalah 1) Manfaat Inti (*Core Benefit*), 2) Produk



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Dasar (*Basic Product*), 3) Produk yang Diharapkan (*Expected Product*), 4) Produk Tingkat (*Augmented Product*), dan 5) Potensi Produk (*Potential Product*) (Malau, 2018)

2.3.3 Indikator Produk

Indikator Produk yang dapat dilakukan adalah 1) Lebar Produk, 2) Panjang Produk, 3) Kedalaman Bauran Produk, dan 4) Konsistensi Bauran Produk (Firmansyah, 2019).

2.4 Biaya

2.4.1 Pengertian Biaya

Biaya merupakan pengeluaran atau pengorbanan sumber ekonomi untuk memperoleh barang atau jasa yang dinilai dengan uang yang berguna untuk masa yang akan datang (Pratama, 2016).

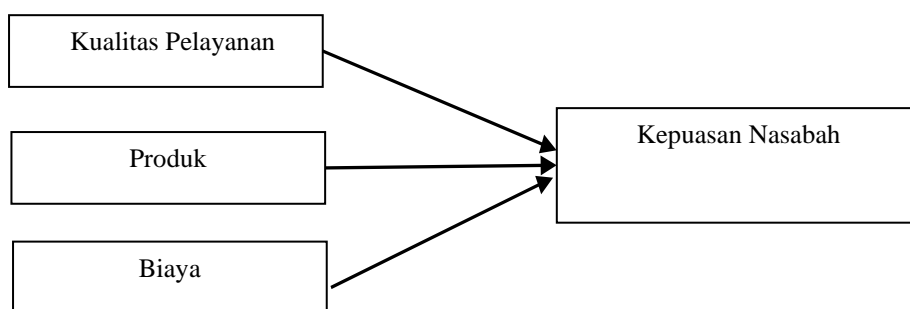
2.4.2 Indikator Biaya

Indikator Biaya adalah 1) Biaya produksi, 2) Biaya pemasaran, 3) Biaya administrasi dan umum, 4) Biaya Langsung, dan 5) Biaya Tidak Langsung (Pratama, 2016).

Berikut pengujian hipotesis penelitiannya :

- H₁: Diduga adanya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Multiarta Sentosa Medan.
- H₂: Diduga adanya pengaruh Produk terhadap Kepuasan Nasabah Bank Multiarta Sentosa Medan.
- H₃: Diduga adanya pengaruh Biaya terhadap Kepuasan Nasabah Bank Multiarta Sentosa Medan.
- H₄: Diduga adanya pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Biaya terhadap Kepuasan Nasabah Bank Multiarta Sentosa Medan.

Kerangka teoritis dalam penelitian ini akan menjelaskan hubungan antara masing-masing variabel yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 1. Kerangka Penelitian

3. METODE PENELITIAN

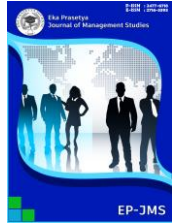
3.1. Jenis Data dan Sumber Data

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Ada dua sumber data berdasarkan



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



sumbernya yang umumnya digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder.

3.2. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi penelitian yang akan digunakan dalam penelitian adalah seluruh nasabah yang menggunakan jasa perusahaan selama periode 2020 sebanyak 184 nasabah. Dikarenakan jumlah populasi yang digunakan adalah sebanyak 184 nasabah maka jumlah populasi akan diperkecil dengan teknik sampel slovin dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat *error* 10%, dengan demikian dapat diketahui bahwa jumlah dari sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 65 responden.

3.3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang relevan dalam penelitian maka dilakukan dengan cara wawancara yang dibantu dengan instrumen penelitian yaitu kuesioner yang diberikan kepada responden, pengamatan langsung, serta studi kepustakaan. Untuk menilai tanggapan responden maka penulis menggunakan skala *Likert*.

3.4. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Berikut definisi operasional variabel yang akan digunakan yaitu:

Table 1. Variables Measurement

Variable	Measurement
Dependent Variable	
Kepuasan Nasabah	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kepuasan Nasabah keseluruhan 2. Konfirmasi ekspektasi 3. Niat beli ulang 4. Kesiediaan untuk merekomendasi
Independent Variables	
Kualitas Pelayanan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Reliabilitas (<i>Reliability</i>) 2. Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 3. Jaminan (<i>Assurance</i>) 4. Empati (<i>Empathy</i>) 5. Bukti Fisik (<i>Tangibles</i>)
Produk	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lebar produk 2. Kedalaman bauran produk 3. Konsistensi bauran produk
Biaya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya Pemasaran 2. Biaya Admistrasi dan Umum 3. Biaya Langsung 4. Biaya Tidak Langsung

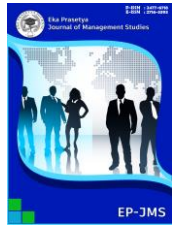
3.5. Teknik Analisa Data

Model analisis data yang digunakan dalam penelitian kali ini adalah model analisis regresi berganda. Peneliti menggunakan regresi linear berganda karena model ini berguna untuk mencari pengaruh antara dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel terikat yang ada. Model persamaan



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



regresi berganda adalah :

$$Y = a + X_1b_1 + X_2b_2 + X_3b_3 + e$$

Keterangan:

- Y = Kepuasan Nasabah
- a = Konstanta
- b₁₋₃ = Koefisien regresi variabel independen
- X₁ = Variabel Kualitas Pelayanan
- X₂ = Variabel Produk
- X₃ = Variabel Biaya
- e = Standard Error

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

Deskripsi responden merupakan deskripsi tentang unit analisis/observasi yang diteliti yang mencakup karakteristik atau profil responden yang diperoleh dari hasil pengolahan data kuesioner. Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 65 responden dari perusahaan yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dengan dominan responden laki-laki dan usia dengan dominan responden 31 tahun – 40 tahun.

4.2 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Hasil uji Validitas dan Reliabilitas akan disajikan pada tabel 2 dan tabel 3 sebagai berikut ini:

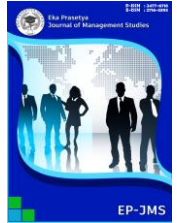
Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r _{hitung}
Kualitas Pelayanan (X ₁)	Pernyataan – 1	0,502
	Pernyataan – 2	0,413
	Pernyataan – 3	0,518
	Pernyataan – 4	0,582
	Pernyataan – 5	0,735
	Pernyataan – 6	0,633
	Pernyataan – 7	0,854
	Pernyataan – 8	0,742
	Pernyataan – 9	0,502
	Pernyataan – 10	0,417
Produk (X ₂)	Pernyataan – 1	0,833
	Pernyataan – 2	0,801
	Pernyataan – 3	0,822
	Pernyataan – 4	0,696
	Pernyataan – 5	0,834
	Pernyataan – 6	0,869



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Biaya (X_3)	Pernyataan – 1	0,564
	Pernyataan – 2	0,798
	Pernyataan – 3	0,704
	Pernyataan – 4	0,857
	Pernyataan – 5	0,820
	Pernyataan – 6	0,786
	Pernyataan – 7	0,720
	Pernyataan – 8	0,688
Kepuasan Nasabah (Y)	Pernyataan – 1	0,920
	Pernyataan – 2	0,736
	Pernyataan – 3	0,915
	Pernyataan – 4	0,789
	Pernyataan – 5	0,588
	Pernyataan – 6	0,828
	Pernyataan – 7	0,768
	Pernyataan – 8	0,913

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Dari hasil Tabel 2 diperoleh nilai r_{hitung} dari masing-masing item pernyataan untuk setiap variabel yang diperoleh berada diatas t_{tabel} (0,361) sehingga dapat dikatakan pernyataan yang digunakan dikatakan validitas.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha
Kualitas Pelayanan (X_1)	10	0,782
Produk (X_2)	6	0,894
Biaya (X_3)	8	0,868
Kepuasan Nasabah (Y)	8	0,912

Sumber : Hasil Penelitian, 2020 (Data Diolah)

Dari hasil Tabel 3 yang diperoleh dari masing-masing variabel terlihat *Cronbach's Alpha* berada diatas 0,6 sehingga seluruh pernyataan dari setiap variabel dinyatakan reliabel.

4.3 Uji Asumsi Klasik

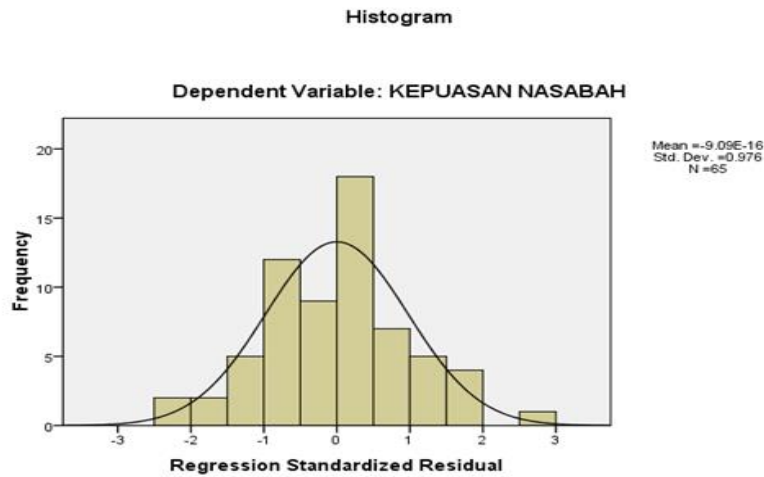
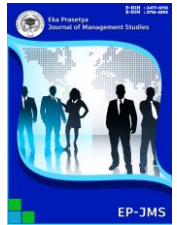
a) Uji Normalitas

Hasil untuk pengujian normalitas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini:



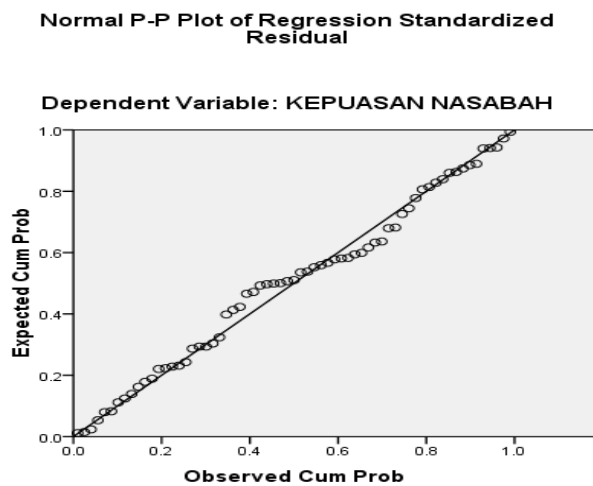
Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Gambar 2. Grafik Histogram
Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Gambar 2 diatas dapat dilihat bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka regresi dianggap memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 3. Grafik Normal Probability Plot
Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

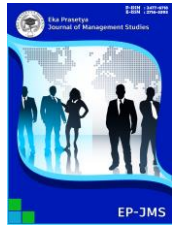
Berdasarkan Gambar 3 diatas dapat dilihat bahwa titik-titik mendekati garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi pengujian normalitas.

Tabel 4. Uji Kolgomorov-Smirnov



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.24954575
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.068
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		.648
Asymp. Sig. (2-tailed)		.795

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

a. Uji Multikolinieritas

Hasil untuk pengujian multikolinieritas dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini:

Tabel 5. Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Kualitas Pelayanan	.542	1.844
Produk	.309	3.241
Biaya	.324	3.086

a. Dependent Variabel : Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 5 nilai *Tolerance* yang diperoleh dari variabel Kualitas Pelayanan adalah 0,542 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 1,844 yang kurang dari 10, nilai *Tolerance* yang diperoleh dari variabel Produk adalah 0,309 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 3,241 yang kurang dari 10, nilai *Tolerance* yang diperoleh dari variabel Biaya adalah 0,324 yang lebih dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh adalah 3,086 yang kurang dari 10, sehingga dapat dinyatakan tidak terjadi persoalan multikolinieritas dengan variabel bebas lainnya.

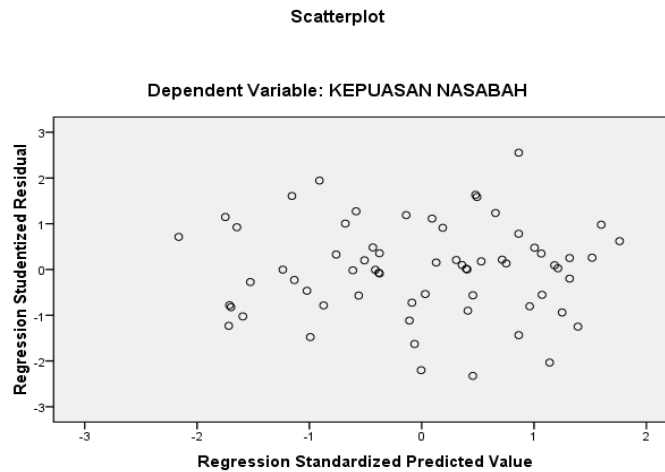
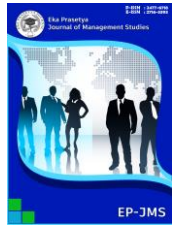
b. Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian menggunakan metode grafik *scatterplot* dapat dilihat pada gambar dibawah ini :



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Gambar 4. Grafik Scatterplot
 Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Gambar 4 diatas, dapat dilihat bahwa titik-titik grafik *Scatterplot* menyebar secara acak (*random*) serta tersebar di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk suatu pola tertentu. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

4.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil untuk pengujian analisis regresi linier berganda dapat dilihat pada tabel sebagai berikut ini :

Tabel 6. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	-3.157	2.127
	Kualitas Pelayanan	.434	.071
	Produk	.507	.121
	Biaya	.181	.103

a. Dependent Variable : Kepuasan Nasabah

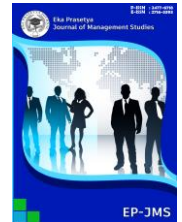
1. Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 6 diatas, diperoleh persamaan regresi linier berganda yaitu dengan rumus berikut : $\text{Kepuasan Nasabah} = -3,157 + 0,434 \text{ Kualitas Pelayanan} + 0,507 \text{ Produk} + 0,181 \text{ Biaya} + e$ dimana jika nilai variabel bebas (X_1) yaitu Kualitas Pelayanan, variabel bebas (X_2) yaitu Produk dan variabel bebas (X_3) yaitu Biaya bernilai 0 maka Kepuasan Nasabah adalah tetap sebesar -3,157. Setiap peningkatan aspek Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,434. Setiap peningkatan aspek Produk (X_2) sebesar 1 satuan, maka Kepuasan Nasabah akan meningkat sebesar 0,507. Setiap peningkatan aspek Biaya (X_3) sebesar 1 satuan, maka Kepuasan



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Nasabah akan meningkat sebesar 0,181.

4.5 Uji Hipotesis

a. Pengujian Parsial (Uji-t)

Hasil pengujian hipotesis secara parsial (Uji-t) dapat dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 7. Uji Parsial Coefficients^a

		t	Sig.
1	(Constant)	-1.484	.143
	Kualitas Pelayanan	6.097	.000
	Produk	4.179	.000
	Biaya	1.761	.083

a. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
 Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Variabel Kualitas Pelayanan (X_1) memiliki nilai t_{hitung} (6,097) > t_{tabel} (1,999) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, variabel Produk (X_2) memiliki nilai t_{hitung} (4,179) > t_{tabel} (1,999) dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dan Variabel Biaya (X_3) memiliki nilai t_{hitung} (1,761) < t_{tabel} (1,999) dengan tingkat signifikan $0,083 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan, Produk, terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa dan Biaya secara parsial tidak terdapat pengaruh positif dan tidak signifikan antara terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa.

b. Pengujian Simultan (Uji-F)

Hasil pengujian hipotesis secara simultan (Uji-F) dapat dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 8. Uji Simultan

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1520.069	3	506.690	95.434	.000 ^a
	Residual	323.869	61	5.309		
	Total	1843.938	64			

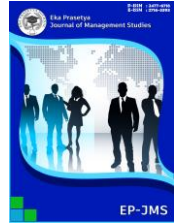
a. Predictors: (Constant), Biaya, Produk, Kualitas Pelayanan
 b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah
 Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 8 dapat dilihat nilai F_{hitung} (95,434) > F_{tabel} (2,76) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ sehingga disimpulkan terdapat positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan, Produk, Biaya terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa.



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 9. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.908 ^a	.824	.816	2.304

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Penelitian, 2021 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 9 diatas, dapat dilihat Nilai *Adjusted R Square* (R^2) atau koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,816 artinya 81,60% Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa Medan dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan, Produk dan Biaya, sedangkan sisanya yaitu 18,40% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti lokasi, saluran distribusi dan promosi penjualan.

4.6 Pembahasan

4.6.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa, dimana nilai t_{hitung} sebesar 6,097 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,999.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Nasfi, Rahmad dan Sabri (2020) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah” yang membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

4.6.2 Pengaruh Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa, dimana nilai t_{hitung} sebesar 4,179 lebih besar dari nilai t_{tabel} sebesar 1,999.

Hasil penelitian ini sejalan dengan Rizka Putri Rumastari dan Aris Sunindyo (2019) dengan judul penelitian “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, harga dan lokasi terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Uni Ngesrep Semarang” yang membuktikan bahwa Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.

4.6.3 Pengaruh Biaya Terhadap Kepuasan Nasabah

Biaya secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa, dimana nilai t_{hitung} sebesar 1,761 lebih kecil dari nilai t_{tabel} sebesar 1,999.

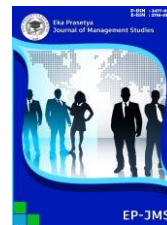
Hasil penelitian ini sejalan dengan Purnomo Edwin Setyo (2017) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “BEST AUTOWORKS”” yang membuktikan bahwa Biaya tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Volume Penjualan.

4.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Biaya Terhadap Kepuasan Nasabah



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



Kualitas Pelayanan, Produk dan Biaya secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa, dimana nilai F_{hitung} sebesar 95,434 lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 2,76. Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan, Produk dan Biaya sebesar 81,60% sedangkan sisanya yaitu 18,40% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan Ayuni Indasyari Tanjung dan Musdhalifah Zebua (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Suku Bunga, Biaya dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Mikro Pada Bank Danamon Simpan Pinjam Rantaprapat” yang membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan, Produk dan Biaya berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah.

5. SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan antara lain hasil penelitian memberikan arti bahwa variabel Kualitas Pelayanan, Produk dan Biaya secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa. Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa. Produk secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa. Biaya secara parsial tidak memiliki pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa. Kualitas Pelayanan, Produk dan Biaya secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada Bank Multiarta Sentosa. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Nasabah dipengaruhi oleh variabel Kualitas Pelayanan, Produk dan Biaya. Dari hasil penelitian, secara umum dapat dikatakan bahwa Biaya administrasi tiap bulan pada rekening di Bank Multiarta Sentosa didebet dari rekening nasabah, diharapkan perusahaan selalu dapat menyesuaikan biaya yang timbul agar tidak memberatkan nasabah, Perusahaan selalu menyampaikan setoran awal tabungan Bank Multiarta Sentosa yang terjangkau dibanding produk bank lain. Karyawan diharapkan menjelaskan setiap varian produk yang ada sesuai dengan ketentuan perusahaan, agar konsumen tidak kecewa dan percaya pada pelayanan perusahaan, Perusahaan menambah keragaman produk untuk menjangkau nasabah yang lebih luas, dengan begitu perusahaan tidak kehilangan nasabah dan menambah nasabah baru. Salah satu cara yang dapat meningkatkan kepuasan nasabah adalah memberikan salam sebelum melayani nasabah, karyawan yang sopan diharapkan dapat mempererat hubungan nasabah tersebut dengan perusahaan, Perusahaan selalu menggunakan fasilitas yang cukup canggih dan modern, sehingga perusahaan tidak tertinggal dibandingkan dengan perusahaan lain.

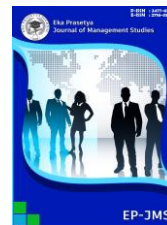
DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan Kesebelah. Penerbit: Alfabeta. Bandung.
- Dharmawati, M. 2016. *Kewirausahaan*. Penerbit PT. RajaGrafindo Persada Depok.
- Djunaidi, F. G. 2020. *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Minyak Kayu Putih Pada Ketel Walbarua di Desa Ubung*. Penerbit Qiara Media, Pasuruan.
- Firmansyah, A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Penerbit Deepublish Publisher Yogyakarta.
- _____. 2019. *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Penerbit



Jurnal Manajemen Bisnis Eka Prasetya

(Eka Prasetya Journal of Management Studies)



- Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Herlina, V. 2019. *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Penerbit PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Indahingwati, A. 2019. *Kepuasan Konsumen Pada Kualitas Layanan SIM Keliling*. Penerbit CV. Jakad Publishing Surabaya, Surabaya.
- Ismainar, H. 2015. *Keselamatan Pasien di Rumah Sakit*. Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta
- Kurniawan, A. R. 2018. *Dasar-Dasar Marketing, Segala Hal Tentang Marketing & Sales*. Penerbit Quadrant, Yogyakarta.
- Malau, Harman. 2018. *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global)*. Cetakan Kedua. Penerbit Alfabeta.
- Manap, A. 2018. *Manajemen Kewirausahaan*. Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Musfar, T. F. 2020. *Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Pokok Dalam Manajemen Pemasaran*. Penerbit Media Sains Indonesia, Bandung.
- Mutiawati, C., Suryani, F. M., Anggraini, R., & Azmeri. 2019. *Kinerja Pelayanan Angkutan Umum Jalan Raya*. Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Pratama, F. A. 2016. *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta : K-Media.
- Priyatno, D. 2018. *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Rokhman, W. 2016. "Pengaruh Biaya, Angsuran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pembiayaan BMT di Kabupaten Kudus." *Jurnal IQTISHADIA*. Jawa Tengah.
- Rumastari, R. P., & Sunindyo, A. 2019. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, harga dan lokasi terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Rakyat Indonesia Uni Ngesrep Semarang." *Jurnal Keunis Majalah Ilmiah*, Semarang.
- Santoso, M. 2019. *Loyalitas Nasabah PDBANK PERKREDITANRAKYAT Wilayah Cirebon*. Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Sherly., Halim, F., & Butarbutar, M. 2020. *Pemasaran Internasional*. Penerbit Yayasan Kita Menulis, Medan
- Sudarso, A. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi Dengan Hasil Riset Pada Hotel Berbintang di Sumatera Utara)*. Penerbit Deepublish Publisher, Yogyakarta.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Sugiono. 2017. *Statistika Untuk Penelitian*. Penerbit Alfabeta. Bandung.
- Tanjung, A. I., & Zebua, M. 2016. "Pengaruh Suku Bunga, Biaya dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Mikro Pada Bank Danamon Simpan Pinjam Rantapratap." *Jurnal Ecobisma*. Rantapratap.
- Tjiptono, Fandy. 2017. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- _____, & Diana, A. 2019. *Kepuasan Pelanggan-Konsep, Pengukuran dan Strategi*. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Wahyudi, S. T. 2017. *Statistika Ekonomi : Konsep, Teori dan Penerapan*. Penerbit UB Press. Jakarta.
- Zuhri, N. S. 2017. *Sukses Membangun Wirausaha : Prinsip, Strategi dan Kiat*. Penerbit FokusMedia, Bandung.