

PENGARUH KERAGAMAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH PT BPR BKK Purwodadi

Aditya Nugraha¹, Saryadi² & Andi Wijayanto³

^{1,2,3}Departemen Administrasi Bisnis, FISIP, Universitas Diponegoro

¹Email: adityanu116@gmail.com

Abstract: *The large number of financial institutions in Grobogan Regency made PT BPR BKK Purwodadi want to win the competition. One way is to have a high level of customer satisfaction. High customer satisfaction can be affected by product diversity and good service quality. In fact, not all financial institutions have high customer satisfaction including PT BPR BKK Purwodadi. This study aims to find out the effect between product diversity and service quality on customer satisfaction of PT BPR BKK Purwodadi. Data retrieval techniques use questionnaires with nonprobability sampling techniques using purposive sampling methods. Deployment of questionnaires by offline (directly) and online. The online way is done by distributing questionnaires using googleform through social media, while offline is done directly with respondents. The number of samples in this study totaled 100 respondents who were customers of PT BPR BKK Purwodadi. The data analysis method uses SPSS for windows version 25.0. The results of this study show that product diversity has a positive and significant effect on customer satisfaction, and service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, and product diversity and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction. The advice given to PT BPR BKK Purwodadi on the aspect of product diversity, especially in the variant of credit-type products and maintaining product consistency.*

Keywords: *Product Diversity, Quality of Service, Customer Satisfaction*

Abstrak: Banyaknya Lembaga keuangan yang ada di Kabupaten Grobogan membuat PT BPR BKK Purwodadi ingin memenangkan persaingan. Salah satu caranya dengan memiliki tingkat kepuasan nasabah yang tinggi. Kepuasan nasabah yang tinggi dapat dipengaruhi oleh keragaman produk dan kualitas pelayanan yang baik. Kenyataannya, tidak semua Lembaga keuangan memiliki kepuasan nasabah yang tinggi termasuk PT BPR BKK Purwodadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah PT BPR BKK Purwodadi. Teknik pengambilan data menggunakan kuesioner dengan Teknik *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Penyebaran kuesioner dengan cara *offline* (secara langsung) dan *online*. Cara online dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner menggunakan GoogleForm melalui *social media*, sedangkan *offline* dilakukan secara langsung dengan responden. Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 100 responden yang menjadi nasabah PT BPR BKK Purwodadi. Metode analisis data menggunakan *SPSS for windows versi 25.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan keragaman produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah, dan keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kata Kunci: Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Nasabah

PENDAHULUAN

Perkembangan di dunia perbankan selalu mengalami perubahan setiap tahunnya, seperti banyaknya penawaran menarik dari berbagai produk dan layanan yang ditawarkan oleh perbankan sangat mempengaruhi nasabah untuk berpindah dari satu produk ke produk lainnya. Banyak Lembaga keuangan yang berlomba-lomba untuk menjadi pilihan utama bagi nasabah. Kunci utama memenangkan persaingan adalah adanya kepuasan pada produk dan berbagai layanan yang memuaskan. Kepuasan yang dibutuhkan perbankan adalah kepuasan yang tinggi.

Nasabah dapat dikatakan memiliki tingkat kepuasan tinggi apabila menjadi nasabah tetap tanpa beralih ke Lembaga keuangan lainnya dan melakukan transaksi secara teratur dalam jangka waktu tertentu dan berkenan untuk memakai produk dari Lembaga keuangan yang sama. Selain itu, kepuasan yang tinggi juga dapat dilihat dari adanya keinginan nasabah untuk merekomendasikan kepada orang lain karena jika nasabah sudah percaya hingga mau mempromosikan kepada orang lain dan secara tidak langsung dapat membantu lembaga keuangan untuk mendapat nasabah baru.

Hal yang serupa bahwa kepuasan nasabah menjadi tuntutan pada perusahaan bidang jasa. Pelanggan yang puas akan menjadi *marketing force* bagi perusahaan, artinya kepuasan pelanggan bisa memberikan dampak positif terhadap perusahaan melalui WOM (*word of mouth*). Bagi perusahaan yang bergerak pada bidang jasa, memuaskan nasabah adalah hal pokok yang tidak boleh diabaikan, dimana kepuasan nasabah merupakan aspek strategis dalam memenangkan persaingan mempertahankan citra perusahaan di masyarakat luas.

Di Kabupaten Grobogan sendiri terdapat banyak Lembaga Keuangan yang tersebar di beberapa daerah, namun produk dan kualitas layanan dari perusahaan perbankan tersebut memiliki ciri khas tersendiri sehingga nasabah akan memilih perusahaan yang sesuai dengan kebutuhannya. Oleh karena itu, sikap nasabah untuk menentukan kebutuhannya dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas pelayanan dan produk yang ditawarkan. Berikut adalah data jumlah nominal produk PT BPR BKK Purwodadi.

Tabel 1 Target dan Realisasi Penyaluran Kredit PT BPR BKK Purwodadi (Perseroda) Tahun 2017-2021

Kredit	Target	Realisasi	Capaian %
2017	Rp536.103.655.000	Rp538.482.458.067	100,44%
2018	Rp620.412.652.000	Rp626.501.245.723	100,98%
2019	Rp715.470.128.000	Rp771.656.286.369	107,85%
2020	Rp845.631.208.799	Rp840.528.789.976	99,39%
2021	Rp907.877.853.516	Rp910.582.943.994	100,29%

Berdasarkan tabel 1 penyaluran kredit di atas, diketahui bahwa terjadi kenaikan pada tahun 2017 sampai 2019 dapat di lihat dari tabel bagian target dan realisasi, pada tahun 2020 mengalami penurunan disebabkan oleh menyebarnya wabah *Covid-19*.

Tabel 2 Target dan Realisasi Tabungan PT BPR BKK Purwodadi Tahun 2017 - 2021

Tabungan	Target	Realisasi	Capaian %
2017	Rp416.822.894.000	Rp419.752.302.624	100,70%
2018	Rp492.645.583.000	Rp486.963.705.973	98,84%
2019	Rp576.680.356.999	Rp555.417.526.331	96,31%
2020	Rp663.929.996.691	Rp600.471.931.674	90,44%
2021	Rp704.624.041.980	Rp669.969.298.463	95,08%

Berdasarkan tabel 2 diketahui bahwa jenis produk tabungan terjadi kenaikan pada tahun 2017 yang memenuhi target yang ditentukan dan itu dapat dilihat dari tabel bagian target dan realisasi di atas, pada tahun 2018 sampai 2021 mengalami penurunan sehingga tidak terpenuhinya target tiap tahunnya yang disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya menyebarnya wabah *Covid-19* yang semakin meningkat sehingga tidak sesuai target, dampak dari *Covid-19* sangat jelas salah satunya pada sektor perekonomian dan berakibat minimnya dalam menabung. Oleh karena itu, pada tabel diatas terdapat masalah pada tahun 2018-2021 minat nasabah dalam menabung yang menurun.

Tabel 2 Target dan Realisasi Deposito PT BPR BKK Purwodadi Tahun 2017 - 2021

Deposito	Target	Realisasi	Capaian %
2017	Rp124.505.540.000	Rp145.835.450.000	117,13%
2018	Rp172.132.687.000	Rp181.867.450.000	105,65%
2019	Rp210.714.327.500	Rp203.571.050.000	96,60%
2020	Rp201.585.381.504	Rp262.641.650.000	130,28%
2021	Rp223.686.907.190	Rp274.576.250.000	122,75%

Berdasarkan tabel target dan realisasi atas produk PT BPR BKK Purwodadi yang disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya semakin ketatnya persaingan yang membuat kinerja dan hasil kurang maksimal serta menyebarnya wabah *Covid-19* yang semakin meningkat sehingga tidak sesuai target, dampak dari *Covid-19* sangat jelas salah satunya pada sektor perekonomian dan berakibat minimnya dalam menabung dan penyaluran kredit.

Persaingan yang ketat antar Lembaga Keuangan ini mendorong setiap perbankan untuk memberikan layanan dan produk yang terbaik kepada nasabahnya. Masing masing perusahaan mempunyai program dan produk yang terus diperbarui. Program tersebut dapat berbentuk layanan- layanan dan berbagai produk baru yang semakin memudahkan nasabah, dan ada pula yang menawarkan program undian berhadiah. Semua itu dimaksudkan untuk sebanyak mungkin menarik masyarakat untuk menjadi nasabah baru, juga untuk mempertahankan supaya nasabah lama tidak beralih ke perusahaan lain. Hal ini dapat mendorong lembaga Keuangan untuk mencari cara agar mendatangkan keuntungan dengan cara mendiferensiasikan diri mereka terhadap pesaing. Bisnis perbankan merupakan bisnis jasa yang berdasarkan pada azas kepercayaan sehingga masalah kualitas pelayanan dan keberagaman produk menjadi faktor yang sangat menentukan dalam keberhasilan usaha. Menurut Kotler (1997) kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima (*perceived service*) dengan tingkat layanan yang diharapkan (*expeted service*).

Berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan, menyatakan bahwa terdapat keluhan dari nasabah seperti, kurangnya respon dari bagian *Customer Service Officer* oleh nasabah, dimana nasabah tersebut akan menanyakan keluhannya melalui sambungan telepon/media sosial, selain itu keluhan nasabah yang ingin mengajukan kredit terbilang rumit sehingga banyak nasabah yang mengeluh terkait masalah ini. Contoh kasus tersebut menjadikan penghambat bagi nasabah sehingga karyawan kurang mengoptimalkan fungsi dari fasilitas yang tersedia.

Penelitian ini didukung oleh Fauziah (2019), dengan hasil pembahasan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal yang berlawanan ditunjukkan dalam penelitian Wulandari (2021), dengan hasil penelitian tersebut kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi (2018), keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Tetapi hal berlawanan ditunjukkan dalam penelitian oleh Hardianti (2018), dimana hasil penelitian secara simultan keragaman produk dan kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan nasabah

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan Nasabah di PT BPR BKK Cabang Purwodadi? (2) Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Nasabah di PT BPR BKK Cabang Purwodadi? (3) Apakah Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan nasabah di PT BPR BKK Cabang Purwodadi?

Kajian Teori

Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen menurut Sudharto (2007) kegiatan yang meliputi proses pengambilan keputusan dan tindakan menilai, mendapatkan dan memakai barang ataupun jasa. Konsumen dianggap memiliki keragaman yang menarik untuk dipelajari karena meliputi dari seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan dan keadaan sosial ekonomi. Faktor-aktor yang mempengaruhi konsumen menurut Kotler (2013): (1) Faktor Budaya, faktor budaya memberikan pengaruh yang luas terhadap perilaku konsumen, faktor budaya ini meliputi: budaya, sub budaya dan kelas sosial. (2) Faktor Sosial, perilaku konsumen juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil, keluarga, serta aturan dan status sosial konsumen. (3) Faktor Pribadi, keputusan seseorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur pembeli dan tahap siklus hidup, pekerjaan, situasi, ekonomi, gaya hidup serta kepribadian dan konsep diri. (4) Faktor Psikologi, pilihan-pilihan seseorang dalam membeli dipengaruhi lagi oleh empat faktor yaitu motivasi, persepsi, pengetahuan, serta keyakinan dan sikap.

Berdasarkan pengertian di atas perilaku konsumen sangat berperan penting dalam dunia bisnis karena hal tersebut dapat menganalisis kebutuhan dan keinginan apa yang sedang dibutuhkan konsumen di masa sekarang maupun masa yang akan datang.

BPR

Bank perkreditan rakyat adalah satu jenis bank yang dikenal melayani golongan mikro, kecil dan menengah. Menurut UU No 10 tahun 1998 terdapat 2 jenis bank yaitu bank umum dan bank perkreditan rakyat (BPR). Menurut Herli (2013) pengertian bank perkreditan rakyat (BPR) merupakan lembaga keuangan bank yang menerima simpanan hanya dalam bentuk deposito berjangka, tabungan dan menyalurkan kredit yang dipersamakan dengan itu dalam rangka meningkatkan taraf hidup masyarakat yang melaksanakan kegiatan usahanya melalui prinsip konvensional atau berdasarkan prinsip syariah yang dalam kegiatannya tidak memberikan jasa dalam lalu lintas pembayaran. Perbedaannya bank perkreditan rakyat dengan bank umum yakni bank BPR hanya berfokus pada sektor usaha mikro kecil menengah (UMKM) pada pinjaman usaha dan tidak diperkenankan untuk melakukan usaha lain seperti:

(1) Melakukan kegiatan perbankan dalam mata uang atau transaksi valas. (2) pembukaan giro. (3) melakukan usaha perasuransi. (4) melakukan penyertaan modal dengan prinsip *prudent banking* dan *concern* terhadap layanan kebutuhan masyarakat menengah ke bawah. (5) melakukan usaha lain di luar kegiatan usaha sebagaimana yang dimaksud dalam usaha BPR

Kepuasan Nasabah

Kepuasan konsumen merupakan salah satu hal yang sangat diperhatikan oleh perusahaan terhadap produk/jasa yang mereka tawarkan kepada konsumen/nasabah. Menurut Kotler (2007) bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja/hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Adapun indikator kepuasan nasabah menurut Swastha & Irawan (2000) yaitu: (1) Perasaan Puas, ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari nasabah saat menerima layanan yang baik dan produk dari perusahaan. Misal nasabah merasa puas saat memakai produk dan pelayanan yang diberikan perusahaan baik. (2) Selalu memakai produk, Nasabah akan tetap memakai suatu produk apabila tercapainya harapan nasabah yang mereka inginkan, misalnya nasabah terus memakai produk yang sama setelah memakai produk yang dianggap berkualitas. (3) Merekomendasikan kepada orang lain, Nasabah yang merasa terpuaskan setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakan kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi perusahaan. Misal nasabah merekomendasikan produk yang dipakai. (4) Terpuasnya harapan nasabah setelah memakai

produk. (5) Sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pemakaian suatu produk dengan harapan yang diinginkan nasabah. Misal kesesuaian harapan nasabah akan produk yang dipakai.

Keragaman Produk

Menurut Rohmawati (2018) Keragaman produk adalah penciptaan produk–produk yang berbeda dari standart untuk memenuhi atau melengkapi kebutuhan dan keinginan konsumen. Karena adanya perbedaan ini, perlu adanya keragaman produk agar selera, keinginan atau harapan nasabah dapat terpenuhi oleh produk yang dipakai. Hal ini sejalan dengan teori menurut Wijaya (2011) setiap produk yang ditawarkan memiliki fungsi sendiri dan memiliki elemen-elemen tersendiri yang digunakan untuk membedakan atau melakukan deferensiasi produk dari produk yang ditawarkan.

Keragaman produk adalah variasi produk yang ditawarkan oleh PT BPR BKK Purwodadi. Adapun indikatornya adalah sebagai berikut: (1) Kelengkapan variasi produk yang dimiliki perusahaan merupakan sekelompok produk dalam suatu kelas produk yang berkaitan erat karena produk tersebut melaksanakan fungsi sebagaimana mestinya. Sebagian besar perencanaan keragaman produk merupakan tanggung jawab perencanaan strategi perusahaan sehingga perusahaan harus mengetahui penjualan tiap produk dalam lininya untuk menentukan unit produk mana yang akan dikembangkan dan dikurangkan. (2) Inovasi produk merupakan penciptaan produk baru dimana produk ini diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan nasabah sehingga akan muncul minat untuk memakai produk tersebut. Maka dari itu perusahaan selalu melakukan inovasi terhadap produknya yang lama menjadi produk yang baru. (3) Banyaknya kategori produk dalam sebuah perbankan seperti BPR sangat mempengaruhi minat masyarakat untuk menjadi calon nasabah, dengan berbagai macam produk yang ditawarkan oleh bank sesuai dengan kebutuhan masyarakat saat ini sehingga akan banyak pilihan dalam setiap kategorinya.

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam suatu bisnis, karena kualitas pelayanan ini mempunyai peran yang cukup krusial dimana karyawan perusahaan akan berhubungan secara langsung dengan konsumen. Apabila barang atau jasa yang diterima atau dirasakan sesuai yang diharapkan, maka kualitas barang dan jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika barang atau jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitasnya dipersepsikan buruk. Menurut Parasuraman, Zethaml, dan Berry (2000) ada 5 dimensi kualitas jasa yaitu: (1) bukti fisik, (2) keandalan, (3) daya tanggap, (4) jaminan, (5) peduli.

Hipotesis

Penelitian terdahulu yang menggunakan metode *Purposive Sampling* untuk mengetahui pengaruh antara keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Lusi, Agus & Rizka, (2021) dalam penelitiannya untuk mengetahui kualitas pelayanan dan fasilitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Wahyudi, (2018) dalam penelitiannya untuk mengetahui apakah pengaruh keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Fauziah (2019) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. Kurniawan (2019) untuk mengetahui apakah kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Wulandari (2021) untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah. Christina Menuk Sri Handayani, Tony Susilo Wibowo, Bayu Rama Laksana, (2021) untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan masyarakat untuk membeli di pedagang kakilima di Surabaya pada era normal baru. Firmansyah, Nashika, (2020) untuk mengetahui pengaruh keragaman produk dan kualitas layanan terhadap loyalitas dalam hal

kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hal tersebut, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitian berupa: H1: Keragaman Produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan Nasabah PT BPR BKK Purwodadi. (H2): Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR BKK Purwodadi. (H3):Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Nasabah PT BPR BKK Purwodadi.

Metode Penelitian

Tipe penelitian ini termasuk metode *Eksplanatory Research* merupakan penelitian yang bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis guna untuk memperkuat atau bahkan menolak teori atau hipotesis hasil penelitian yang sudah ada sebelumnya. Berfokus pada pengaruh keragaman produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Nasabah sebagai variabel independent (Y) sebagai variabel dependent pada PT BPR BKK Purwodadi.

Populasi dalam penelitian ini adalah berjumlah 288.833 responden yang merupakan konsumen/nasabah dari tahun 2017-2021 yang merupakan nasabah dari PT BPR BKK Cabang Purwodadi.

Dalam pengambilan sampel peneliti Adapun teknik pengambilan responden (sampel) dengan menggunakan teknik *Accidental Sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dipilih melalui pertimbangan tertentu yang memiliki ciri-ciri spesifik, diantaranya: (1) Nasabah PT BPR BKK Purwodadi. (2) Nasabah yang pernah melakukan transaksi minimal 2 kali PT BPR BKK Cabang Purwodadi. (3) Berdomisili tetap di Kabupaten Grobogan. (4) Berada di PT BPR BKK Purwodadi saat dilakukan pengumpulan data. (5) Bersedia mengisi kuesioner (Angket) terkait dengan penelitian ini. Dalam penelitian ini digunakan data kuantitatif yang menurut sumbernya termasuk ke dalam data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang pertama kali dikumpulkan oleh peneliti melalui upaya pengambilan data di lapangan secara langsung. Data sekunder adalah data yang diperoleh oleh pihak lain, tidak langsung diperoleh dari subjek penelitiannya.

Hasil

Tabel 4 Hasil Analisis regresi linier sederhana Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Nasabah

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	9.534	1.166		8.174	.000
	Keragaman Produk	.535	.058	.683	9.261	.000

Berdasarkan hasil regresi linier sederhana menunjukkan bahwa Koefisien Regresi dari variabel keragaman produk menunjukkan nilai 0,535, hasil ini menunjukkan variabel keragaman produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Hal tersebut menunjukkan bahwa apabila penilaian terhadap variabel keragaman produk naik maka akan mengakibatkan naiknya penilaian pada kepuasan nasabah.

Tabel 5 Hasil Analisis regresi linier sederhana Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		t	Sig.	
		B	Std. Error			Beta
1	(Constant)	8,256	1,014		8,143	,000
	Kualitas pelayanan	,298	,025	,769	11,927	,000

a. Dependent Variabel: kepuasan nasabah

Berdasarkan hasil regresi linier sederhana dapat dilihat koefisien regresi dari variabel kualitas pelayanan menunjukkan nilai sebesar 0,298. Hal tersebut menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif pada variabel kepuasan nasabah. Hal ini menunjukkan bahwa apabila penilaian terhadap variabel kualitas pelayanan naik maka akan mengakibatkan naiknya penilaian pada kepuasan nasabah.

Tabel 6 Hasil Signifikansi (Simultan) Keragaman Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
-------	----------------	----	-------------	---	------

1	Regression	264.966	2	132.483	72.492	.000 ^b
	Residual	177.274	97	1.828		
	Total	442.240	99			

Pada pengujian tabel 3.19 di atas, menunjukkan nilai F-hitung sebesar 72.492 dengan nilai F- tabel sebesar 3,09. Sehingga nilai F-hitung > F-tabel, $72.492 > 3,09$ dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka oleh karena itu hipotesis ke 3 “keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara Bersama-sama terhadap kepuasan nasabah” **diterima.**

Pembahasan

Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh positif secara parsial terhadap kepuasan nasabah telah terbukti. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa keragaman produk memiliki pengaruh atau hubungan dan signifikansi terhadap variabel kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini berbanding terbalik dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hardianti, (2018) membuktikan bahwa variabel keragaman produk tidak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan nasabah. Namun, hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyudi, (2018) yang membuktikan bahwa variabel keragaman produk memberikan pengaruh dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini memberi makna bahwa keragaman produk yang beragam akan memberikan kepuasan pada nasabah, karena nasabah merasa harapannya terpenuhi dengan ditawarkannya beragam produk yang sangat beragam.

Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan nasabah sudah dibuktikan melalui perhitungan dari uji t-tes. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh dan signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan Kurniawan, (2019) yang menunjukkan hasil yang sama bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan hipotesis kedua diatas, menunjukkan semakin puasnya nasabah PT BPR BKK Purwodadi yang disebabkan oleh adanya pengaruh kualitas pelayanan dari PT BPR BKK Purwodadi. Persepsi responden yang memberikan nilai sangat baik terhadap kualitas pelayanan, dapat dilihat dari tempat parkir yang luas, ruang tunggu yang nyaman, tempat duduk yang banyak, tempat mencuci tangan, tingkat ketepatan karyawan menjelaskan informasi, ketanggapan karyawan menyelesaikan masalah, tanggung jawab perusahaan, keramahan karyawan serta perhatian karyawan kepada nasabahnya.

Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara (simultan) terhadap kepuasan nasabah sudah dibuktikan melalui perhitungan dari uji F-tes. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa keragaman produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh dan signifikan secara bersama-sama terhadap variabel kepuasan nasabah. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Hardianti, (2018) yang menunjukkan hasil selaras bahwa variabel keragaman produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Hal ini membuktikan dengan memberikan keragaman produk dan kualitas pelayanan bersama-sama memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan pengujian yang sudah dilakukan, diketahui nilai koefisien korelasi sebesar 0,774 membuktikan bahwa terdapat arah korelasi yang positif antara variabel keragaman produk dan kualitas pelayanan pada kepuasan nasabah dengan kategori taraf korelasi yang sempurna. Angka koefisien determinasi sebesar 59,9% menunjukkan besaran pengaruh variabel keragaman produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah dan sebanyak 40,1% sisanya mendapat pengaruh dari faktor selain keragaman produk dan kualitas pelayanan. Keragaman produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama - sama memberikan pengaruh terhadap kepuasan

nasabah (Y). Sehingga semakin beragamnya produk yang dimiliki oleh PT BPR BKK Purwodadi dan semakin baik kualitas pelayanannya yang diberikan maka kepuasan nasabah akan merasa sangat puas. Selain itu, diketahui juga kualitas pelayanan memberikan pengaruh dominan terhadap kepuasan nasabah sebesar 0,646 alasan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang besar karena nasabah merasa nyaman akan pelayanan yang diberikan oleh PT BPR BKK Purwodadi. Dimana hal ini memberikan kemungkinan bahwa dalam meningkatkan kepuasan nasabah PT BPR BKK Purwodadi dapat dilakukan dengan cara mempertahankan atau meningkatkan kualitas pelayanannya.

Kesimpulan

(1) Variabel keragaman produk (X_1) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan nasabah (Y) pada nasabah PT BPR BKK Purwodadi. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, dapat diketahui penilaian nasabah PT BPR BKK Purwodadi terhadap keragaman produk yang dimiliki PT BPR BKK Purwodadi pada kategori sangat beragam. (2) Variabel kualitas pelayanan (X_2) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) pada nasabah PT BPR BKK Purwodadi. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan, dapat diketahui bahwa nasabah PT BPR BKK Purwodadi terhadap kualitas pelayanan yang diberikan berada pada kategori baik. Banyak responden yang memberikan nilai tinggi pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT BPR BKK Purwodadi. (3) Variabel keragaman produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) secara bersama-sama (simultan) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan nasabah (Y) pada nasabah PT BPR BKK Purwodadi. Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, dapat diketahui penilaian nasabah PT BPR BKK Purwodadi terhadap keragaman produk dan kualitas pelayanan berada pada kategori puas.

Saran

(1) Variabel keragaman produk perlu adanya peningkatan varian produk jenis kredit pada PT BPR BKK Purwodadi, selanjutnya PT BPR BKK Purwodadi harus bisa lebih konsisten dalam melengkapi produknya seperti apa yang sedang dibutuhkan masyarakat saat ini sehingga nasabah dapat menggunakan produk yang ditawarkan. (2) Variabel kualitas pelayanan yang dimiliki PT BPR BKK Purwodadi terdapat beberapa aspek yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan yaitu lebih diperhatikannya tempat duduk yang banyak dan layak untuk dipakai nasabah saat mengantri untuk melakukan transaksi, selanjutnya penataan tempat tunggu yang rapi dan bersih agar nasabah merasa nyaman saat mengantri. Selain itu karyawan lebih memperhatikannya nasabah agar saat nasabah kebingungan karyawan harus tepat dalam menyikapinya. Setelah itu meningkatkan daya tanggap karyawan terhadap nasabah semakin tanggap karyawan maka semakin dipercaya oleh nasabahnya dan keramahan karyawan juga perlu ditingkatkan sehingga nasabah merasa nyaman dan aman saat melakukan transaksi. (3) Variabel kepuasan nasabah pada PT BPR BKK Purwodadi perlu adanya peningkatan keragaman produk terutama jenis produk tabungan agar nasabah selalu memakai produk jenis tabungan yang ditawarkan, selain itu perlu adanya peningkatan keragaman produk dan kualitas pelayanan yang beragam dan berkualitas sehingga nasabah akan merasa puas serta bersedia memakai kembali atau bahkan merekomendasikan PT BPR BKK Purwodadi kepada pihak lain. (4) Untuk peneliti di masa yang akan datang, diharapkan bisa mengembangkan dari penelitian ini dengan baik diantaranya bisa menggunakan variabel penelitian lain untuk mengukur tingkat kepuasan nasabah seperti lokasi, suku bunga agar penelitian bisa lebih berkembang dan menyesuaikan dengan keadaan yang semakin dinamis kedepannya.

Daftar Referensi

- Fauziah, J. D. (2019). Pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah (studi pada nasabah pt.bank rakyat indonesia cabang marthadinata malang jawa timur). *Skripsi, Malang, Universitas Negeri Maulana Malik Ibrahim*.
- Hardianti, T. (2018). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Di Bank Bni Syariah Cabang Pembantu Kecamatan Sape Kabupaten Bima. *Skripsi, Surakarta, Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Herli, A. S. (2013). *Pengelolaan BPR dan Lembaga Keuangan Pembiayaan Mikro*. Yogyakarta: Andi.
- Irawan & Basu Swastha "Manajemen Pemasaran Modern" (2000).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2013). Manajemen Pemasaran (1st ed., Issue 13). *Jakarta, Erlangga*.
- Kotler, P. (1997). Manajemen Pemasaran : *Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian* (1st ed.). Jakarta, PT. Prenhallindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). Manajemen Pemasaran (12th ed.). *Jakarta, PT. Indeks*.
- Lusi, F., Agus, S., & Rizka, H. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Penabung Pada Bank Bri Unit Bandar Buat. *Jurnal Matua, 03(04)*, 802–813.
- Martono, N. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif. *Rajawali Pers*.
- Rohmawati, Z. (2018). Kualitas, Harga dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *JRE: Jurnal Riset Entrepreneurship, 1(2)*, 19–29.
- Sudharto P. Hadi. (2007). Perilaku Konsumen (*Issue 2009, pp. 2012–2014*), Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Wahyudi, D. (2018). Pengaruh Keragaman Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi: Cabang Pegadaian Syariah Radin Intan Lampung). *Tesis, Lampung, 1–179*.
- Wijaya, T. P. (2011). Manajemen Kualitas Jasa. *Jakarta, Salemba Empat*.
- Wulandari, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Bertransaksi Di Masa Pandemi Pada PT. BPRS Carana Kiat Andalas KC Padang Panjang. *Skripsi, Batusangkar, Institut Agama Islam Negeri Batusangkar*.
- Zeithaml, V. A., & Bitner. (2000). Service Marketing. *McGraw-Hill Inc. edisi ke 2, integrating customer focus*.