

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH TABUNGAN SIMPEDES PADA PT BANK RAKYAT INDONESIA PERSERO (TBK) CABANG MANNA**

**Dyah Dwi Larasati**  
e-mail : [larasatid72@gmail.com](mailto:larasatid72@gmail.com)  
Perbanas Institute Jakarta

**Abstrak**

*This study aims to analyze the effect of service quality, product quality, and company image on customer. The variables tested in this study consisted of service quality, product quality, and corporate image as independent variables and customer satisfaction as the dependent variable. The population in this study consisted of savings customer of Simpedes on Bank Rakyat Indonesia Manna Branch. Determination of research samples using purposive samples using purposive sampling method and obtain the results of as many as 100 respondents based on certain criteria. The results of the study show that service quality, product quality and corporate image have a positive and significant effect on customer satisfaction. Recommendation, namely 1) Bank Rakyat Indonesia are expected to improve then quality and performance of service provided to customer so that customer are more satisfied and feel safe with the performance provided. 2) Bank Rakyat Indonesia are expected to further improve the quality and performance of product offered so that they can continue to compete with other banks. 3) Bank Rakkyat Indonesia are expected to improve the quality of the company's image so that customer always want to establish a partnership with Bank Rakyat Indonesia*

**Keyword** : *service quality, product quality, corporate image, customer satisfaction.*

## Pendahuluan

Di era globalisasi seperti sekarang, perkembangan dunia bisnis semakin pesat. Salah satu yang terkena dampak persaingan bisnis yaitu sektor perbankan. Kinerja Bank Umum diharapkan untuk jauh lebih baik agar mendorong investor maupun nasabah tertarik untuk bekerjasama (Riyadi, Iqbal dan Lauren 2014). Setiap perusahaan perbankan diharapkan untuk semakin mengembangkan kualitas produk pelayanan dan citra perusahaan, oleh karena itu sangat penting bagi setiap pelaku bisnis termasuk sektor perbankan agar menjaga baik nama baik perusahaan dan kualitas pelayanan serta produk yang mereka miliki. Karena dengan mengelolanya secara profesional maka dapat terus memperoleh keuntungan secara berkelanjutan (Riyadi, 2014). Dalam sebuah perusahaan, para karyawan dan semua elemen di dalamnya bertanggung jawab untuk senantiasa memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap orang yang berhubungan dengan perusahaan tempat mereka bekerja.

Bisnis perbankan selalu berada di wilayah yang kompetitif, kompetitor hadir dengan berbagai inovasi dan terobosan baru guna mendapatkan banyak nasabah. Memiliki produk yang berkualitas tidak serta merta akan mendapat tempat dihati para nasabah, butuh proses yang cukup panjang agar para nasabah tertarik menggunakan atau membeli produk yang ditawarkan. Selain memperhatikan kualitas produk, poin seperti promosi, kualitas pelayanan dan citra perusahaan yang diberikan tentu sangat diperlukan sehingga mempengaruhi pelanggan atau nasabah agar merasa puas dengan bisnis dan produk kita. Kepuasan nasabah sangat berpengaruh untuk Bank karena berkaitan langsung dengan pertumbuhan dana dan mempengaruhi kinerja perusahaan.

Salah satu Bank yang mempunyai citra perusahaan yang baik, mempunyai produk perbankan yang beragam serta aktif dalam memberikan pelayanan prima yaitu PT Bank Rakyat Indonesia (Persero), Tbk atau lebih sering dikenal sebagai Bank BRI. Bank BRI merupakan salah satu bank milik pemerintah yang terbesar di Indonesia. Bank BRI merupakan Bank yang melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil, dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat. Dengan memberikan pelayanan prima kepada nasabahnya, maka diharapkan dapat mempertahankan serta mendongkrak jumlah nasabah yang merasa puas dengan pelayanan dan produk yang ditawarkan BRI. Saat ini perusahaan melakukan peningkatan kualitas dan produk dan kualitas layanan dari produk Simpedes yang ditawarkan perusahaan.

Produk Simpedes (Simpanan Pedesaan) adalah simpanan masyarakat dalam bentuk tabungan yang dilayani di BRI Unit, yang penyetorannya dapat dilakukan setiap saat dan frekuensi serta jumlah pengambilan tidak dibatasi sepanjang saldonya mencukupi. Keunggulan dari produk Simpedes, yaitu :

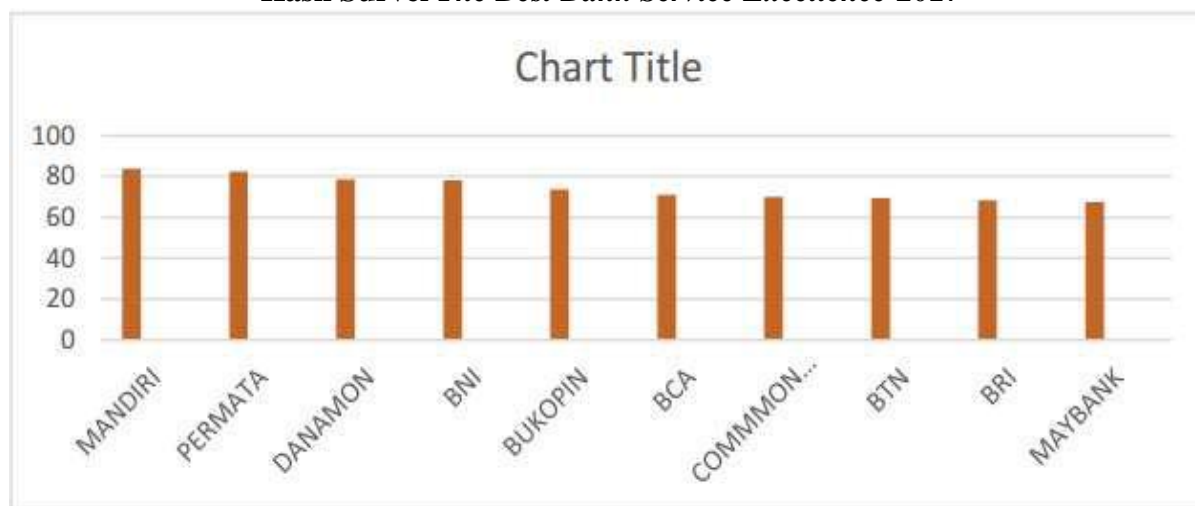
1. Jaringan yang tersebar luas di seluruh Indonesia dan terhubung secara On Line
2. Peluang besar untuk memenangkan hadiah, total Milyaran Rupiah
3. Dilengkapi dengan BRI Card (Kartu BRI) yang berfungsi sebagai Kartu ATM dan Kartu Debit dengan fitur transaksi yang lengkap.
4. Pembukaan Rekening Tabungan Simpedes BRI yang mudah dan praktis, di seluruh unit kerja BRI.

5. Jumlah dan frekuensi setor dan ambil tidak dibatasi, sepanjang memenuhi ketentuan yang berlaku.

(Sumber : *eforbri.co.id* )

*Marketing Research Indonesia (MRI)* dan Majalah *Infobank* melakukan penelitian perkembangan kualitas layanan industri perbankan atau *Bank Service Excellent Monitor (BSEM)* kepada nasabah individual melalui *Walk-in channel* yaitu kantor cabang dan *Automatic teller machine (ATM)* maupun melalui *e-channel* yaitu *phone banking*. Survei ini menggunakan *shopper* yang bertindak sebagai nasabah. Metodologi yang digunakan MRI adalah *mystery shopping*. Misi pengukurannya adalah untuk memicu industri perbankan agar memberikan pelayanan yang terbaik bagi nasabah yang melibatkan sarana penunjang seperti kondisi gedung, penyediaan berbagai fasilitas dan kondisinya

**Gambar 1.1**  
**Hasil Survei The Best Bank Service Excellence 2017**



Sumber : *infobanknews.com*

Gambar 1.1 merupakan hasil survei The Best Bank Service Excellence pada tahun 2017 yang dilakukan oleh MRI (*Marketing Research Indonesia*) dimana Bank BRI mendapat peringkat ke 9 dari 10 Bank. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank BRI belum secara optimal. Penjelasan diatas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu kunci untuk mencapai kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah yang tercapai akan mendorong nasabah untuk lebih setia menggunakan produk dan jasa perbankan.

### Kajian Literatur

Menurut Riyadi (2017) bank adalah badan usaha yang bergerak dalam bidang keuangan yang tugas utamanya meliputi menghimpun dana, dari masyarakat dalam bentuk giro, tabungan dan deposito berjangka atau bentuk lainnya yang dipersamakan dengan itu dan

menyalurkannya kepada masyarakat diantaranya dalam pemberian kredit serta memberikan pelayanan jasa-jasa perbankan baik dalam negeri maupun luar negeri untuk memenuhi kebutuhan nasabahnya. *The main function of bank is to become the financial intermediary*

*between fund supplier and fund user. In addition, bank also play a part as an institution which accelerates the flow of traffic payment. (Riyadi,2017)*

Menurut (Riyadi dan Hadiyati ,2012) menjelaskan bahwa kegiatan utama bank meliputi tiga kegiatan utama,yaitu menghimpun dana, menyalurkan dana, dan memberikan jasa bank lainnya. Kegiatan menghimpun dan menyalurkan dana merupakan kegiatan pokok bank sedangkan memberikan jasa bank lainnya hanya kegiatan pendukung. Kegiatan menghimpun dana, berupa mengumpulkan dana dari masyarakat dalam bentuk simpanan giro, tabungan, dan deposito.

Dalam (Riyadi, 2006) juga dijelaskan bahwa manajemen bank harus membuat kebijakan untuk menjamin simpanan nasabah sehingga masyarakat yang menyimpan dananya apakah dalam bentuk Giro, Tabungan, Deposito Berjangka atau Sertifikat Deposito Berjangka atau dalam bentuk simpanan lainnya di bank akan merasa aman bahwa dananya dapat ditarik setiap saat sesuai dengan perjanjian yang telah ditetapkan antara nasabah bank dengan banknya.

Menurut Sunyoto (2012) mutu pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan konsumen, yaitu adanya kesesuaian antara harapan dengan persepsi manajemen, adanya kesesuaian antara persepsi atas harapan konsumen dengan standar kerja karyawan, adanya kesesuaian antara standar kerja karyawan dengan pelayanan yang diberikan dengan pelayanan yang dijanjikan dan adanya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan yang diharapkan dengan konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2013) arti dari kualitas produk adalah *“the ability of a product to perform its function, it includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”* yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperlihatkan fungsinya, termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Menurut Ratih (2009) citra perusahaan adalah pemikiran pelanggan tentang citra atau gambaran menyeluruh dari perusahaan penyedia jasa berdasarkan pengalaman dan pemahaman pelanggan masing-masing, baik mengenai jasanya ataupun tingkat reputasi dan kredibilitas yang dicapai perusahaan menurut persepsi pelanggan.

Menurut Kasali (2003) citra adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan. Sebuah organisasi atau perusahaan dapat memiliki beberapa citra yang berbeda-beda di mata publik yang berbeda-beda pula. Citra perusahaan yang baik dimaksudkan agar perusahaan dapat tetap hidup dan orang-orang didalamnya terus mengembangkan kreativitas bahkan memberikan manfaat yang lebih berarti bagi orang lain.

Rangkuti (2013) menyebutkan kepuasan pelanggan adalah evaluasi pasca pembelian, dimana alternative yang dibeli minimal sama atau melebihi harapan pelanggan.

Kasmir (2015) menyebutkan kepuasan nasabah yang diberikan bank berimbang sangat luas bagi peningkatan keuntungan bank. Atau dengan kata lain, apabila nasabah puas terhadap pembelian jasa bank, maka nasabah tersebut akan :

1. Loyal kepada bank, artinya kecil kemungkinan nasabah untuk pindah ke bank yang lain dan akan tetap setia menjadi nasabah bank yang bersangkutan.
2. Mengulang kembali pembelian produknya, artinya kepuasan terhadap pembelian jasa bank akan menyebabkan nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan secara berulang-ulang.
3. Membeli lagi produk lain dalam bank yang sama dalam hal ini nasabah membeli kembali terhadap jasa yang ditawarkan sehingga pembelian nasabah menjadi makin beragam dalam satu bank.
4. Memberikan promosi gratis dari mulut ke mulut. Hal inilah yang menjadi keinginan bank karena pembicaraan tentang kualitas pelayanan bank ke nasabah lain akan menjadi bukti atas kualitas jasa yang ditawarkan.

### **Penelitian Terdahulu**

Nursiana (2015) meneliti tentang Loyalitas Nasabah dengan Intermediasi Kepuasan Nasabah untuk melihat apakah Internet Banking, Kualitas Layanan, Reputasi Produk dan Lokasi berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas Kualitas Layanan, Reputasi Produk dan Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Setiawan, Minarsih, Fathoni (2016) meneliti tentang loyalitas nasabah dengan kepuasan nasabah sebagai variabel Intervening untuk melihat apakah kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Sutrisno, Utomo, Nuraina (2017) meneliti tentang kepuasan nasabah pada untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara produk BTPN Wow dan Citra Perusahaan terhadap kepuasan nasabah pada PT Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Madiun. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif antara produk BTPN Wow dengan kepuasan nasabah namun tidak terdapat pengaruh positif antara citra perusahaan dengan kepuasan nasabah.

Kaura, Prasad, Sharma (2015) meneliti tentang kepuasan dan loyalitas pelanggan untuk melihat apakah kualitas layanan, persepsi harga dan keadilan dan dimensi kenyamanan layanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan kualitas layanan, persepsi harga dan keadilan dan dimensi kenyamanan layanan memiliki dampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah.

Zameer, Tura, Kausar, Mohsin (2015) meneliti tentang kepuasan yang dirasakan pelanggan untuk melihat apakah kualitas layanan, citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan, citra perusahaan dengan kepuasan nasabah.

## Metode Penelitian

Variabel yang diambil pada tingkat kepuasan nasabah (Y1) sebagai variabel dependen dan mempunyai lima dimensi yaitu kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional dan kemudahan. Serta mempunyai variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X1), kualitas produk (X2) dan citra perusahaan (X3). Terdapat lima dimensi penentu kualitas pelayanan yaitu dimensi Nyata, Keandalan, Kemampuan Menanggapi, Jaminan atau Kepastian dan Empati sebagai variabel independen. Selanjutnya pada kualitas produk menggunakan tujuh dimensi yaitu Kinerja, Daya Tahan, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Fitur, Reliabilitas, Estetika dan Kesan Kualitas. Selanjutnya pada citra perusahaan terdapat empat dimensi yaitu Kepribadian, Reputasi, Nilai/Etika, dan Identitas Korporat. Penelitian ini melakukan teknik survei dengan kuesioner kepada responden.

Objek yang menjadi penelitian adalah individu yaitu nasabah tabungan Simpedes Bank Rakyat Indonesia Cabang Manna. Penelitian ini menggunakan *SPSS Versi 23 for Windows*.

Dalam unit analisis individu sesuai dengan responden nasabah PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Manna dengan kriteria responden adalah responden pria atau wanita pada usia 17- 60 Tahun

## Populasi dan Sampel

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah tabungan Simpedes pada PT Bank Rakyat Indonesia Cabang Manna yaitu sebanyak 6.134 nasabah . Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah nasabah sebanyak 6.134 nasabah dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin menurut Sugiyono (2013)

Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran sampel/ jumlah responden

N = Ukuran populasi

E = Persentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir , e=0,1

Maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{6134}{1 + 6134(10)^2}$$

$$n = \frac{6134}{62,34} = 98,39 \text{ dibulatkan menjadi } 100 \text{ responden}$$

## Teknik Analisis Data

### Uji Validitas

Arikunto (2002) menjelaskan validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu *instrument*. Suatu *instrument* yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya *instrument* yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah. Kuesioner dinyatakan valid apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel.

### Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014) reliabilitas instrumen yaitu suatu instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, maka hasil yang didapat juga akan sama. Hasil pengukuran yang mempunyai tingkat reliabilitas tinggi maka akan memberikan hasil yang dapat dipercaya. Tinggi rendahnya reliabilitas instrumen ditunjukkan oleh suatu angka yang disebut koefisien reliabilitas. Jika suatu instrumen dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukurannya yang diperoleh konsisten, instrumen itu reliabel. Untuk menguji reliabilitas instrumen dalam penelitian ini, menggunakan koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach* (Arikunto,2006). Suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,60.

### Uji Normalitas Data

Uji normalitas merupakan uji yang dilakukan sebagai prasyarat untuk melakukan analisis data. Uji normalitas dilakukan sebelum data diolah berdasarkan model-model penelitian yang diajukan. Uji normalitas data bertujuan untuk mendeteksi distribusi data dalam suatu variabel yang akan digunakan dalam penelitian. Data yang baik dan layak untuk membuktikan model-model penelitian tersebut adalah data distribusi normal. Data dikatakan normal apabila nilai signifikan lebih besar 0,05 pada ( $P > 0,05$ ). Sebaliknya apabila nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 pada ( $P < 0,05$ ), maka data dikatakan tidak normal. Sugiyono (2013)

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan ada atau tidaknya korelasi antara variabel bebas. Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat *problem multikolinierita*. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Jika terbukti ada multikolinieritas, sebaiknya salah satu independen yang ada dikeluarkan dari model, lalu pembuatan model regresi diulang kembali. (Singgih Santoso

, 2010). Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari besaran *Variance Inflation Factor* (VIF) dan *Tolerance*. Batas VIF adalah 10, jika nilai VIF dibawah 10, maka tidak terjadi gejala multikolinieritas (Gujarati dan Porter ,2010).

### Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011) uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2013) analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel *dependen*, bila dua atau lebih variabel *independent* sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

### Uji T

Uji signifikan parsial (uji t) atau individu digunakan untuk menguji apakah suatu variabel bebas berpengaruh atau tidak terhadap variabel terikat (Suharyadi dan Purwanto, 2011)

### Uji F

Pada pengujian simultan akan diuji pengaruh ketiga variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Uji statistik yang digunakan pada pengujian simultan adalah Uji F atau yang biasa disebut dengan *Analysis of Varian* (ANOVA).

### Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan yang paling baik dalam analisa regresi, hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) antara 0 (nol) sampai dengan 1 (satu). Jika koefisien determinasi nol berarti variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel independen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dikatakan bahwa variabel berpengaruh terhadap variabel dependen.

### Hasil dan Pembahasan

#### Uji Validitas dan Reliabilitas

Dari uji validitas diperoleh bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki koefisien korelasi yang lebih besar dari r tabel yaitu 0,1966. Hal ini berarti semua indikator tersebut valid.

Dari uji reliabilitas diperoleh nilai alpha untuk variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan berturut-turut sebesar 0,956 , 0,978 , 0,954 , 0,949. Dari hasil tersebut semua alpha menunjukkan angka lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel-variabel tersebut reliabel.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan perhitungan melalui metode regresi linier berganda dengan menggunakan data successive maka dapat diperoleh perhitungan :

$$Y = -3,853 + 0,093X_1 + 0,383X_2 + 0,504X_3$$

Besarnya pengaruh masing-masing variabel tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

a. Variabel bebas Kualitas Pelayanan memiliki koefisien sebesar 0,093 menunjukkan pengaruh yang bernilai positif (+), artinya apabila Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) mengalami peningkatan sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,093%, dengan asumsi variabel lain tetap.

b. Variabel bebas kualitas produk memiliki koefisien sebesar 0,383 menunjukkan pengaruh yang bernilai (+), artinya apabila kualitas produk (X<sub>2</sub>) mengalami peningkatan



sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,383 dengan asumsi variabel lain tetap.

c. Variabel bebas citra perusahaan memiliki koefisien sebesar 0,504 menunjukkan pengaruh yang bernilai (+), artinya apabila citra perusahaan (X3) mengalami peningkatan sebesar 1%, maka akan meningkatkan kepuasan nasabah (Y) sebesar 0,504 dengan asumsi variabel lain tetap.

### Uji T

Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil bahwa Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t-statistik (2,003) > t-tabel (1,985), maka H<sub>0</sub> ditolak yang berarti kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Variabel kualitas pelayanan memiliki probabilitas 0,048 < ( $\alpha=0,05$ ), artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel kualitas produk memiliki nilai t-statistik (6,658) > t-tabel (1,985), maka H<sub>0</sub> ditolak yang berarti kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Variabel kualitas produk memiliki probabilitas 0,000 < ( $\alpha=0,05$ ), artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Variabel citra perusahaan memiliki nilai t-statistik (4,623) > t-tabel (1,985), maka H<sub>0</sub> ditolak yang berarti citra perusahaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Variabel citra perusahaan memiliki probabilitas 0,000 < ( $\alpha=0,05$ ), artinya citra perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

### Uji F

Berdasarkan hasil analisis diperoleh hasil F-statistik (192,582) > F-tabel (2,70), sehingga H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Maka, secara statistik secara bersama-sama variabel kualitas pelanggan (X1), kualitas produk (X2), dan citra perusahaan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

### Koefisien Determinasi

Di dalam penelitian ini, diperoleh hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,853. Hal ini menunjukkan bahwa 85,3% nilai kepuasan nasabah dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan citra perusahaan, sedangkan sisanya 14,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model.

### Kesimpulan

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan hasil pengujian yang telah dilakukan, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk (Persero) Cabang Manna.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk (Persero) Cabang Manna.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara citra perusahaan terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk (Persero) Cabang Manna .
4. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, kualitas produk dan citra perusahaan dari produk Tabungan Simpedes terhadap kepuasan nasabah tabungan Simpedes pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk (Persero) Cabang Manna.

## 5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Terbatasnya jumlah responden dalam penelitian ini, yaitu hanya sebatas nasabah Tabungan Simpedes pada PT Bank Rakyat Indonesia, Tbk (Persero) Cabang Manna.
2. Masih terdapat variabel lainnya selain variabel kualitas layanan, kualitas produk dan citra perusahaan yang dapat mempengaruhi variabel kepuasan nasabah yang tidak digunakan dalam penelitian ini, sehingga hasil penelitian yang ditemukan belum begitu sempurna.
3. Terbatasnya waktu dan dana yang digunakan dalam penelitian ini, sehingga hasil penelitian yang diperoleh hanya menunjukkan hasil pada saat dilaksanakannya penelitian.

## 5.3 Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka penulis memberikan beberapa rekomendasi atau saran di antaranya sebagai berikut :

1. Bagi PT Bank Rakyat Indonesia Tbk, (Persero) Cabang Manna diharapkan dapat lebih meningkatkan mutu dari kinerja pelayanan dan kinerja produk yang diberikan kepada nasabah sehingga nasabah semakin merasa puas, aman, serta ingin selalu menjalin kerja sama dengan BRI, serta diharapkan BRI dapat meningkatkan citra perusahaan agar BRI dapat terus bersaing dengan bank-bank lainnya.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas wilayah sampel penelitian, tidak hanya nasabah tabungan simpedes saja, kemudian diharapkan dapat menambah variabel independen lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan nasabah dan menambahkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian serta menambahkan periode tahun yang diteliti agar menjadi sebuah acuan dalam menentukan data yang diperoleh.
3. Bagi masyarakat nasabah BRI Cabang Manna agar lebih peduli dengan jasa-jasa perbankan yang telah disediakan dan fasilitas-fasilitas yang diberikan. Serta keikutsertaan nasabah dalam mendukung kualitas pelayanan di BRI Cabang Manna sangat diperlukan. Upaya yang dapat dilakukan adalah berpartisipasi aktif dalam memberikan penilaian baik dalam memberikan penilaian baik dalam bentuk lisan maupun tulisan yang disampaikan kepada pihak manajemen.

**Daftar Pustaka**

- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Penerbit PT Rineka Cipta.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- <https://eform.bri.co.id> diakses pada tanggal (4 April)
- infobanknews.com diakses pada tanggal (4 April)
- Kasmir. (2014). *Dasar-Dasar Perbankan*. Penerbit RajaGrafindo Persada.
- Kaura, V., Prasad, D., Sharma, S. (2015) Service quality, Service convenience, Price and Fairness, Customer Loyalty, and the mediating role of customer satisfaction. *International Journal of Bank Marketing, Vol. 33 Issue: 4,pp.404-422*.
- Khasali, Rhenald. 2003. *Manajemen Public Relations & Aplikasinya di Indonesia*, Grafitti, Jakarta.
- Kotler, P, Amstrong, G. (2013) *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.
- Nursiana. A. (2015). Pengaruh Internet Banking, Kualitas Layanan, Reputasi Produk, Lokasi, Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Intermediasi Kepuasan Nasabah. *Jurnal Keuangan dan Perbankan. Vol.19. No.3 September 2015; 450-462*.
- Rangkuti, Freddy. 2013. *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Ratih, Ida Aju Brahma. (2009) Pengaruh Kinerja Produk, Pelayanan dan Sumberdaya Amnesia Terhadap Niat Pembelian Ulang Melalui Citra Perusahaan dan Kepuasan Pelanggan PT Asuransi Jiwasraya. *Ekuitas. Vol 13, no 2,p.176-198*

- Riyadi, S & Hadiyati, P. (2012). *Manajemen Jasa-Jasa Perbankan Dalam Dan Luar Negeri*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Riyadi, Selamat. (2014). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan, BI *Rate* dan *Earning Per Share* Terhadap Harga Saham Bank BUMN di Bursa Efek Indonesia (Periode 2008-2013). *Wahana Vol.17. No. 2 Agustus 2014*; 1410-8224.
- Riyadi, S., Iqbal, M., Lauren, N. (2015). Strategi Pengelolaan *Non Performing Loan* Bank Umum yang Go Public. *JDM Vol.6. No 1, 2014*, pp: 84-96.
- Riyadi, Selamat (2006). *Banking Assets and Liability Management*. Edisi Ketiga, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Riyadi, Selamat (2017). Financial Performance efficiency of Indonesia Government Banks in Improving Profitability. *Int J. Financial Innovation in Banking, Vol 1, Nos 3/4*.
- Riyadi, Selamat (2017). *Manajemen Perbankan Indonesia*. Jakarta: Penerbit PT Rajagrafindo Persada.
- Setiawan, H., Minarsih., M.M., Fathoni, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Journal of Management, Volume 2 No. 2 Maret 2016*.
- Singgih, S. (2010). *Statistik Nonparametrik*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi & Purwanto. (2011). *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sutrisno, U., S., Utomo, S., Nuraina, E (2017) Pengaruh Produk BTPN Wow dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Bank Tabungan Pensiunan Nasional, Tbk Cabang Madiun. *The 9<sup>th</sup> FIPA: Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi- Universitas PGRI Madiun Vol. 5 No. 1 Oktober 2017*; 818-835.
- Zameer, H., Tura, A., Kausar, U., Mohsin, A. (2015) Impact of service quality,

corporate image and customer satisfaction towards customer's perceived value in the banking sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 33 Issue: 4, pp.442-456.2015