

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT.BANK BUKOPIN  
CABANG GAJAH MADA MEDAN**

**SKRIPSI**

**OLEH :**

**YESSI ALVI SUNDARI  
178320359**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 18/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber  
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area  
Access From (repositorv.uma.ac.id)18/12/24

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT.BANK BUKOPIN  
CABANG GAJAH MADA MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Medan Area

Oleh :

**YESSI ALVI SUNDARI  
NPM : 17.832.0359**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 18/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber  
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area  
Access From (repositorv.uma.ac.id)18/12/24

**Judul Skripsi** : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Bukopin Cabang Gajah Mada Medan

**Nama** : Yessi Alvi Sundari

**NIM** : 178320359

**Program Studi** : Manajemen



**Ahmad Rafiki, BBA, MMgt, P.hD, CIMA**  
Dekan



**Fitriani Tobing, SE, M.Si**  
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 06 September 2024

### HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah. Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.



Medan, 06 September 2024



Yessi Alvi Sundari

178320359

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yessi Alvi Sundari  
NPM : 178320359  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi Dan bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area atas karya ilmiah saya yang berjudul: Pengaruh kualitas pelayanan & produk terhadap kepuasan nasabah pada PT BANK Bukopin cabang gaja mada Medan Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal : 06 September 2024

Yang menyatakan



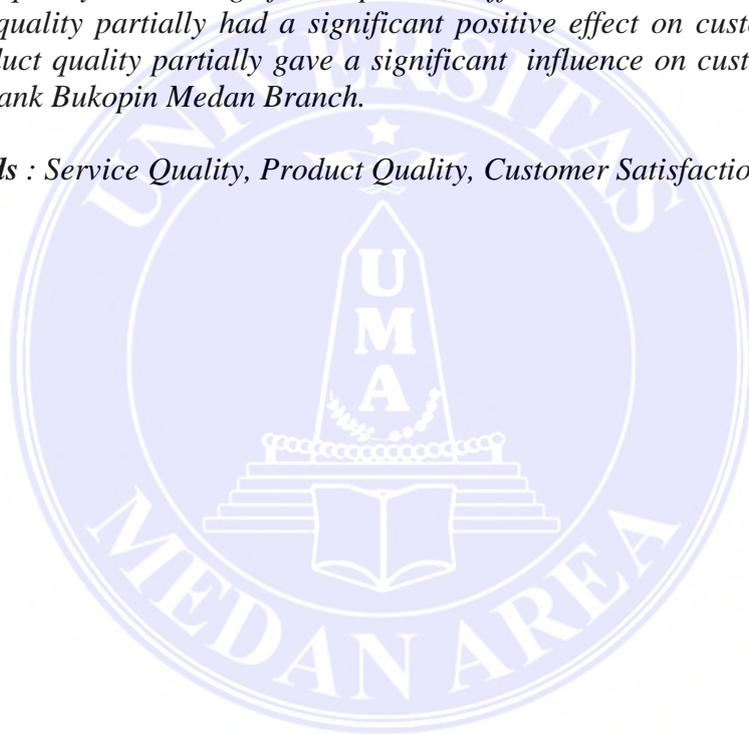
**Yessi Alvi Sundari**

**178320359**

## ABSTRACT

*This study aims to determine whether service quality has a significant positive effect on customer satisfaction at PT. Bank Bukopin Gajah Mada Medan Branch, to find out whether product quality has a significant positive effect on customer satisfaction performance at PT. Bank Bukopin Gajah Mada Medan Branch and to find out whether service quality and product quality have a significant positive effect on customer satisfaction of PT. Bank Bukopin Gajah Medan Branch. The population in this study are customers of PT. Bank Bukopin Medan Branch, totaling 24,711 The sample in this study amounted to 80 people who referred to Roscoe's theory. This type of research is quantitative research, namely the research method based on the philosophy of positivism, used to examine certain populations or samples. Using multiple linear regression statistical analysis techniques. So the results obtained from this study obtained that service quality and product quality had a significant positive effect on customer satisfaction, then service quality partially had a significant positive effect on customer satisfaction and product quality partially gave a significant influence on customer satisfaction at PT. Bank Bukopin Medan Branch.*

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



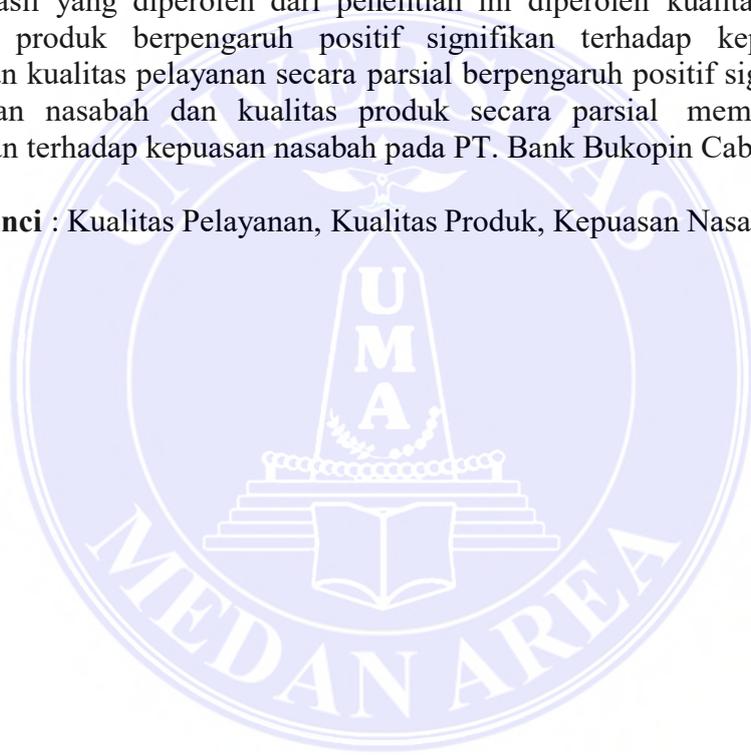
## ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Bukopin Cabang Gajah Mada Medan, untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kinerja kepuasan nasabah pada PT. Bank Bukopin Cabang Gajah Mada Medan serta untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Bukopin Cabang Gajah Medan. Populasi dalam penelitian ini yaitu nasabah PT. Bank Bukopin Cabang Medan yang berjumlah 24.711 Sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 orang yang mengacu teori Roscoe .

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang berdasarkan filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Menggunakan teknik analisis statistik regresi linier berganda.

Maka hasil yang diperoleh dari penelitian ini diperoleh kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah, kemudian kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan nasabah dan kualitas produk secara parsial memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Bukopin Cabang Medan.

**Kata kunci :** Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama	Yessi Alvi Sundari
NPM	178320359
Tempat,Tanggal dan Lahir	Medan, 22 Maret 1999
Nama Orang Tua :	
Ayah	Suyanto, S.E
Ibu	Gaya Tri Ida Asmara
Anak Ke	1 dari 2 bersaudara
Riwayat Pendidikan :	
TK ( Pertiwi Medan )	Lulus Tahun 2007
SD (SD BAKTI II Medan )	Lulus Tahun 2008
SMP ( Negeri 24, Medan )	Lulus Tahun 2014
SMA (SMA N 3 Medan )	Lulus Tahun 2017
UNIVERSITAS MEDAN AREA	Lulus Tahun 2024
No.HP/WA	+62 822-7391-7026
Email	<a href="mailto:yessyalvisundari22@gmail.com">yessyalvisundari22@gmail.com</a>

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucap puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, nikmat dan hidayah sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan baik. Adapun judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Bukopin Cabang Gajah Mada Medan”**. Adapun penyusunan skripsi ini penulis menyusun dengan maksud dan tujuan untuk memenuhi tugas akhir dan melengkapi salah satu syarat kelulusan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.

Dalam usaha menyelesaikan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya akan keterbatasan waktu dan pengetahuan sehingga tanpa bantuan dan bimbingan dari semua pihak tidaklah mungkin berhasil dengan baik.

Oleh karena itu, dalam kesempatan ini, perkenankan penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M,Eng , M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area
2. Bapak Ahmad Rafiki BBA,MM,P.hD selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area
3. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
4. FITRIANI TOBING SE.M.SI selaku Ketua Jurusan Manajemen Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan area
5. Bapak Teddi Pribadi, SE, MM selaku dosen pembimbing yang telah bersedia menyediakan waktunya yang sangat berharga untuk membimbing penulis selama menyusun skripsi. Terimakasih atas bimbingan, motivasi ,saran, serta ilmu yang diberikan untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Wan Rizca Amelia SE, M.Si selaku selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk membimbing penulis selama penyusunan skripsi. Terimakasih atas bimbingan, motivasi, saran , serta ilmu yang diberikan untuk menyelesaikan
7. Ibu Yuni Syahputri, SE, M.Si selaku Dosen Sekretaris Pembimbing yang telah memberikan kemudahan kepada penulis dalam hal kuliah, serta telah memberikan masukan-masukkan yang berharga kepada penulis dalam penulisan

8. Saudari Afrianty selaku SDM PT. Bank Bukopin Cabang Medan dan para karyawan yang memberikan izin dan kemudahan bagi Penulis dalam melengkapi skripsi, memberikan sumbangsih yang begitu besar dan cukup membantu Penulis dalam menyediakan data-data terhadap penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh Dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah membekali ilmu pengetahuan kepada Penulis.
10. Seluruh pegawai yang telah membantu mempermudah proses pengurusan administrasi Universitas Medan Area.

Mengingat keterbatasan kemampuan yang penulis miliki, maka penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, walaupun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkannya.

Medan, 06 September 2024



**Yessi Alvi Sundari**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRACT</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	ii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan .....	8
1.4 Manfaat .....	8
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b>	
2.1 Kepuasan Nasabah.....	10
2.1.1 Penegrtian Kepuasan Nasabah.....	10
2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Nasabah.....	11
2.1.3. Indikator Kepuasan Nasabah .....	12
2,2 Kualitas Pelayanan.....	13
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	13
2.2.2 Manfaat dan Tujuan Kualitas Pelayanan .....	14
2.2.3 Indikator Kualias Pelayanan .....	16
2.3 Kualitas Produk.....	17
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk .....	17
2.3.2. Manfaat dan Tujuan Kualitas Produk.....	19
2.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	21
2.4 Penelitian Terdahulu.....	23
2.5 Kerangka konseptual .....	25
2.6 Hipotesis .....	26

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Jenis Penelitian .....	27
3.2 Waktu Penelitian.....	28
3.3 Populasi dan Sampel.....	28
3.3.1 Populasi .....	28
3.3.2 Sampel .....	29
3.4 Definisi Operasional .....	31
3.5 Jenis Data dan Sumber Data.....	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.7 Teknik Analisis Data .....	34
3.7.1 Uji Instrumen Data .....	34
3.7.2 Uji Statistik.....	35
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	36
3.7.4 Uji Hipotesis .....	38

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1 Sejarah Berdirinya PT. Bank Bukopin Tbk.....	40
4.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	44
4.3 Struktur Organisasi Perusahaan.....	45
4.4 Analisis Dekskriptif Data Responden .....	46
4.4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	46
4.4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
4.4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
4.5 Deskriptif Variabel Penelitian .....	48
4.5.1 Kualitas Pelayanan .....	48
4.5.2 Kualitas Produk .....	49
4.5.3 Kepuasan Nasabah.....	50
4.6 Hasil Analisis Data .....	51
4.6.1 Hasil Uji Validitas .....	51
4.6.1.1 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	51
4.6.1.2 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	52
4.6.1.3 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah .....	53

4.6.2 Hasil Uji Reliabilitas .....	53
4.7 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	54
4.7.1 Hasil Uji Normalitas .....	54
4.7.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....	56
4.7.3 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	57
4.8 Hasil Uji Hipotesis .....	58
4.8.1 Hasil Uji F secara Simultan .....	58
4.8.2 Hasil Uji-t secara Parsial .....	59
4.8.3 Hasil Uji Determinasi R .....	61
4.9 Pembahasan .....	62
4.9.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah. 62	
4.9.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah .....	63
 <b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	65
5.1 Saran .....	65
 <b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN I</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Nasabah PT. Bank Bukopin Tahun 2015 -2019 .....	5
Tabel 1.2 Jumlah Keluhan Nasabah PT.Bank Bukopin Tahun 2015-2019 .....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	28
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	31
Tabel 3.3 Bobot Nilai Angket .....	34
Tabel 4.1 Distribusi Frekuensi Karakteristik responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4.2 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.3 Distribusi Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	47
Tabel 4.4 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Kualitas Pelayanan ..	48
Tabel 4.5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Kualitas Produk .....	49
Tabel 4.6 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Kepuasan Nasabah ..	50
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	51
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk.....	52
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Kepuasan Nasabah .....	53
Tabel 4.10 Hasil Uji Reabilitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Nasabah .	53
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas .....	54
Tabel 4.12 Hasil Uji Multikolinieritas .....	56
Tabel 4.13 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	57
Tabel 4.14 Hasil Uji F Secara Simulta.....	59
Tabel 4.15 Hasil Uji t Secara Parsial.....	59
Tabel 4.16 Hasil uji Determinasi R.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bank Bukopin Cabang Medan .....	45
Gambar 4.2 Grafik PP Normalitas Data Penelitian.....	48
Gambar 4.3 Grafik Heterokedasitisitas .....	50



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Pada dewasa ini perkembangan perbankan sangat pesat sehingga keadaan ini menimbulkan bisnis perbankan yang sangat kompetitif dan ketat untuk itu setiap bank dituntut untuk menempuh berbagai cara dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produk untuk menarik minat masyarakat dalam memberikan kepuasan terutama pada nasabah bank-bank tersebut. Adapun tujuan pelayanan tersebut disamping menarik minat nasabah juga untuk mempermudah nasabah untuk memanfaatkan jasa yang ditawarkan oleh bank, serta mempertahankan nasabah agar tetap loyal dan tidak berpindah ke bank lain (Kotler, 2012). Contoh-contoh program pelayanan bank tersebut antara lain ATM (*automatic teller machine*) bersama dimana nasabah dapat mengambil atau mentransfer uang kapanpun waktunya, program undian berhadiah, peniadaan biaya administrasi bulanan, gratis biaya transfer antar rekening, bunga simpanan yang tinggi, dan lain-lain sedangkan kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Menurut Tjiptono (2012 : 4) pelayanan bisa dipandang sebagai sebuah sistem yang terdiri atas dua komponen utama, yakni *service operations* yang kerap kali tidak tampak atau tidak diketahui keberadaannya oleh pelanggan dan *service delivery* yang biasanya tampak (*visible*) atau diketahui pelanggan.

Menurut Armstrong (2014 : 59) definisi kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, dan suatu bentuk

dengan nilai kepuasan yang kompleks. Nasabah membeli jasa untuk memenuhi kebutuhannya dan nasabah akan memberikan nilai dalam proporsi terhadap kemampuan layanan untuk melakukan hal tersebut. Nilai yang diberikan pelanggan berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang diterimanya. Kualitas produk didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan pelanggan, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan pelanggan tersebut.

Menurut Sunyoto (2013 : 54), Kepuasan pelanggan adalah sangat bergantung pada harapan pelanggan, oleh karena itu strategi kepuasan pelanggan harus didahului dengan pengetahuan yang detail dan akurat terhadap harapan pelanggan. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan nilai dari seorang pemasok, produsen, atau penyedia jasa. Untuk mempertahankan nasabah kepuasan sangat berperan utama memiliki nilai yang sangat penting. tinggi bagi bank bank. Nasabah yang merasa puas akan menimbulkan loyalitas nasabah terhadap bank. Kepuasan nasabah lama akan tertular kepada nasabah baru sehingga mampu meningkatkan jumlah nasabah.

Menurut Kotler, (2012 : 75) kepuasan nasabah adalah penilaian dari nasabah atas penggunaan barang ataupun jasa dibandingkan dengan harapan sebelum penggunaannya. Tidak berhasilnya suatu bank dalam memuaskan nasabahnya akan menimbulkan masalah yang kompleks.

Menurut Lupiyoadi (2013 : 39) Nasabah yang kecewa umumnya akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain. Dampaknya calon

nasabah akan menjatuhkan pilihannya kepada pesaing. Upaya perbaikan sistem kualitas pelayanan akan jauh lebih efektif bagi keberlangsungan suatu bank dalam usaha mencapai kepuasan nasabah. Oleh karena itu, (Taufik, 2014) setiap bank wajib merencanakan, mengorganisasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa sehingga pelayanan dapat memuaskan nasabah.

Menurut Erdyansyah (2014 : 24 ) Faktor yang mempengaruhi nasabah bank adalah kualitas produk bank itu sendiri. mendefinisikan kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks. Nasabah menggunakan jasa perbankan untuk menyelesaikan masalah dan nasabah memberikan nilai dalam proporsi tertentu. Nilai yang diberikan nasabah berhubungan dengan benefit atau keuntungan yang akan diterimanya. Kualitas produk perbankan didapatkan dengan cara menemukan keseluruhan harapan nasabah, meningkatkan nilai produk atau pelayanan dalam rangka memenuhi harapan nasabah.

Sebelum konsumen membeli suatu produk ia sudah mempunyai harapan atas kualitas produk yang akan didapat. Seorang pelanggan yang puas adalah pelanggan yang merasa mendapatkan value (nilai) dari produsen atau penyedia jasa. Nilai ini bisa berasal dari produk, pelayanan, sistem atau sesuatu yang bersifat emosi. Jika pelanggan mengatakan bahwa nilai adalah produk yang berkualitas, maka kepuasan akan terjadi kalau pelanggan mendapatkan produk yang berkualitas.

Menurut Nur (2012 : 194) Jika nilai bagi pelanggan adalah kenyamanan maka kepuasan akan datang apabila pelayanan yang diperoleh benar-benar dapat membuat konsumen tersebut terasa nyaman. Jika nilai dalam perbankan bagi pelanggan adalah kemudahan bertransaksi, maka kepuasan pelanggan akan didapat pada bank yang mampu memberikan kemudahan lebih dalam bertransaksi finansial yang dilakukan.

Kualitas pelayanan dan kualitas produk adalah hal yang penting pada sebuah bank. Produk-produk yang dihasilkan bank harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan nasabahnya. Dengan terpenuhinya kebutuhan, maka nasabah akan tetap memilih bank tersebut dan tidak pindah ke bank lainnya. Selain itu nasabah akan tertarik untuk memilih bank tersebut jika nasabah merasa bahwa produk perbankan dapat memenuhi kebutuhannya. Nasabah akan menyenangi produk yang menawarkan mutu dan kinerja yang baik serta keistimewaan yang mencolok. Produk perbankan yang ditawarkan oleh bank pada umumnya bermacam-macam, seperti produk tabungan, pinjaman, deposito, giro, kartu kredit dan lain-lain.

PT Bank Bukopin Tbk salah satu perusahaan perbankan di Indonesia. Bank Bukopin berdiri sejak tanggal 10 Juli 1970 menfokuskan diri pada segmen UMKM, saat ini telah tumbuh dan berkembang menjadi bank yang masuk ke kelompok bank menengah di Indonesia dari sisi aset. Seiring dengan terbukanya kesempatan dan peningkatan kemampuan melayani kebutuhan masyarakat yang lebih luas, Bank Bukopin telah mengembangkan usahanya ke segmen komersial dan konsumen. Ketiga segmen ini merupakan pilar bisnis

PT. Bank Bukopin, dengan pelayanan secara konvensional, yang didukung oleh sistem pengelolaan dana yang optimal, kehandalan teknologi informasi, kompetensi sumber daya manusia dan praktik tata kelola perusahaan yang baik. Landasan ini memungkinkan PT. Bank Bukopin melangkah maju dan menempatkannya sebagai suatu bank yang kredibel. Operasional PT. Bank Bukopin kini didukung oleh lebih dari 280 kantor yang tersebar di 22 provinsi di seluruh Indonesia yang terhubung secara real time on-line. PT. Bank Bukopin juga telah membangun jaringan micro-banking yang diberi nama "Swamitra", yang kini berjumlah 543 outlet, sebagai wujud program kemitraan dengan koperasi dan lembaga keuangan mikro.

Tabel 1.1

### Jumlah Nasabah Bank Bukopin periode tahun 2024

Jenis Pengguna	Nasabah
Atm/kartudebit	115.050
Kartu Kredit	35.100
Elektronik Banking	44.000
Jumlah	194.150

Sumber : Bank Bukopin Cabang Gajah Mada Medan

Tabel 1.1. menunjukkan jumlah nasabah pada tahun 2024 sebanyak 194.150 ribu jiwa di berbagai sektor dan jenis pengguna jasa bank. Bank Bukopin menjalankan operasional bank berdasarkan prinsip konvensional dan memiliki produk dan jasa yang beragam untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Bank Bukopin menjalankan operasional bank berdasarkan prinsip konvensional dan memiliki produk dan jasa yang beragam untuk memenuhi kebutuhan nasabah. Bank Bukopin memberikan layanan keseluruhan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

golongan masyarakat yang menghendaki fasilitas perbankan yang nyaman, adil, dan modern. Untuk itu Bank Bukopin senantiasa melakukan

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

peningkatan kualitas produk, baik produk dana maupun produk pembiayaan serta terus-menerus melakukan penyempurnaan pada fitur-fiturnya.

Bank Bukopin Cabang Gajah Mada Medan selalu berusaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan kepada nasabahnya agar merasa puas dengan pelayanan yang diberikan, namun tetap saja ada keluhan yang muncul dari nasabah, jumlah nasabah yang menyampaikan keluhan seperti dibawah ini :

**Tabel 1.2**  
**Jumlah Keluhan Nasabah Bank Bukopin periode tahun 2024**

Jenis Pengguna	Nasabah
Atm/kartudebit	273
Kartu Kredit	353
ElektronickBanking	686
Jumlah	1.312

*Sumber Bank Bukopin Cabang Gajah Mada Medan*

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas menunjukkan bahwa jumlah keluhan nasabah di tahun 2024 sebesar 1.312 jiwa naik menjadi 40% keluhan berdasarkan jenis dan pengguna jasa bank bukopin dimana sudah banyak nasabah mengeluh terhadap pelayanan Bank Bukopin, Dalam sebuah perbankan bahwa layanan yang baik akan memberikan kepuasan terhadap nasabah itu sendiri, begitu pula kualitas produk yang di tawarkan bank kepada nasabah yang banyak memberikan manfaat dalam setiap kegiatan transaksinya. Dalam jangka Panjang kepuasan nasabah dapat dijadikan tujuan utama bagi perencanaan strategi jasa perbankan.

sebuah perbankan harus memperhatikan kepuasan nasabahnya. Karena untuk menciptakan kepuasan nasabah ini tidak mudah.

Hasil wawancara dengan beberapa nasabah didapati adanya ketidaknyamanan nasabah dalam melakukan transaksi, yaitu fasilitas ruang antrian yang kurang bersih, nyaman dan waktu yang tidak efektif dalam melayani nasabah ini dikarenakan ketidak sigapan / cekatan para teller dalam bekerja sehingga memakan waktu yang lama pada saat nasabah bertransaksi. Hal ini juga dikarenakan tenaga karyawan yang ditempatkan sebagai teller masih sedikit.

Berdasarkan uraian di atas dan melihat pentingnya kualitas pelayanan dan kualitas produk sesuai harapan nasabah maka peneliti tertarik mengambil judul : “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT, BANK BUKOPIN CABANG GAJAH MADA MEDAN”.

## 1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dapat disimpulkan beberapa pertanyaan di antaranya :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Bukopin Cabang Gajah Mada Medan ?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Bukopin Cabang Gajah Mada Medan ?

3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh Terhadap Kepuasan nasabah PT. Bank Bukopin Cabang Gajah Medan.

### 1.3 Tujuan

Dalam melakukan sebuah penelitian perlu ditentukan terlebih dahulu tujuan penelitian :

1. Mengetahui pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Bukopin Cabang Gajah Mada Medan.
2. Mengetahui pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan nasabah PT. Bank Bukopin Cabang Gajah Mada Medan.
3. Apakah Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh Terhadap Kepuasan nasabah PT. Bank Bukopin Cabang Gajah Medan.

### 1.4 Manfaat

Manfaat yang dapat diambil dari hasil pelaksanaan ini adalah :

1. Manfaat Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan wawasan penulis yang berkaitan dengan pengaruh Pelayanan dan Produk terhadap kepuasan nasabah

## 2. Bagi Peneliti Lain

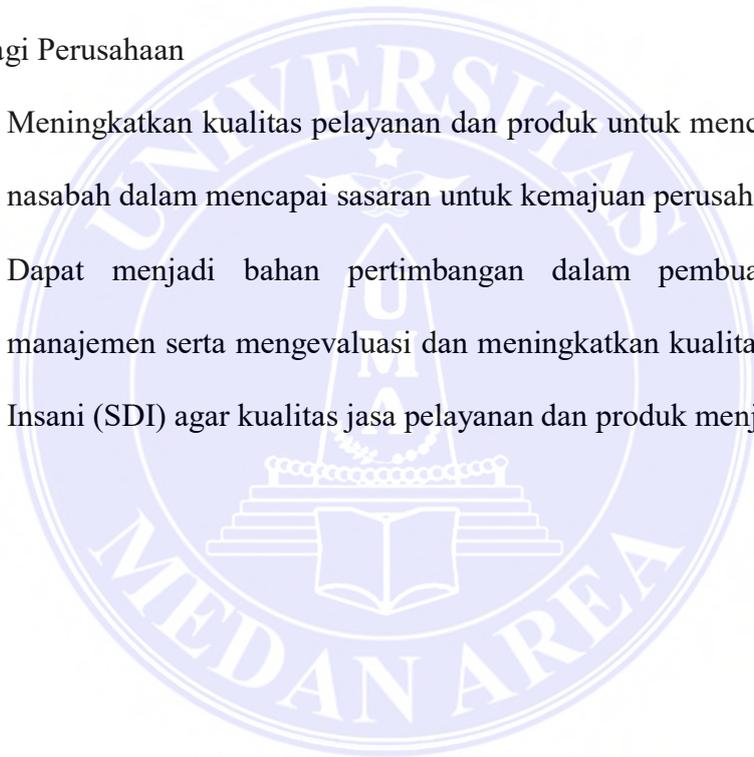
Sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang yang sama dimasa yang akan datang.

## 3. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat menambah perbendaharaan penelitian yang berkaitan dengan ilmu yang dikembangkan di lingkungan akademik.

## 4. Bagi Perusahaan

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan dan produk untuk mencaapai kepuasan nasabah dalam mencapai sasaran untuk kemajuan perusahaan.
- b. Dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pembuatan keputusan manajemen serta mengevaluasi dan meningkatkan kualitas Sumber Daya Insani (SDI) agar kualitas jasa pelayanan dan produk menjadi lebih baik.



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Kepuasan Nasabah

##### 2.1.1 Pengertian Kepuasan Nasabah

Kepuasan nasabah merupakan suatu konsep yang telah dikenal dan banyak digunakan dalam berbagai riset pelanggan (menganggap bahwa pelanggan dapat menilai kinerja pelayanan yang dibandingkan dengan harapan sebelum membeli.

Menurut Tjiptono (2014 : 24), kepuasan nasabah merupakan evaluasi pembeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan nasabah, sedang ketidakpuasan timbul bila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan.

Menurut Zeitham, Berry dan Parasuraman (2012 : 78) menyatakan bahwa kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan seseorang setelah ia membandingkan antara kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Pada industri jasa, kepuasan pelanggan selalu dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara pelanggan dan karyawan yang melakukan kontak layanan (*service encounter*) yang terjadi pada saat pelanggan berinteraksi dengan organisasi untuk memperoleh jasa yang dibelinya.

Dengan melihat beberapa definisi yang disebutkan di atas, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dirasakan oleh pelanggan setelah mengonsumsi atau menggunakan produk yang dibeli.

### 2.1.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah

Menurut Rangkuti (2014 : 24) Kepuasan konsumen adalah sejauh mana anggapan kinerja produk memenuhi harapan pembeli. Bila kinerja produk lebih rendah ketimbang harapan pelanggan, maka pembelinya merasa puas atau amat gembira.

Menurut Zeithaml dan Bitner (2012 : 31) definisi kepuasan adalah : Respon konsumen terhadap evolusi ketidaksesuaian (*disinformation*) atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan dan loyalitas aktual produk yang dirasakan bahwa pada persaingan yang semakin ketat ini, semakin banyaknya produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan akan keinginan konsumen, sehingga hal ini menyebabkan setiap badan usaha harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utama. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Adapun yang menjadi Faktor kepuasan nasabah dalam hal ini adalah :

1. Kualitas pelayanan atau jasa; yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.
2. Kualitas produk; yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

3. Harga, yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.
4. Emosional; Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
5. Biaya; Konsumen tidak perlu menggunakan biaya tambahan atau tidak perlu menabung waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa, mereka akan cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.
6. Faktor situasi; yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen.
7. Faktor pribadi dari konsumen; yaitu karakteristik konsumen yang mencakup kebutuhan pribadi.

### **2.1.3 Indikator Kepuasan Nasabah**

Menurut Consuegra (2013 : 78), mengukur kepuasan konsumen dapat melalui 3 dimensi, yaitu :

1. Kesesuaian harapan; jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan para pelanggan.
2. Persepsi kinerja; hasil atau kinerja pelayanan yang diterima sudah sangat baik atau belum.
3. Penilaian pelanggan; dari secara keseluruhan pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau tidak jika dibandingkan dengan jasa lainnya yang menawarkan jasa yang sama.

Supranto (2012 : 231) mengatakan bahwa aspek kepuasan konsumen adalah :

1. Ketanggapan pelayanan (*responsiveness of service*).
2. Kecepatan transaksi (*speed of transaction*).
3. Keberadaan pelayanan (*availability of service*),
4. Profesionalisme (*professionalisme*).
5. Kepuasan menyeluruh dengan jasa atau pelayanan (*over all satisfaction with service*).

## **2.2 Kualitas Pelayanan**

### **2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan**

Secara etimologis dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia pelayanan mengandung arti “usaha melayani kebutuhan orang lain”. Dimana pelayanan pada dasarnya adalah merupakan kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

Kualitas pelayanan merupakan perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari jasa transfer (Utami, 2013).

Menurut Lewis dan Booms dalam Tjiptono (2012 : 29) mendefinisikan bahwa kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan menurut Lupioadi, kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau

jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan.

### **2.2.2 Manfaat dan Tujuan Kualitas Pelayanan**

#### **a. Manfaat Kualitas Pelayanan**

Menurut Simamora (2013:41) bahwa kualitas pelayanan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya yaitu :

1. Layanan yang istimewa (nilai layanan yang benar-benar dialami melebihi harapan konsumen) atau sangat memuaskan mereka suatu basis untuk penerapan harga premium. Perusahaan yang memberikan kepuasan tinggi bagi pelanggannya dapat menetapkan suatu harga yang signifikan.
2. Layanan istimewa membuka peluang untuk diversifikasi produk dan harga, misalnya pelayanan yang dibedakan menurut kecepatan pelayanan yang diminta.
3. Menetapkan loyalitas pelanggan. Pelanggan yang *loyal* tidak hanya potensial untuk penjualan produk yang sudah ada tetapi juga untuk produk-produk baru dari perusahaan.
4. Pelanggan yang terpuaskan merupakan sumber informatif positif dari perusahaan dan produk-produk bagi pihak luar, bahkan mereka dapat menjadi pembela bagi perusahaan khususnya dalam menangkal isu-isu negatif.
5. Pelanggan merupakan sumber informasi bagi perusahaan baik dalam hal inteljen pemasaran dan pengembangan pelayanan atas produk perusahaan pada umumnya.

6. Kualitas yang baik berarti menghemat biaya-biaya seperti biaya untuk memperoleh pelanggan baru, untuk memperbaiki kesalahan, membangun kembali citra karena wanprestasi dan sebagainya. Jadi mempertahankan pelanggan yang sudah ada melalui kualitas pelayanan yang memuaskan merupakan hal yang sangat penting.
7. Kualitas layanan yang didesain dan diimplementasikan secara memadai bukan hanya memuaskan pelanggan tetapi juga memberikan kepuasan kerja kepada karyawannya. Karyawan dapat menerima tuntutan untuk senantiasa memuaskan pelanggan, karena dengan cara demikian ia dapat memajukan keadaan finansial dan mengekspresikan dirinya. Bagi usaha layanan, kepuasan karyawan yang berhubungan langsung dengan pelanggan memegang peranan penting dalam memelihara citra kualitas yang dibangun.

#### **b. Tujuan Kualitas Pelayanan**

Tujuan Kualitas Pelayanan Dalam memberikan sebuah pelayanan kepada konsumen, tentu sebuah perusahaan mempunyai tujuan dari pemberian pelayanan tersebut. Tujuan pelayanan yang berkualitas adalah sebagai berikut :

- a. Untuk menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan.
- b. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan dari konsumen.
- c. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan konsumen.
- d. Untuk menjaga agar konsumen merasa diperhatikan segala kebutuhannya.
- e. Untuk mempertahankan konsumen. Pelayanan konsumen yang maksimal dan baik menunjukkan seberapa besar atau seberapa bagusnya kualitas dan

mutu tersebut di mata konsumen. Pelayanan yang baik dan tanggap akan memberikan nilai positif atau memberikan citra yang bagus di mata konsumen. Apalagi jika setiap konsumen ditangani dengan prima dan bagus.

### 2.2.3. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Zeithalm dan Parasuraman (2012 : 33) Ada lima dimensi kualitas pelayanan yang dapat dikembangkan yaitu disingkat dengan dimensi RATER, yaitu :

- a. Reliability (kehandalan); yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Penilaian kualitas pelayanan dilihat dari kemampuan perusahaan yang berkaitan dengan ketepatan pelayanan frontliner untuk memenuhi keinginan dan harapan nasabah.
- b. Assurance (jaminan); meliputi kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, jaminan keselamatan, keterampilan dalam memberikan keamanan di dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkan dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.
- c. Tangibles (tampilan/bukti fisik); adalah wujud kenyataan secara fisik yang meliputi penampilan dan kelengkapan fasilitas fisik seperti, gedung, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan ruangan tunggu maupun ruangan lainnya, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan setiap pegawai.
- d. Empathy (empati); yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan terhadap konsumen dan keluarganya seperti kemudahan untuk

menghubungi, kemampuan untuk berkomunikasi, perhatian yang tinggi dari petugas, kemudahan dalam mencapai lokasi, kemudahan dalam bertransaksi, dan mengurus administrasi.

- e. Responsiveness (ketanggapan dan kepedulian); yaitu respons atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, yaitu meliputi kesigapan karyawan dalam melayani konsumen, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan keluhan konsumen.

Agar pelayanan terhadap konsumen berjalan dengan lancar, maka sebuah perusahaan harus memperlihatkan fasilitas yang menunjang aktivitas pelayanan seperti ruang tunggu, toilet, tempat parkir dan sebagainya. Tidak hanya memperlihatkan fasilitas yang menunjang, sebuah perusahaan juga harus memiliki karyawan yang berkualitas dan profesional untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang dimilikinya.

## 2.3 Kualitas Produk

### 2.3.1 Pengertian Kualitas Produk

Defenisi produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk juga dapat didefinisikan sebagai serangkaian atribut *tangible* dan *intangibile*, termasuk manfaat atau utilitas fungsional, sosial, dan psikologis (Tjiptono, 2016).

Pandangan pertama bagi konsumen dalam membeli karena dapat dipastikan bahwa konsumen akan menyukai suatu barang yang menarik dan bermanfaat adalah dinamakan dengan produk. Konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan pelengkap inovatif yang terbaik (Hadi, 2014). Produk yang berkualitas adalah produk yang mampu memberikan hasil yang lebih dari yang diharapkan oleh konsumen.

Kualitas produk adalah merupakan suatu kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya meliputi keawetan, keandalan, kemudahan penggunaan dan perbaikannya, dan sifat lainnya (Machfoedz, 2015).

Menurut Amstrong (2012: 283), kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Dunia usaha menghasilkan suatu produk umumnya berbentuk dua macam, yaitu produk yang berwujud dan produk yang tidak berwujud. Dimana masing-masing produk untuk dapat dikatakan berwujud atau tidak berwujud memiliki karakteristik atau ciri-ciri tertentu. Produk yang berwujud yaitu berupa barang yang dapat dilihat, dipegang, dan dirasa sekarang langsung sebelum dibeli, berbeda hanya dengan produk yang tidak berwujud berupa jasa di mana tidak dapat dilihat atau dirasa sebelum dibeli.

### 2.3.2 Manfaat dan Tujuan Kualitas Produk

#### a. Manfaat Kualitas Produk

Menurut Kotler (2014:76), produk dapat dibagi menjadi beberapa tingkatan berdasarkan manfaat penggunaannya, antara lain :

- a. Inti produk (*core benefit*); Manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.
- b. Produk dasar (*basic product*); Produk yang mampu memenuhi fungsi pokok produk yang paling dasar.
- c. Produk yang diharapkan (*expected product*); Produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisi secara normal (layak) diharapkan dan disepakati untuk dibeli.
- d. Produk pelengkap (*augmented product*); Berbagai atribut produk yang dilengkapi atau ditambahkan dengan berbagai manfaat dan layanan sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan dapat dibedakan dengan produk pesaing.
- e. Produk potensial (*potential product*); Segala macam tambahan dan perubahan yang mungkin dikembangkan untuk suatu produk di masa mendatang.

## **b. Tujuan Kualitas Produk**

Menurut Setiawan Tri Saputra (2017 : 21) Kualitas produk memiliki peranan penting terhadap keputusan pembeli yang dilakukan konsumen, sebab kualitas produk yang baik membawa dampak yang baik untuk perusahaan. Ada tujuh Tujuan dan peranan pentingnya kualitas, yaitu :

- 1) Meningkatkan reputasi perusahaan; Perusahaan atau organisasi yang telah menghasilkan suatu produk atau jasa yang berkualitas akan mendapatkan predikat sebagai organisasi yang mengutamakan kualitas.
- 2) Menurunkan biaya; Untuk menghasilkan produk atau jasa yang berkualitas perusahaan atau organisasi tidak perlu mengeluarkan biaya tinggi.
- 3) Meningkatkan pangsa pasar; Pangsa pasar akan meningkat bila minimasi biaya tercapai, karena organisasi atau perusahaan dapat menekan harga walaupun kualitas tetap menjadi yang utama.
- 4) Dampak internasional; Bila mampu menawarkan produk atau jasa yang berkualitas, maka selain dikenal pasar local, produk atau jasa tersebut juga akan dikenal dan diterima dipasar internasional.
- 5) Adanya tanggung jawab produk; Dengan semakin meningkatnya persaingan kualitas produk atau jasa yang disalahkan, maka organisasi atau perusahaan akan dituntut untuk semakin bertanggung jawab terhadap desain, proses dan pendistribusian produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
- 6) Untuk menampilkan produk; kualitas akan membuat produk atau jasa dikenal, dalam hal ini akan membuat perusahaan yang menghasilkan produk juga akan dikenal dan dipercaya masyarakat luas.

7) Mewujudkan kualitas yang disarankan penting; Persaingan yang saat ini bukan lagi masalah harga melainkan kualitas produk, hal inilah yang mendorong konsumen untuk mau membeli produk dengan harga tertinggi namun dengan kualitas yang tinggi pula.

### 2.3.3 Indikator Kualitas Produk

Apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Dimensi kualitas produk yaitu sebagai berikut: (Mullins, 2012)

- a. Kinerja (*performance*); Berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
- b. Daya tahan (*durability*); Merupakan umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti.
- c. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specification*); Yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
- d. Fitur (*features*); Karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
- e. Reliabilitas (*reliability*); Probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu.

- f. Estetika (*aesthetic*); Berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
- g. Kesan kualitas (*perceived quality*); Hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung.

Garvin dalam Aritonang (2012: 130) mengungkapkan indikator yang dapat digunakan untuk mengukur kualitas produk, yaitu :

1. Fitur (*features*) meliputi karakteristik sekunder yang melengkapi fungsi dasar produk.
2. Daya tahan (*durability*) yaitu berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan.
3. Mudah diperbaiki (*serviceability*) yaitu kemampuan perbaikan atau kecepatan perbaikan suatu produk.
4. Baik buruknya *review* mengenai produk tersebut.

Agar keinginan konsumen dapat diperbaiki diperlukan produk yang berkualitas tinggi. Keinginan konsumen terpenuhi sesuai dengan harapannya akan membuat konsumen menerima suatu produk bahkan sampai loyal terhadap produk tersebut.

Peningkatan kualitas produk merupakan suatu hal yang sangat penting, dalam suatu perusahaan untuk itu perusahaan akan mencapainya dengan produk perusahaan semakin lama semakin tinggi kualitasnya. Apabila peningkatan kualitas produk dilaksanakan oleh perusahaan, maka perusahaan tersebut akan dapat tetap memuaskan para konsumen dan dapat menambah jumlah konsumen (Setiawan, 2015).

## 2.4. Penelitian Terdahulu

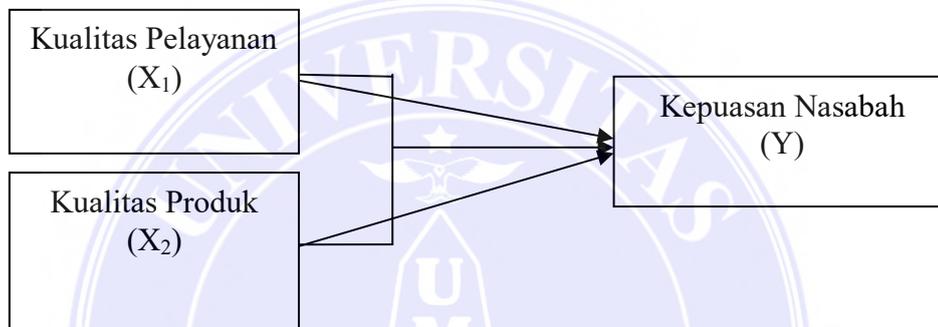
**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Penulis	Judul dan Jenis Penelitian	Analisis	Hasil Penelitian
1	Heldalina, 2016	Pengaruh Service (Quality terhadap Customer Satisfaction Bank Syariah ( Studi Kasus pada PT. Bank Muamalat Indoensia dan PT. Bank Syariah Mandiri di Kota Banjarmasin )	Analisis data menggunakan analisis regergsi linier berganda dan One way anova	Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variable service quality yaitu corporal efficiency, core banking,convenience, confidence,compliance dan cost-benefit ratio berpengaruhsignifikan secara simultan terhadap customer satisfaction. secara parsial variabel yang berpengaruh secara signifikan yaitu convenience, confidence, compliance dan cost-benefit, sedangkan variabel corporal efficiency, core banking tidak berpengaruh signifikan.
2	Heri Setiawan Marta Magdalena Minarsih Fartjon 2016	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Intervening (Studi Kasus pada Nasabah Koperasi Rejo Agung Sukses Cabang Ngaliyan)	Analisis data menggunakan analisis regresi berganda	Secara parsial antara variable produk kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhdap kepuasan nasabah [ada koperasi Rejo Agung Semarang. Dimana t hitung variabel kualitas pelayanan produk 4,516, kualitas pelayanan 4,409 variable kepercayaan 2,109 > t table 1,679, sedangkan kepuasan Nasabah berpengaruh positif dan signifikasi terhadap Loyalitas Nasabah penggunaan Jasa Koperaso Rejo Agung Sukses

				Semarang di ma t hitung 5,048 ? t table 1,679
3	Kastawan mandala 2016	Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk kredit multiguna terhadap Kepuasan nasabah kredit pada PT. BPR Hoki cabang Denpasar	Analisis data menggunakan analisis regresi berganda	Ditemukan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. BPR Hoki Denpasar. Kedua, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT BPR Hoki Denpasar. Terakhir, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT BPR Hockey Denpasar.
4.	Intan Kamila,20	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah (studi kasus pada bank syariah mandiri Cabang Jakarta Simprug)	Analisis data menggunakan metode <i>Partial Least Square (PLS)</i>	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.
5.	Andri Fadilahhh,2015	Pengaruh kualitas pelayanan inti, kualitas pelayanan peripheral dan diferensiasi produk terhadap kepuasan nasabah (Studi Pada Nasabah PT. BANK	Analisis data menggunakan teknik accidental sampling	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel independen yang diuji berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui uji F dan uji t, sedangkan angka Adjusted R Square sebesar 0,525 menunjukkan 525% variasi kepuasan nasabah Bank Bukopin cabang Semarang yang dapat

BUKOPIN Semarang)	dijelaskan oleh ketiga variabel independen tersebut, dimana sisanya 47.5% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar penelitian ini
----------------------	---

## 2.5. Kerangka Konseptual



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

Menurut Sugiyono (2013 : 59) variabel tersebut berupa variabel bebas dan terikat, yang dimaksud variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat).

Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ). Lalu variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah Kepuasan Nasabah ( $Y$ ).

Dalam kerangka pemikiran ini, variabel independen Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk akan diuji pengaruhnya terhadap variabel dependen

kepuasan nasabah. Interaksi yang akan dibahas dalam penelitian ini yang pertama adalah variabel independen kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan nasabah, yang kedua membahas Kualitas Produk dalam mempengaruhi Kepuasan Nasabah, dimana tiga variabel tersebut di hipotesiskan berpengaruh positif terhadap kinerja karyawan.

## **2.6. Hipotesis**

Dari penjelasan diatas dapat dinyatakan hipotesis dalam penelitian ini ialah :

1. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Bukopin Cabang Gajah Mada Medan.
2. Peningkatan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah pada PT. Bank Bukopin Cabang Gajah Mada Medan.
3. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah PT. Bank Bukopin Cabang Gajah Mada Medan.



## **BAB III**

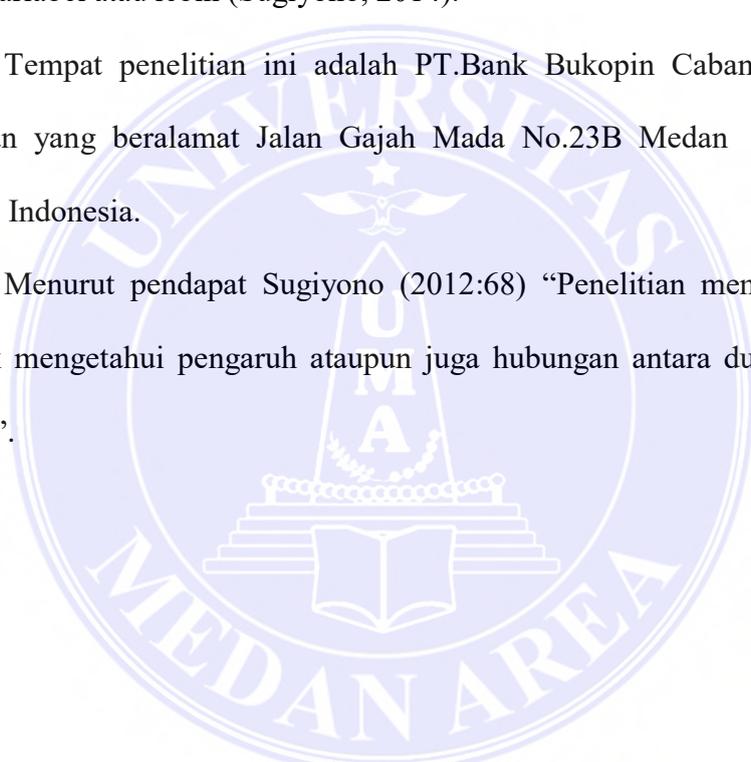
### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan termasuk ke dalam penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2014).

Tempat penelitian ini adalah PT.Bank Bukopin Cabang Gajah Mada Medan yang beralamat Jalan Gajah Mada No.23B Medan 20153 Sumatera Utara Indonesia.

Menurut pendapat Sugiyono (2012:68) “Penelitian memiliki bertujuan untuk mengetahui pengaruh ataupun juga hubungan antara dua variabel atau lebih”.



### 3.2 Waktu Penelitian

Waktu dilaksanakannya penelitian ialah dari bulan Oktober hingga selesai. Berikut ini waktu penelitian yang di rencanakan penulis :

**Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian**

No	Kegiatan	2021					
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar
1	Penyusunan proposal	■					
2	Seminar proposal	■	■				
3	Pengumpulan data			■	■		
4	Analisis Data			■	■		
5	Seminar Hasil					■	
6	Pengajuan Meja Hijau						■
7	Meja Hijau						■

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Erlina (2011: 80) mengatakan populasi adalah sekelompok orang, kejadian suatu yang mempunyai karakteristik tertentu yang berada dalam suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu yang berkaitan dengan masalah penelitian. Berdasarkan pengertian di atas maka yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah para nasabah PT. Bank Bank Bukopin Medan yang datang dan melakukan transaksi di Bank Bukopin. Jumlah populasi periode Januari s/d Juli 2020 berjumlah 24,711 nasabah.

### 3.3.2 Sampel

Menurut Arikunto (2012 : 119) mengatakan bahwa sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah *probabilitas sampling* dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*, di mana pengambilan anggota sampel dipilih secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada pada populasi.

Berdasarkan jumlah populasi yang terlalu besar maka penelitian mengambil sampel menggunakan pendapat Roscoe, agar lebih memudahkan dan lebih menghemat waktu dalam melakukan penelitian.

Penetapan jumlah ukuran pengambilan sampel menggunakan pendapat Roscoe dalam Sugiyono (2014: 90), yang mengungkapkan tentang ukuran sampel untuk penelitian seperti berikut ini :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500
2. Bila sampel dibagi dalam katagori (misalnya: wanita-pria, mahasiswa-pegawai, dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap katagori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi ganda) maka jumlah anggota sampel 10 kali jumlah variabel yang diteliti. Misalnya, variabel penelitian ada 5 (independen + dependen) maka jumlah anggota sampel =  $10 \times 5 = 50$ .

4. Untuk penelitian eksperimen yang sederhana maka menggunakan kelompok eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Mengacu pada teori Roscoe, jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 80 responden karena ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500, untuk jumlah 80 sampel dianggap cukup untuk penelitian ini.



### 3.4 Definisi Operasional

**Tabel 3.2 Definisi Operasional**

Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Alat Ukur
<b>Pelayanan (X<sub>1</sub>)</b>	Suatu kegiatan yang ditawarkan kepada konsumen atau nasabah yang dilayani, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.	a. <i>Emphaty</i> (Empati) b. <i>Assurance</i> (Jaminan) c. <i>Reliability</i> (Keandalan) d. <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	<b>Likert</b>
<b>Produk (X<sub>2</sub>)</b>	Sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digunakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Produk juga dapat didefinisikan sebagai serangkaian atribut <i>tangible</i> dan <i>intangibile</i> , termasuk manfaat atau utilitas fungsional, sosial, dan psikologis	a. <i>Performance</i> (Kinerja) b. <i>Serviceability</i> (Pelayanan) c. <i>Durability</i> (Daya Tahan) d. <i>Reliability</i> (Keandalan) e. <i>Features</i> (Fitur)	<b>Likert</b>
<b>Kepuasan Nasabah (Y)</b>	Suatu konsep yang telah dikenal dan banyak digunakan dalam berbagai riset pelanggan (menganggap bahwa pelanggan dapat menilai kinerja pelayanan yang dibandingkan dengan harapan sebelum membeli.	a. Kesesuaian harapan, jasa yang ditawarkan sesuai dengan harapan para pelanggan. b. Persepsi kinerja, hasil atau kinerja pelayanan yang diterima sudah sangat baik atau belum. c. Penilaian pelanggan, dari secara keseluruhan pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau tidak jika dibandingkan dengan jasa lainnya yang menawarkan jasa yang sama.	<b>Likert</b>

### 3.5 Jenis Data dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### 1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian, wawancara dan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden, diolah dalam bentuk data melalui alat statistik.

#### 2. Data Sekunder

Data yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber-sumber bacaan serta data mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas perusahaan yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data Sugiyono (2015 : 208) ialah sebagai berikut :

#### 1. Pengumpulan data dengan tes

Menurut Anastari dan Cronbach (1982) tes merupakan pengukuran yang objektif dan standar. Prosedur yang sistematis guna mengobservasi dan member deskripsi sejumlah atau lebih ciri seseorang dengan bantuan skala numerik atau suatu sistem ketegoris. Berarti butiran tes disusun berdasarkan cara dan aturan tertentu, pemberian skor harus jelas dan dilakukan secara terperinci, serta individu yang menempuh tes tersebut harus mendapat butir tes yang sama dan dalam kondisi yang sebanding. Pengamatan (observation), yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.

2. Studi Kepustakaan (*library research*) atau data sekunder

Yaitu data-data yang diambil untuk penelitian ini diambil dari buku-buku, jurnal, surat kabar, internet, majalah, makalah, dan lain-lain yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti.

3. Wawancara terstruktur

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan dan potensi yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui pendapat, keinginan dan hal-hal lain dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/ kecil.

4. Observasi/ pengamatan terstruktur

Kalau wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam lain. Observasi merupakan proses untuk memperoleh data dari tangan pertama dengan mengamati orang, atau proses kerja suatu produk di tempat pada saat dilakukan penelitian.

5. Daftar pertanyaan (Questionnaire)

Yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan/angket yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan diberikan kepada responden. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai angket yang ditentukan yaitu :

**Tabel 3.3 Bobot Nilai Angket**

<b>PERNYATAAN</b>	<b>BOBOT</b>
Sangat Setuju ( <b>SS</b> )	5
Setuju ( <b>S</b> )	4
Kurang Setuju ( <b>KS</b> )	3
Tidak Setuju ( <b>TS</b> )	2
Sangat Tidak Setuju ( <b>STS</b> )	1

### 3.7 Teknik Analisis Data

#### 3.7.1 Uji Instrumen Data

Dalam penelitian ini, sebelum melakukan pengolahan dan analisis data, terlebih dahulu data dilakukan uji instrumen meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Dalam melakukan uji validitas dan uji reliabilitas penulis menggunakan *software* SPSS 23.00 for window.

### a) Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid, jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2016:52). Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *correlation coefficient person*.

### b) Uji reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0.70 (Ghozali, 2016: 47).

### 3.7.2 Uji Statistik

Uji statistik yang digunakan ialah analisis regresi linier berganda, yaitu analisis yang digunakan untuk menyajikan data dalam bentuk angka.

Berdasarkan uraian yang digunakan pada jenis variabel dependen dan variabel independen maka analisis yang digunakan oleh penulis adalah jenis

analisis Regresi Linier Berganda, dengan memakai program *software SPSS*

*23.00 for window* yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y	: Kepuasan Nasabah
A	: Konstanta
$b_1 \dots b_2$	: Koefisien regresi masing-masing variabel
$X_1$	: Deskripsi Pelayanan
$X_2$	: Spesifikasi Produk
E	: <i>Standart Error</i>

### 3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Syarat asumsi klasik yang harus dipenuhi model regresi berganda sebelum data tersebut dianalisis adalah :

#### a) Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2012: 160) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen mempunyai kontribusi atau tidak. Model regresi yang baik adalah data distribusinormal atau mendekati norma. Pengujian normalitas data penelitian ini menggunakan statistik. Analisis statistik dilakukan dengan uji Kolmogorov Smirnov. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk melihat normalitas data dalam penelitian ini, yaitu dengan menggunakan alat uji Kolmogorov Smirnov dengan pengambilan keputusan :

1. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka distribusi data normal.
2. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka distribusi data tidak normal.

Hipotesis yang digunakan :

1.  $H_0$  : data residual berdistribusi normal.
2.  $H_a$  : data residual tidak berdistribusi normal.

**b) Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varians yang sama di antara anggota grup tersebut. jika varians variabel independent adalah konstan atau sama untuk setiap nilai tertentu variabel independen maka dapat disebut homoskedastisitas. Cara mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas ialah dengan melihat grafik scatterplot. Jika dalam grafik terdapat pola tertentu seperti titik yang membentuk pola teratur bergelombang, melebar, kemudian menyempit maka dapat dikatakan telah terjadi heteroskedastisitas, namun jika tidak ada pola yang jelas serta titik melewati angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi/bebas heteroskedastisitas.

**c) Uji Multikolinieritas**

Menurut Ghozali (2011 : 160), pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Dasar pertimbangan uji multikolinieritas seperti:

1. Jika nilai Tolerance  $> 0,1$  dan nilai VIF  $< 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.
2. Jika nilai Tolerance  $< 0,1$  dan nilai VIF  $> 10$ , maka dapat disimpulkan ada multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

### 3.7.4 Uji Hipotesis

#### a) Uji Parsial (Uji t)

Menurut Ghozali (2012: 98) Uji beda t-test digunakan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen yang digunakan dalam penelitian inisecara individual dalam menerangkan variabel dependen secara parsial. Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji t adalah :

1. Jika nilai probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mengartikan bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mengartikan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

#### b) Uji Simultan (Uji F)

Menurut Ghozali (2012: 98) Uji Statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Untuk menguji hipotesis ini digunakan statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut: Jika nilai probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka hipotesis diterima. Hipotesis tidak dapat ditolak mengartikan bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen, pada derajat kepercayaan 5% dengan kata lain, kita menerima hipotesis alternatif, yang menyatakan bahwa semua variabel

independen secara bersama-sama dan signifikan mempengaruhi variabel dependen

### c) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghozali (2012:97) koefisien determinasi ( $R^2$ ) merupakan alat untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi ialah antara nol atau satu, nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Sebaliknya jika nilai yang mendekati 1 berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel dependen.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah sepeda pada Indriver (mobil) Medan, dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini diindikasikan oleh nilai  $F_{\text{hitung}}$  (39.246)  $> F_{\text{tabel}}$  (2.19) dan  $\text{sig-p}$  (0,000)  $< 0,05$ .
2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini diindikasikan oleh nilai bahwa  $t_{\text{hitung}} X1$  (8.151)  $> t_{\text{tabel}}$  (1.98) dan  $p\text{-value}$  (0,000)  $< 0,05$ .
3. Kualitas produk secara parsial memberi pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini diindikasikan oleh nilai  $t_{\text{hitung}} X2$  (3.592)  $> t_{\text{tabel}}$  (1.98) dan  $p\text{-value}$  (0,001)  $< 0,05$ .

#### 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah yang belum maksimal, maka dengan ini disampaikan saran-saran sebagai berikut :

- a) Kepada pimpinan manajemen Bank Bukopin Medan disarankan untuk lebih memperhatikan aspek-aspek yang berhubungan dengan kepuasan nasabah sehingga kepuasan nasabah dapat lebih ditingkatkan.

- b) Kepada karyawan Bank Bukopin Medan, disarankan untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan juga kualitas produk jasa bank sehingga kepuasan nasabah dapat lebih dimaksimalkan.
- c) Kepada peneliti lain, disarankan untuk melakukan penelitian sejenis dengan skala penelitian yang lebih luas untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat.



## DAFTAR PUSTAKA

- Dewa Made Wisnu Anggabrata1, (2015) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. BPR Balidana Niaga Denpasar, Jurnal E-Jurnal Manajemen Unud, Vol. 4, No. 5, 96-120.
- Endarwita, (2013), Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Bri Cabang Simpang Empat, Jurnal Apresiasi Ekonomi, Vol. 1 No.3, 167-180/
- I Gede Merta Sudiarta, (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. Jurnal Manajemen Unud, Vol. 7, No. 8,49-69.
- Kotler,P. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. PT. Prenhallindo. Jakarta.
- Monica Maria, (2015), Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake, Jurnal Manajemen Teori dan Terapan, Vol 6, No. 1,
- Supranto, J. 2015, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikan Pangsa Pasar*. Rineka Cipta. Jakarta
- Sofiyanto, I., A. Fathoni, A. T. Haryono. 2016. Pengaruh Lokasi, Tingkat Suku Bunga, Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Kredit Pemilikan Rumah. *Journal Of Management* 2(2).
- Siregar, M. H. 2016. Analisis Pengaruh Perilaku Religiusitas, Kualitas Pelayanan, dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Nasabah Bank Muamalat. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Syarif Hidayatullah. Jakarta.
- Taufik,R. 2014. Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Cabang Rantau Prapat. *Tesis*. Program PascaSarjana Universitas Terbuka. Jakarta.
- Wirdayani Wahab, 2017, Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Industri Terhadap Perbankan Syariah Di Kota Pekanbaru, Jurnal Kajian Ilmu Ekonomi Islam , Vol. 2 No. 1 , Hal 140-149.

## Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian

### KUISISIONER PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN NASABAH PADA PT. BANK BUKOPIN CABANG GAJAH MADA

#### Bapak / Ibu yang terhormat

Saya yang bernama Yessi Alvi Sundari Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area, ingin memberikan kuisisioner ini kepada Bapak/Ibu nasabah PT. Bank Bukopin Tbk Cabang Medan guna memberikan pendapat dan pengalaman anda sel ama menjadi nasabah di PT. Bank Bukopin Tbk Cabang Medan. Pernyataan yang tercantum dibawah ini hanya semata-mata untuk data penelitian dalam penyusunan skripsi. Bapak/Ibu kami harapkan untuk memeberikan penilaian terhadap pernyataan tersebut sesuai dengan pendapat dan padandangan Bapak/Ibu. Semoga kuesiioner ini dapat bermanfaat bagi peneluis, nasabah dan juga bagi perusahaan.

#### INDENTITAS RESPONDEN

(No. Responden : ..... )

Nama : .....

Alamat : .....

Jabatan : .....

Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan

Status Pernikahan :  Menikah  Belum menikah

Umur :  17-23 tahun  38 - 44 tahun

24-30 tahun  45 -51 tahun

31-37 tahun  52 tahun atau lebih

Tingkat Pendidikan :  SMA  Diploma  S1

S2  S3

Pekerjaan :  Mahasiswa  PNS  Wiraswasta

Guru  Dosen

Masa Menabung :  dibawah 1 tahun  1 – 3 tahun

3 – 10 tahun  lebih dari 10 tahun

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 18/12/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repositorv.uma.ac.id)18/12/24

**PETUNJUK KUISIONER**

1. Mohon memberikan tanda centang (√) pada jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara/Saudari anggap paling sesuai.
2. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja
3. Setelah menyelesaikan pengisian, mohon Bapak / Ibu / Saudara / Saudari memberikannya kepada yang menyerahkannya kuesioner ini pertama kali.

Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda centang (√) pada salah satu jawaban yang sesuai menurut Bapak/Ibu/Saudara/Saudari. Adapun makna tanda tersebut adalah sebagai berikut :

STS	: Sangat Tidak Setuju	: Skor 1
TS	: Tidak Setuju	: Skor 2
N	: Netral	: Skor 3
S	: Setuju	: Skor 4
SS	: Sangat Setuju	: Skor 5

**5. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)**

Menurut Zeithalm dan Parasuraman (2012, 33) bahwa ada beberapa dimensi yang dapat dikembangkan yaitu disingkat dengan dimensi RATER agar pelayanan terhadap konsumen berjalan dengan baik .

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
<i>Tangibles</i> (Bukti langsung)						
1	Pegawai Bank Bukopin selalu berpenampilan Menarik					
2	Fasilitas ruang antrian bank nyaman, bersih, dan tenang					
3	Mesin ATM selalu keadaan operasi 24 jam					
<i>Assurance</i> (Jaminan)						
4	Bank Bukopin memberikan rasa aman terhadap nasabah sewaktu melakukan transaksi					
6	Bank Bukopin memberikan jaminan keamanan setiap nasabah yang melakukan transaksi					
7	Bank Bukopin memberikan informasi yang lengkap					

<i>Realiability (Keandalan)</i>					
8	Layanan yang diberikan Bank Bukopin sesuai dengan yang dipromosikan				
9	Pegawai Bank Bukopin menyelesaikan pelayanan tepat waktu				
10	Pegawai Bank Bukopin dapat diandalkan dalam menangani masalah yang dihadapi nasabah				
<i>Emphaty (Empati)</i>					
11	Dalam memberikan pelayanan, pegawai Bank Bukopin tidak lupa menyebut nama nasabah				
12	Pegawai Bank Bukopin berusaha memberikan solusi yang terbaik terhadap masalah yang nasabah hadapi				
13	Pada ATM yang rusak selalu terdapat pengumuman				

## 6. Variabel Kualitas Produk (X<sub>2</sub>)

Menurut (Mullins, 2012) Jika perusahaan ingin keunggulan kompetitinya dalam pasar, perusahaan harus menegrti aspek dimensi apa saja yang dapat digunakan untuk membedakan produk jual perusahaan dengan pesaing.

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
<i>Performance (Kinerja)</i>						
1	Setoran pembukaan produk tabungan di Bank Bukopin sudah sesuai kemampuan nasabah					
2	Keuntungan bagi hasil kompetitif					
<i>Servicebility ( Pelayanan)</i>						
3	Semua produk tabungan yang dibutuhkan nasabah ada di Bank Bukopin					
4	Tata cara melakukan pemilihan bentuk tabung memberikan kemudahan dalam menabung dalam setiap produk yang ditawarkan bank Bukopin					

Durability (Daya tahan)					
5	Produk yang ditawarkan Bukopin memiliki kinerja dan tahan lama				
6	Produk tabungan di Bank Bukopin sesuai dengan bank konvensional				
Realibility(keandalan)					
7	Produk tabungan di Bank Bukopin sesuai dengan kebutuhan nasabah				
8	Produk tabungan di Bank Bukopin dapat mendorong nasabah untuk menabung				
Features (Fitur)					
9	Ada potongan harga di merchant tertentu				
10	Tersedia fasilitas e-Banking (Bank Bukopin Mobile Banking)				

### 7. Variabel Kepuasan Nasabah (X3)

Menurut Tjiptono (2014:24), kepuasan nasabah merupakan evaluasi pembeli dimana melampaui alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama tau melampaui harapan nasabah.

NO	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Nasabah puas dengan pelayanan Bank Bukopin					
2	Nasabah akan mengatakan hal yang positif tentang Bank BNI Syariah, baik produk maupun pelayanannya					
3	Nasabah merekomendasikan dan mendorong orang lain untuk menggunakan jasa Bank Bukopin					
4	Nasabah menjadikan Bank Bukopin sebagai pilihan utama bila ingin menggunakan jasa perbankan					

**Lampiran 2. MASTER DATA PENELITIAN**

Sampel	KUALITAS PELAYANAN													Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
1	4	3	5	3	4	3	2	4	4	5	4	5	4	50
2	5	4	2	4	4	4	3	4	4	4	2	5	4	49
3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	54
4	3	2	4	3	4	2	4	1	4	4	4	5	4	44
5	1	3	4	4	2	3	4	4	3	2	4	4	3	41
6	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	50
7	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	57
8	4	3	4	3	4	3	2	4	4	5	4	5	5	50
9	5	3	4	5	4	5	5	4	3	4	4	3	4	53
10	1	3	4	4	2	3	4	4	3	2	4	4	3	41
11	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	53
12	3	1	4	4	3	4	2	4	4	2	4	3	2	40
13	3	3	4	4	4	2	5	4	5	4	4	4	5	51
14	1	2	3	3	2	3	2	3	2	4	3	2	2	32
15	1	3	4	4	2	3	4	4	3	2	4	4	3	41
16	4	3	5	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	50
17	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	5	53
18	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	5	54
19	4	3	4	3	4	3	2	5	3	5	4	5	4	49
20	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	50
21	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	52
22	4	3	5	3	4	3	2	4	3	4	5	5	5	50
23	5	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	5	4	49
24	1	2	3	3	2	3	2	3	2	4	3	2	2	32
25	2	1	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	42
26	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	51
27	5	4	3	4	4	3	3	4	4	5	4	2	4	49
28	4	3	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	56
29	1	2	3	3	2	3	2	3	2	4	3	2	2	32
30	4	3	5	3	4	3	4	4	2	4	4	5	5	50
31	4	3	4	3	4	3	4	5	3	5	3	4	4	49
32	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	50
33	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	56
34	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	58
35	1	2	4	3	3	2	4	3	4	4	4	5	4	43
36	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	57
37	4	3	4	3	4	3	2	5	3	4	5	5	4	49
38	3	4	2	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
39	1	2	3	3	2	3	2	3	2	4	3	2	2	32
40	4	5	1	4	4	4	3	3	4	4	4	5	5	50
41	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	55
42	4	3	4	5	4	3	5	4	3	4	3	4	4	50
43	3	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	4	51
44	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	58
45	4	3	4	3	4	3	2	4	5	4	5	5	4	50
46	3	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	2	45
47	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	57
48	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	56
49	2	3	4	3	4	3	4	2	4	4	2	2	3	40

50	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	57
51	3	4	2	4	3	4	4	5	5	3	4	5	4	50
52	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	57
53	3	2	4	3	4	2	4	1	4	2	4	5	4	42
54	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	57
55	1	2	3	3	2	3	2	3	2	4	3	2	2	32
56	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	58
57	4	4	5	2	4	1	4	4	4	2	3	2	4	43
58	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	56
59	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	52
60	3	2	1	4	3	4	3	4	4	3	4	3	2	40
61	4	3	4	3	4	3	2	4	5	5	5	4	4	50
62	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	55
63	1	2	3	3	2	3	2	3	2	4	3	2	2	32
64	4	3	4	3	4	3	2	4	3	4	3	4	4	45
65	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	54
66	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	51
67	1	4	2	3	4	2	4	2	4	4	4	4	4	42
68	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	56
69	4	3	4	3	4	3	2	4	4	5	5	4	5	50
70	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	51
71	5	4	4	2	5	5	5	4	5	4	5	4	5	57
72	3	2	4	3	4	2	4	1	4	2	4	5	4	42
73	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	5	5	4	50
74	4	5	3	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	52
75	5	5	2	5	4	5	4	4	3	4	2	4	4	51
76	4	5	4	5	4	3	3	4	4	4	4	2	4	50
77	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	55
78	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	57
79	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	56
80	4	4	2	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	51

Sampel	KUALITAS PRODUK										Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
2	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	43
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
5	4	3	5	4	2	4	4	5	4	4	39
6	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	35
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
9	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
10	2	1	3	2	4	4	4	3	3	4	30
11	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	3	4	4	5	3	5	3	4	4	4	39
15	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	35
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	2	1	3	2	4	4	4	3	3	4	30
20	4	2	3	4	4	3	4	3	2	3	32
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	5	4	2	4	4	5	4	5	4	41
24	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	35
25	2	1	3	2	4	4	4	3	3	4	30
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
27	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
28	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	41
29	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	35
30	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	45
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
32	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
33	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
34	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	42
35	1	4	4	3	4	2	4	4	4	4	34
36	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	41
37	4	5	4	4	2	4	3	3	3	4	36
38	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	43
39	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	35
40	4	5	2	4	4	5	3	4	4	4	39
41	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
42	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	41
43	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
45	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
49	2	4	4	5	4	4	5	3	4	4	39
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	41
53	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
54	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4	43
55	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	35
56	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	43
57	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
58	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
60	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	45
61	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	35
62	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	36
63	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	35
64	3	2	4	3	4	4	4	5	5	5	39
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
67	1	4	4	3	4	3	5	4	4	4	36
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
70	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	35
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
72	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	35
73	4	3	4	2	4	4	4	5	5	4	39
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	4	5	5	5	4	5	4	5	2	4	43
76	4	3	4	3	4	3	4	4	2	4	35
77	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	41
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	40
80	1	4	4	3	4	3	4	4	4	4	35

Sampel	KEPUASAN NASABAH (Y)								Total
	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	4	3	5	3	4	3	4	4	15
2	5	4	2	4	4	5	4	5	18
3	4	5	4	4	5	5	5	5	20
4	3	2	4	3	4	4	5	4	17
5	1	3	4	4	5	5	5	5	20
6	5	4	3	4	4	3	4	4	15
7	4	5	4	4	5	5	5	5	20
8	4	3	4	3	5	4	5	4	18
9	5	3	4	5	5	5	5	5	20
10	1	3	4	4	4	5	4	5	18
11	4	5	4	4	5	5	5	5	20
12	3	1	4	4	4	5	5	4	18
13	3	3	4	4	5	5	5	5	20
14	1	2	3	3	3	2	4	4	13
15	1	3	4	4	4	4	5	5	18
16	4	3	5	3	4	5	5	4	18
17	5	4	4	3	5	5	5	5	20
18	4	5	4	4	5	4	5	5	19
19	4	3	4	3	3	4	3	4	14
20	5	4	3	4	4	3	4	4	15
21	5	5	4	4	5	5	5	5	20
22	4	3	5	3	5	4	5	4	18
23	5	4	2	4	4	5	4	5	18
24	1	2	3	3	3	2	4	4	13
25	2	1	3	2	4	4	3	4	15
26	4	3	4	4	5	5	5	5	20
27	5	4	3	4	5	4	5	4	18
28	4	3	5	5	5	5	5	5	20
29	1	2	3	3	3	2	4	4	13
30	4	3	5	3	4	5	4	5	18
31	4	3	4	3	5	4	5	5	19
32	5	4	3	4	5	5	5	5	20
33	4	4	4	5	5	5	5	5	20
34	5	5	4	5	5	5	5	5	20
35	1	2	4	3	5	5	5	5	20
36	4	5	4	5	5	5	5	5	20
37	4	3	4	3	4	3	4	4	15
38	3	4	2	4	5	5	5	5	20
39	1	2	3	3	3	2	4	4	13
40	4	5	1	4	5	4	5	5	19
41	4	4	5	5	5	5	5	5	20
42	4	3	4	5	4	5	5	5	19
43	3	4	4	4	5	5	5	5	20
44	4	5	4	4	5	5	5	5	20
45	4	3	4	3	5	4	5	5	19
46	3	5	4	3	5	4	5	4	18
47	5	5	4	4	5	5	5	5	20
48	4	4	5	4	5	5	5	5	20
49	2	3	4	3	4	4	2	4	14
50	4	5	4	5	5	5	5	5	20

51	3	4	2	4	4	5	5	5	19
52	4	5	4	4	5	5	5	5	20
53	3	2	4	3	2	4	4	4	14
54	4	5	4	5	5	5	5	5	20
55	1	2	3	3	1	4	4	4	13
56	5	5	4	4	5	5	5	5	20
57	4	4	5	2	4	4	5	5	18
58	4	4	4	5	5	5	5	5	20
59	4	5	4	4	5	5	5	5	20
60	3	2	1	4	5	5	5	5	20
61	4	3	4	3	5	4	5	5	19
62	5	5	4	4	5	4	4	5	18
63	1	2	3	3	2	3	4	4	13
64	4	3	4	3	5	5	4	4	18
65	4	4	4	4	5	5	5	5	20
66	5	4	3	4	5	4	5	5	19
67	1	4	2	3	4	4	4	4	16
68	4	5	4	4	5	5	5	5	20
69	4	3	4	3	5	5	5	5	20
70	5	4	4	3	4	4	5	5	18
71	5	4	4	2	5	5	5	5	20
72	3	2	4	3	4	5	5	4	18
73	4	3	4	2	5	5	5	4	19
74	4	5	3	2	5	4	5	5	19
75	5	5	2	5	5	5	5	5	20
76	4	5	4	5	4	5	4	5	18
77	4	5	4	4	5	4	5	5	19
78	4	5	4	4	5	5	5	5	20
79	5	5	4	4	5	4	5	4	18
80	4	4	2	3	4	5	5	4	18

**Lampiran 3 : HASIL PENGOLAHAN DATA****Frequency Table KUALITAS PELAYANAN****Pegawai Bank Bukopin Selalu Berpenampilan Menarik**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>				
Sangat Setuju	18	22.5	22.5	22.5
Setuju	39	48.8	48.8	71.3
Kurang Setuju	10	12.5	12.5	83.8
Tidak Setuju	2	2.5	2.5	86.3
Sangat Tidak Setuju	11	13.8	13.8	100.0
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

**Fasilitas Ruang Antrian Bank Nyaman, Bersih dan Tenang**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>				
Sangat Setuju	24	30.0	30.0	30.0
Setuju	21	26.3	26.3	56.3
Kurang Setuju	22	27.5	27.5	83.8
Tidak Setuju	11	13.8	13.8	97.5
Sangat Tidak Setuju	2	2.5	2.5	100.0
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

**Mesin ATM Selalu Keadan Operasi 24 Jam**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b>				
Sangat Setuju	8	10.0	10.0	10.0
Setuju	50	62.5	62.5	72.5
Kurang Setuju	13	16.3	16.3	88.8
Tidak Setuju	7	8.8	8.8	97.5
Sangat Tidak Setuju	2	2.5	2.5	100.0
<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

<b>Bank Bukopin Memberikan Rasa Aman terhadap Nasabah sewaktu Melakukan Transaksi</b>				
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Valid Percent</b>	<b>Cumulative Percent</b>
	<b>Sangat Setuju</b>	12	15.0	15.0
	<b>Setuju</b>	35	43.8	58.8
<b>Valid</b>	<b>Kurang Setuju</b>	28	35.0	93.8
	<b>Tidak Setuju</b>	5	6.3	100.0
	<b>Total</b>	80	100.0	100.0

<b>Bank Bukopin Memberikan Jaminan Keamanan setiap Nasabah yang Melakukan Transaksi</b>				
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Valid Percent</b>	<b>Cumulative Percent</b>
	<b>Sangat Setuju</b>	13	16.3	16.3
	<b>Setuju</b>	49	61.3	77.5
<b>Valid</b>	<b>Kurang Setuju</b>	9	11.3	88.8
	<b>Tidak Setuju</b>	9	11.3	100.0
	<b>Total</b>	80	100.0	100.0

<b>Bank Bukopin Memberikan</b>				
	<b>Frequency</b>	<b>Percent</b>	<b>Valid Percent</b>	<b>Cumulative Percent</b>
	<b>Sangat Setuju</b>	10	12.5	12.5
	<b>Setuju</b>	32	40.0	52.5
<b>Valid</b>	<b>Kurang Setuju</b>	31	38.8	91.3
	<b>Tidak Setuju</b>	6	7.5	98.8
	<b>Sangat Tidak Setuju</b>	1	1.3	100.0
	<b>Total</b>	80	100.0	100.0

**Informasi yang Lengkap**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Sangat Setuju</b>	18	22.5	22.5	22.5
<b>Setuju</b>	35	43.8	43.8	66.3
<b>Valid Kurang Setuju</b>	11	13.8	13.8	80.0
<b>Tidak Setuju</b>	16	20.0	20.0	100.0
<b>Total</b>	80	100.0	100.0	

**Layanan yang Diberikan Bank Bukopin sesuai dengan yang Dipromosikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Sangat Setuju</b>	5	6.3	6.3	6.3
<b>Setuju</b>	59	73.8	73.8	80.0
<b>Valid Kurang Setuju</b>	11	13.8	13.8	93.8
<b>Tidak Setuju</b>	2	2.5	2.5	96.3
<b>Sangat Tidak Setuju</b>	3	3.8	3.8	100.0
<b>Total</b>	80	100.0	100.0	

**Pegawai Bank Bukopin Menyelesaikan Pelayanan Tepat Waktu**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Sangat Setuju</b>	16	20.0	20.0	20.0
<b>Setuju</b>	42	52.5	52.5	72.5
<b>Valid Kurang Setuju</b>	15	18.8	18.8	91.3
<b>Tidak Setuju</b>	7	8.8	8.8	100.0
<b>Total</b>	80	100.0	100.0	

**Pegawai Bank Bukopin Dapat Diandalkan Dalam Menangani Masalah yang Dihadapi Nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Sangat Setuju</b>	19	23.8	23.8	23.8
<b>Setuju</b>	50	62.5	62.5	86.3
<b>Valid Kurang Setuju</b>	4	5.0	5.0	91.3
<b>Tidak Setuju</b>	7	8.8	8.8	100.0
<b>Total</b>	80	100.0	100.0	

**Dalam Memberikan Pelayanan, Pegawai Bank Bukopin Tidak Lupa Menyebut Nama Nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Sangat Setuju</b>	16	20.0	20.0	20.0
<b>Setuju</b>	46	57.5	57.5	77.5
<b>Valid Kurang Setuju</b>	15	18.8	18.8	96.3
<b>Tidak Setuju</b>	3	3.8	3.8	100.0
<b>Total</b>	80	100.0	100.0	

**Pegawai Bank Bukopin Berusaha Memberikan Solusi yang Terbaik terhadap Masalah yang Nasabah Hadapi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Sangat Setuju</b>	21	26.3	26.3	26.3
<b>Setuju</b>	43	53.8	53.8	80.0
<b>Valid Kurang Setuju</b>	6	7.5	7.5	87.5
<b>Tidak Setuju</b>	10	12.5	12.5	100.0
<b>Total</b>	80	100.0	100.0	

**Pada ATM yang Rusak selalu Terdapat Pengumuman**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Sangat Setuju</b>	22	27.5	27.5	27.5
<b>Setuju</b>	43	53.8	53.8	81.3
<b>Valid Kurang Setuju</b>	6	7.5	7.5	88.8
<b>Tidak Setuju</b>	9	11.3	11.3	100.0
<b>Total</b>	80	100.0	100.0	

**Kualitas Pelayanan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Baik</b>	53	66.3	66.3	66.3
<b>Valid Cukup</b>	6	7.5	7.5	73.8
<b>Kurang</b>	21	26.3	26.3	100.0
<b>Total</b>	80	100.0	100.0	

**Frequency Table KUALITAS PRODUK****Setoran Pembukaan Produk Tabungan di Bank Bukopin Sudah Sesuai Kemampuan Nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b> Sangat Setuju	6	7.5	7.5	7.5
Setuju	54	67.5	67.5	75.0
Kurang Setuju	2	2.5	2.5	77.5
Tidak Setuju	5	6.3	6.3	83.8
Sangat Tidak Setuju	13	16.3	16.3	100.0
<b>Total</b>	80	100.0	100.0	

**Keuntungan Bagi Hasil Kompetitif**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b> Sangat Setuju	15	18.8	18.8	18.8
Setuju	56	70.0	70.0	88.8
Kurang Setuju	4	5.0	5.0	93.8
Tidak Setuju	2	2.5	2.5	96.3
Sangat Tidak Setuju	3	3.8	3.8	100.0
<b>Total</b>	80	100.0	100.0	

**Semua Produk Tabungan yang Dibutuhkan Nasabah Tersedia di Bank Bukopin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<b>Valid</b> Sangat Setuju	10	12.5	12.5	12.5
Setuju	64	80.0	80.0	92.5
Kurang Setuju	5	6.3	6.3	98.8
Tidak Setuju	1	1.3	1.3	100.0
<b>Total</b>	80	100.0	100.0	

**Tata Cara Melakukan Pemilihan Bentuk Tabung Memberikan Kemudahan Dalam Menabung Dalam Setiap Produk yang Ditawarkan Bank Bukopin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Sangat Setuju	11	13.8	13.8
	Setuju	47	58.8	72.5
Valid	Kurang Setuju	17	21.3	93.8
	Tidak Setuju	5	6.3	100.0
	<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**Produk yang Ditawarkan Bukopin Memiliki Kinerja dan Tahan Lama**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Sangat Setuju	3	3.8	3.8
	Setuju	72	90.0	93.8
Valid	Kurang Setuju	3	3.8	97.5
	Tidak Setuju	2	2.5	100.0
	<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**Produk Tabungan di Bank Bukopin Sesuai dengan Bank Konvensional**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Sangat Setuju	6	7.5	7.5
	Setuju	59	73.8	81.3
Valid	Kurang Setuju	14	17.5	98.8
	Tidak Setuju	1	1.3	100.0
	<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**Produk Tabungan di Bank Bukopin sesuai dengan Kebutuhan Nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Sangat setuju	6	7.5	7.5
	Setuju	70	87.5	95.0
Valid	Kurang setuju	4	5.0	100.0
	<b>Total</b>	<b>80</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>

**Produk Tabungan di Bank Bukopin Dapat Mendorong Nasabah untuk Menabung**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat setuju	12	15.0	15.0	15.0
	Setuju	61	76.3	76.3	91.3
	Kurang setuju	7	8.8	8.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

**Terdapat Potongan Harga di Merchant Tertentu**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	14	17.5	17.5	17.5
	Setuju	57	71.3	71.3	88.8
	Kurang Setuju	6	7.5	7.5	96.3
	Tidak Setuju	3	3.8	3.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

**Tersedia Fasilitas E-Banking (Bank Bukopin Mobile Banking)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	10	12.5	12.5	12.5
	Setuju	69	86.3	86.3	98.8
	Kurang Setuju	1	1.3	1.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

**Kualitas Produk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baik	54	67.5	67.5	67.5
	Cukup	9	11.3	11.3	78.8
	Kurang	17	21.3	21.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

**Frequency Table KEPUASAN NASABAH****Nasabah Puas dengan Pelayanan Bank Bukopin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	50	62.5	62.5	62.5
	Setuju	22	27.5	27.5	90.0
	Kurang Setuju	5	6.3	6.3	96.3
	Tidak Setuju	2	2.5	2.5	98.8
	Sangat Tidak Setuju	1	1.3	1.3	100.0
	<b>Total</b>	80	100.0	100.0	

**Nasabah akan Mengatakan Hal yang Positif tentang Bank BNI Syariah, baik Produk maupun Pelayanannya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	47	58.8	58.8	58.8
	Setuju	24	30.0	30.0	88.8
	Kurang Setuju	5	6.3	6.3	95.0
	Tidak Setuju	4	5.0	5.0	100.0
	<b>Total</b>	80	100.0	100.0	

**Nasabah Merekomendasikan dan Mendorong Orang Lain Untuk Menggunakan Jasa Bank Bukopin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	58	72.5	72.5	72.5
	Setuju	19	23.8	23.8	96.3
	Kurang Setuju	2	2.5	2.5	98.8
	Tidak Setuju	1	1.3	1.3	100.0
	<b>Total</b>	80	100.0	100.0	

**Nasabah Menjadikan Bank Bukopin Sebagai Pilihan Utama Bila Ingin  
Menggunakan Jasa Perbankan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Sangat Setuju	53	66.3	66.3
<b>Valid</b>	Setuju	27	33.8	100.0
	<b>Total</b>	80	100.0	100.0

**Kepuasan Nasabah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	Sangat Puas	44	55.0	55.0
<b>Valid</b>	Cukup Puas	21	26.3	81.3
	Kurang Puas	15	18.8	100.0
	<b>Total</b>	80	100.0	100.0

**HASIL UJI VALIDITAS X1 (KUALITAS PELAYANAN)**

**Correlations**

		<b>Kualitas Pelayanan</b>	
<b>Layan 1</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.590**	
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.001	
	<b>N</b>	30	
<b>Layan 2</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.725**	
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000	
	<b>N</b>	30	
<b>Layan 3</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.631**	
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000	
	<b>N</b>	30	
<b>Layan 4</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.637**	
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000	
	<b>N</b>	30	
<b>Layan 5</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.743**	
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000	
	<b>N</b>	30	

	<b>Pearson Correlation</b>	.655**
<b>Layan 6</b>	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
<b>Layan 7</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.678**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
<b>Layan 8</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.641**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
<b>Layan 9</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.683**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
<b>Layan 10</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.702**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
<b>Layan 11</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.590**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.001
	<b>N</b>	30
<b>Layan 12</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.731**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
<b>Layan 13</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.596**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.001
	<b>N</b>	30
<b>Kualitas Pelayanan</b>	<b>Pearson Correlation</b>	1
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	
	<b>N</b>	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**Reliability KUALITAS PELAYANAN**

<b>Reliability Statistics</b>	
<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
.890	13

**HASIL UJI VALIDITAS KUALITAS PRODUK (X<sub>2</sub>)**

		<b>Kualitas Produk</b>
<b>Produk 1</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.578**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.001
	<b>N</b>	30
<b>Produk 2</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.722**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
<b>Produk 3</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.633**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
<b>Produk 4</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.651**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
<b>Produk 5</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.763**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
<b>Produk 6</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.664**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
<b>Produk 7</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.687**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
<b>Produk 8</b>	<b>Pearson Correlation</b>	.620**
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
<b>Produk</b>	<b>Pearson</b>	.687**

9	<b>Correlation</b>	
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
Produk	<b>Pearson</b>	.705**
	<b>Correlation</b>	
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
10	<b>N</b>	30
	<b>Pearson</b>	1
	<b>Correlation</b>	
Kualitas	<b>Correlation</b>	
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	
	<b>N</b>	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### HASIL UJI RELIABILITAS X2 (KUALITAS PRODUK)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	10

#### HASIL UJI VALIDITAS KEPUASAN NASABAH (Y)

##### Correlations

		Kepuasan Nasabah
Puas 1	<b>Pearson</b>	.495**
	<b>Correlation</b>	
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.005
Puas 2	<b>N</b>	30
	<b>Pearson</b>	.710**
	<b>Correlation</b>	
Puas 3	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
	<b>Pearson</b>	.797**
Puas 4	<b>Correlation</b>	
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
	<b>N</b>	30
Kepuasan Nasabah	<b>Pearson</b>	.886**
	<b>Correlation</b>	
	<b>Sig. (2-tailed)</b>	.000
Kepuasan Nasabah	<b>N</b>	30
	<b>Pearson</b>	1
	<b>Correlation</b>	
Kepuasan Nasabah	<b>Sig. (2-tailed)</b>	

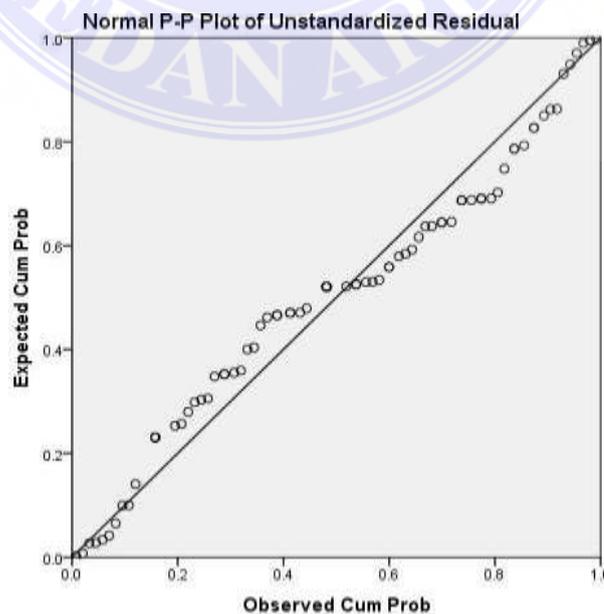
N	30
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).	
<b>Reliability KEPUASAN NASABAH (Y0</b>	
<b>Scale : ALL VARIABLES</b>	
<b>Reliability Statistics</b>	
<b>Cronbach's Alpha N of Items</b>	
.718	4

**HASIL UJI NORMALITAS NPar Tests**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		<b>Unstandardized Residual</b>
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.35024090
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.110
	Negative	-.106
Kolmogorov-Smirnov Z		.988
<b>Asymp. Sig. (2-tailed)</b>		<b>.283</b>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

**PPlot  
Unstandardized Residual**



**HASIL UJI MULTIKOLINERITAS**

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

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	.801
	Kualitas Produk	.801

a. Dependent Variable : Kepuasan Nasabah

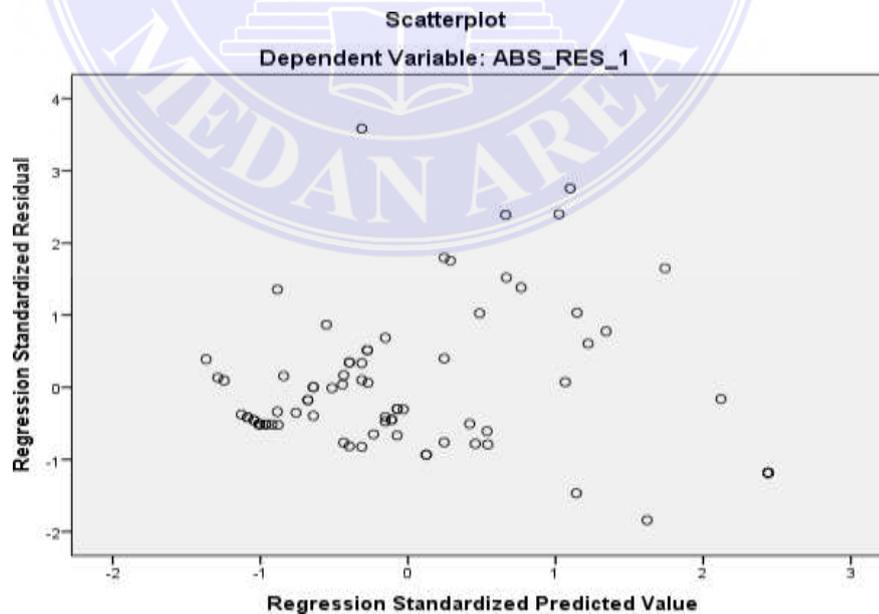
**HASIL UJI HETEROKEDASTISITAS**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.936	1.162	4.246	.000
	Kualitas Pelayanan	-.053	.015	-.390	.194
	Kualitas Produk	-.035	.032	-.121	.287

a. Dependent Variable : ABS\_RES\_1

**Charts**



**Regression****Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.794 <sup>a</sup>	.631	.622	1.36766

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

b. Dependent Variable : Kepuasan Nasabah

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	246.459	2	123.229	65.880	.000 <sup>b</sup>
	Residual	144.029	77	1.871		
	Total	390.488	79			

a. Dependent Variable : Kepuasan Nasabah

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

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.093	1.847		.592	.556
	Kualitas Pelayanan	.200	.025	.631	8.151	.000
	Kualitas Produk	.185	.052	.278	3.592	.001

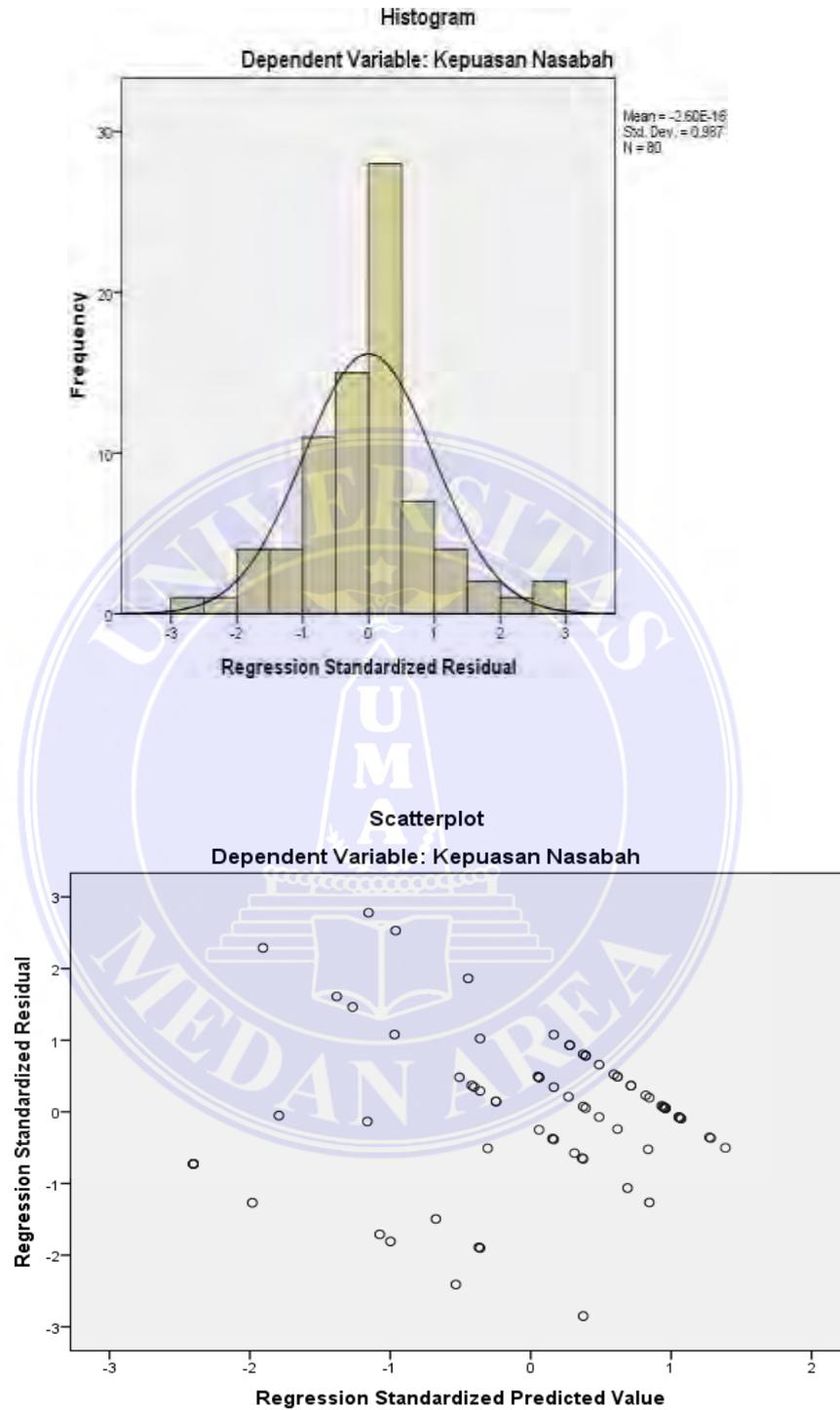
a. Dependent Variable : Kepuasan Nasabah

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	13.9940	20.6867	18.2375	1.76628	80
Residual	-3.89838	3.80198	.00000	1.35024	80
Std. Predicted Value	-2.402	1.387	.000	1.000	80
Std. Residual	-2.850	2.780	.000	.987	80

a. Dependent Variable : Kepuasan Nasabah

### Charts



## Surat Izin Penelitian

 **UNIVERSITAS MEDAN AREA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366798  
 Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331  
 Email : univ\_medanarea@uma.ac.id Website uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas\_ekonomi@uma.ac.id

---

Nomor : 1640/FEB/FEB.101.1/XII/2021  
 Lamp :  
 Perihal : Izin Research / Survey

22 Desember 2021

Kepada, Yth  
**PT. Bank KB Bukopin Cabang Gajah Mada**

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

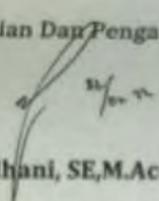
Nama : YESSY ALVI SUNDARI  
 N P M : 178320359  
 Program Studi : MANAJEMEN  
 Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank KB Bukopin Cabang Gajah Mada

Untuk diberi izin Research / Survey yang Saudara pimpin selama Satu Bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah suatu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

SDM.  
 - U' dibantu  
 Sg ltt  
 / 22-2-22

Wakil Dekan Bidang  
 Kemahasiswaan, Penelitian Dan Pengabdian  
  
**Sari Nuzulina Ramadhani, SE, M.Acc, Ak**



## Surat Balasan Penelitian



