SIMPATIK
(SIMPOSIUM NASIONAL PERBANKAN, AKUNTANSI DAN KEUANGAN)

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN KEPERCAYAAN NASABAH KPR TERHADAP KEPUASAN NASABAH KPR DI BANK TABUNGAN NEGARA TBK CABANG SEMARANG

SHANDA HAMIDAH ATHALLA SRI*
ARIS SUNINDYO
SEPTIAN YUDHA KUSUMA

Politeknik Negeri Semarang
Semarang, Jawa Tengah, Indonesia
shandahmdh@gmail.com

Abstract : *This study aims to analyze the influence of product quality, service quality, and trust on customer satisfaction KPR Bank BTN Semarang Branch simultaneously and partially. The data was obtained through the questionnaire method with 100 respondents from Bank BTN KPR Semarang branch. The data analysis model is the Multiple Linear Analysis Model, with data analysis techniques using the F Test, Statistical Test t, and Test the Coefficient of Determination (Adjusted R2). The results showed that the variables of product quality, service quality and trust simultaneously had a significant effect on customer satisfaction for KPR Bank BTN Semarang Branch. The results of the study partially show that trust has an effect on customer satisfaction for KPR Bank BTN Semarang Branch, but product quality and service quality have no significant effect on customer satisfaction for KPR Bank BTN Semarang Branch.*

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

Abstrak: Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah KPR Bank BTN Cabang Semarang secara simultan dan parsial. Data diperoleh melalui metode kuesioner dengan 100 responden nasabah KPR Bank BTN Cabang Semarang. Model analisis data yaitu Model Analisis Linier Berganda, dengan teknik analisis data menggunakan Uji F, Uji Statistik t, dan Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R). Hasil penelitian menunjukan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR Bank BTN Cabang Semarang. Hasil penelitian secara parsial menunjukan bahwa kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KPR Bank BTN Cabang Semarang, namun kualitas produk dan kualitas pelayanan idak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR Bank BTN Cabang Semarang.

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

PENDAHULUAN

Pada era modern, perkembangan relatif cepat dalam industri perbankan, yang telah meningkatkan daya saing. Para pelaku industri perbankan didorong oleh persaingan yang semakin pesat untuk menawarkan produk yang inovatif guna memudahkan konsumen dan menarik mereka ke layanan atau produk yang ditawarkan. Memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan klien akan menjadi informasi penting bagi bisnis saat mereka mengembangkan strategi pemasaran untuk memuaskan pelanggan mereka. Industri perbankan sangat penting bagi perekonomian suatu negara. Bank adalah suatu badan hukum yang bergerak dalam menghimpun uang dari masyarakat dalam bentuk simpanan dan menyalurkannya kepada masyarakat dalam bentuk pinjaman atau bentuk lainnya untuk meningkatkan taraf hidup masyarakat, sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor

10 Tahun 1998 tentang Perbankan. Giro, rekening tabungan, dan deposito berjangka semuanya digunakan untuk inisiatif penggalangan dana publik.

PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk (BTN) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang perbankan yang berdedikasi untuk berkembang menjadi bank yang mendukung dan melayani pembiayaan sektor perumahan melalui tiga produk utama: perbankan individu, perbankan bisnis, dan syariah. Bank yang berslogan "Sahabat Keluarga Indonesia" ini memiliki visi yaitu menjadi The Best Mortgage Bank di Asia Tenggara pada tahun 2025. Awal mula Bank BTN dimulai dengan didirikannya Postpaarbank di Batavia pada tahun 1897. Kredit Pemilikan Rumah (KPR) merupakan salah satu layanan yang ditawarkan oleh Bank BTN. KPR adalah pilihan kredit yang ditawarkan oleh bank kepada nasabah swasta yang berniat untuk membeli atau merenovasi rumah (Ulya et al., 2020). Kepuasan nasabah mengacu pada bagaimana perasaan nasabah tentang layanan perbankan dan produk yang telah mereka gunakan. Karena nasabah yang puas lebih cenderung menggunakan layanan dan produk perbankan lagi dan lebih cenderung memberikan kritik konstruktif kepada bank, mereka memainkan peran penting dalam industri perbankan.

Tabel 1.1 Keluhan Nasabah PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk

Sumber	Keluhan Nasabah
https://mediakonsumen.com/2022/10/19/tanggapan/tanggapan-bank-btn-atas-surat-sdr-miftachul-huda	Nasabah ingin mendaftar pelunasan KPR Bank BTN. Menurut Customer Service karena nilai sisa pokok diatas Rp 300juta, maka persetujuan diajukan ke Bank BTN Pusat di Jakarta dan untuk prosesnya 2 minggu. Namun, sudah 1 bulan lebih belum ada persetujuan tersebut. Nasabah sudah konfirmasi ke Customer Service tapi jawabannya belum ada persetujuan dari pusat.
https://mediakonsumen.com/2022/07/14/surat-pembaca/kpr-bank-btn-sudah-lunas-tapi-sertifikat-belum-juga-ada	Nasabah sudah melakukan pelunasan KPR Bank BTN tetapi sertifikat belum juga diberikan hingga 11 bulan setelah pelunasan.
https://ombudsman.go.id/artikel/r/temukan-600-konsumen-belum-terima-sertifikat-setelah-pelunasan-kpr--ombudsman-berikan-saran-perbaikan-kepada-btn	Ombudsman menemukan 600 konsumen Bank BTN belum menerima sertifikan meskipun telah melakukan pelunasan KPR, data merupakan sampel dan belum seluruhnya.

Sumber: Data sekunder (yang telah diolah), 2023

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dengan adanya keluhan, nasabah merasa layanan yang diberikan oleh PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk kurang cepat tanggap, ini berarti nasabah merasa kurang puas terhadap produk dan layanan yang diberikan PT Bank Tabungan Negara (Persero). Dari pernyataan peneliti terkait permasalahan yang ada di BTN Cabang Semarang, beberapa nasabah merasa kurang puas dengan apa yang mereka rasakan. Oleh karena itu BTN Cabang Semarang perlu berupaya untuk memperbaiki kualitas produk, kualitas pelayanan dan meningkatkan kepercayaan mereka agar nasabah merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan di BTN Cabang Semarang. Hal ini harus terus diperhatikan bank untuk mencegah nasabah beralih ke bank lain. Oleh karena itu, permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kepuasan nasabah KPR BTN Cabang Semarang dengan menggunakan pendekatan variabel kualitas produk, kualitas layanan, dan kepercayaan.

Nasabah merupakan aset yang sangat penting yang harus dijaga dan dipertahankan untuk mencapai keberhasilan perusahaan. Oleh karena itu, apapun permintaan nasabah, bagaimana sikap dan perilaku nasabah, layani nasabah dengan baik, dan selalu berpikir positif. Peningkatan kualitas atau standar pelayanan sangat penting bagi perusahaan karena akan berdampak besar pada peningkatan efisiensi operasional perusahaan, dimana peningkatan tersebut terjadi pada penjualan produk, peningkatan produksi, dan perluasan jaringan pemasaran (Syafarudin, 2021)

Kepuasan nasabah adalah tingkat perasaan yang dialami seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diterimanya dibandingkan dengan hasil yang diharapkan. Apabila kinerja pelayanan perbankan yang mereka peroleh sesuai atau melebihi harapan mereka, nasabah baru akan merasa puas, dan jika tidak, nasabah akan menjadi kecewa (Zikri & Harahap, 2019). Dengan mempertimbangkan pentingnya kepuasan nasabah,

masing-masing variabel yang berkaitan dengan kepuasan nasabah, dan berbagai hasil penelitian yang relevan, serta adanya persaingan bisnis, penelitian ini harus dilakukan kembali untuk mengevaluasi pengaruh variabel independen seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan nasabah KPR.

KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS

Hubungan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah. Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan variabel bebas secara bersama-sama yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan nasabah. Berdasarkan penelitian yang dilakukan Joko Usmar (2019) menunjukan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasaan nasabah BNI Syariah Cabang Pekanbaru. Berdasarkan uraian tersebut dan didukung oleh hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H1: Kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepercayaan secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk untuk menunjukkan fungsinya, yang mencakup durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan kemudahan reparasi, serta fitur lainnya (Ulya et al., 2020). Produk yang mempunyai berbagai fitur dengan keunggulan, kondisi atau superioritas produk yang ditawarkan akan memberikan kepuasan kepada nasabah (Andriyani & Ardianto, 2020). Menurut hasil penelitian yang dilakukan oleh Setyo (2017), Aryani et al., (2023) menunjukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uraian tersebut dan didukung oleh hasil penelitian diatas, maka hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H2: Kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah

Kualitas pelayanan adalah penilaian pelanggan terhadap tingkat layanan yang diterima terkait dengan layanan yang diharapkan atau tidak. Jika pelayanan sesuai maka kualitas pelayanan dapat dikatakan baik dan nasabah merasa puas (Zikri & Harahap, 2019). Kualitas layanan yang makin baik seperti memberikan respon yang cepat, tanggap terhadap keluhan nasabah, memberikan pelayanan yang ramah serta tata krama yang baik akan dapat memuaskan nasabah (Andriyani & Ardianto, 2020). Pengaruh variabel kualitas pelayanan menurut penelitian Ayuningtyas & Siregar (2021), Hamzah & Purwati (2019) menunjukan bahwa persepsi nasabah tentang kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uraian diatas yang didukung oleh hasil penelitian diatas, makan hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H3 = Kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

Hubungan kepercayaan terhadap kepuasan nasabah.

Kepercayaan adalah kepercayaan yang diberikan pihak tertentu untuk melakukan transaksi dengan orang lain, setiap orang yang diberi kepercayaan memiliki kewajiban yang baik sesuai yang diharapkan (Assiddiq & Akbar, 2021). Kepercayaan nasabah yang baik terhadap bank akan dapat menciptakan dan meningkatkan kepuasan nasabah KPR (Utama & Murti, 2021). Menurut penelitian Ayuningtyas & Siregar (2021) menunjukan bahwa kepercayaan nasabah berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah. Berdasarkan uraian diatas yang didukung oleh hasil penelitian diatas, makan hipotesis yang diajukan adalah sebagai berikut:

H4 = Kepecayaan secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan nasabah.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian dalam penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif jenis kausalitas. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebab akibat atau hubungan kausal. Data diperoleh dari hasil survei dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yang menjadi subjek penelitian. Penelitian kausal adalah penelitian untuk menentukan hubungan sebab akibat antara variabel independen dan dependen (Chasun & Anugraheni, 2019). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah KPR pada BTN Cabang Semarang dengan jumlah yang tidak diketahui. Sedangkan Teknik sampel yang digunakan yaitu adalah Non Probability Sampling dengan jenis sampelnya Purposive Sampling. Sampel yang

diambil menggunakan rumus Lemeshow yang tidak diketahui jumlah populasinya. Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus tersebut didapatkan hasil 100 sampel.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan membagikan kuesioner dan studi pustaka. Kuesioner akan diberikan kepada nasabah KPR pada BTN Cabang Semarang dengan penggunaan skala likert dengan kriteria yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) = 1, Tidak Setuju (TS) = 2, Setuju (S) = 3, Sangat Setuju (SS) = 4. Studi pustaka dalam pengumpulan data ini diperoleh menggunakan literatur berupa buku, karya ilmiah, jurnal, artikel serta website untuk mendukung penyusunan laporan penelitian. Dalam penelitian ini teknik analisis data diolah menggunakan software SPSS. Dalam penelitian ini mencakup variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan dan kepuasan nasabah. Indikator dalam variabel kualitas produk yaitu kinerja, kemampuan melayani, daya tahan, estetika, kualitas yang dipersepsikan, keistimewaan tambahan, kesesuaian yang spesifikan, dan kualitas yang dipersepsikan (gaspersz, 2008). Indikator dalam variabel kualitas pelayanan yaitu berwujud, ketanggapan, jaminan, empati, dan keandalan (zikri & harahap, 2019). Indikator dalam variabel kepercayaan yaitu konsistensi, kesetiaan , integritas, kemampuan, dan keterbukaan (utama & murti, 2021). Indikator dalam variabel kepuasan nasabah yaitu Kepuasan, Kesesuaian, dan Tingkat Kepuasan (Sellness, Aydin dan Ozner, Ranaweera dalam Ari Wijayanti, 2008) (Saputra & Alwie, 2015).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Jumlah responden yang dijadikan sebagai sampel penelitian ini yaitu 100 orang nasabah KPR Bank BTN Cabang Semarang. Berdasarkan hasil pendataan yang dibagikan kepada responden, karakteristik responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. Karakteristik Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi (Orang)	Persentase %
1.	Laki-Laki	41	41%
2.	Perempuan	59	59%
	Total	100	100%
No	**Usia**	**Frekuensi (Orang)**	**Persentase %**
1	17-20 tahun	0	0%
2	21-30 tahun	4	4%
3	31-40 tahun	20	20%
4	41-50 tahun	71	71%
5	>51 tahun	5	5%
	Total	100	100%
No	**Pekerjaan**	**Frekuensi (Orang)**	**Persentase %**
1	PNS	6	6%
2	Wiraswasta	49	49%
3	Pelajar/Mahasiswa	0	0%
4	Pengurus Rumah Tangga	0	0%
5	Swasta	38	38%
6	Lainnya	7	7%
	Total	100	100%
No	**Lama Menjadi Nasabah**	**Frekuensi (Orang)**	**Persentase %**
1	<1 tahun	0	0%
2	1-5 tahun	4	4%
3	>5 tahun	96	96%
	Total	100	100%

No	Jenis Fasilitas	Frekuensi (Orang)	Persentase %
1	KPR NON SUBSIDI	20	20%
2	KPR SUBSIDI	80	80%
3	KPR SECOND HAND	0	0%
4	KPR TAKE OVER	0	0%
5	KPR BTN MIKRO	0	0%
6	KBR	0	0%
7	KAR TOP UP/KOMPENSASI	0	0%
8	KAR TAKE OVER	0	0%
	Total	100	100%

Uji Validitas

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	rhitung	rtabel	Sig.	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,696	0,196	0,000	Valid
	X1.2	0,732	0,196	0,000	Valid
	X1.3	0,711	0,196	0,000	Valid
	X1.4	0,651	0,196	0,000	Valid
	X1.5	0,762	0,196	0,000	Valid
	X1.6	0,683	0,196	0,000	Valid
	X1.7	0,758	0,196	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	X2.1	0,729	0,196	0,000	Valid
	X2.2	0,700	0,196	0,000	Valid
	X2.3	0,747	0,196	0,000	Valid
	X2.4	0,608	0,196	0,000	Valid
	X2.5	0,718	0,196	0,000	Valid
	X2.6	0,775	0,196	0,000	Valid
	X2.7	0,648	0,196	0,000	Valid
Kepercayaan (X3)	X3.1	0,546	0,196	0,000	Valid
	X3.2	0,668	0,196	0,000	Valid
	X3.3	0,620	0,196	0,000	Valid
	X3.4	0,709	0,196	0,000	Valid
	X3.5	0,647	0,196	0,000	Valid
	X3.6	0,746	0,196	0,000	Valid
	X3.7	0,731	0,196	0,000	Valid
Kepuasan Nasabah (Y)	Y1	0,804	0,196	0,000	Valid
	Y2	0,771	0,196	0,000	Valid
	Y3	0,675	0,196	0,000	Valid

Berdasarkan tabel 2 dapat dilihat bahwa semua indicator pada variabel memiliki nilai signifikansi < 0,05 dan nilai rhitung > rtabel yang memiliki nilai 0,196. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua indicator pada semua variabel dikatakan valid.

Uji Realibilitas

Tabel 3. Hasil Uji Realibitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Kriteria	N of Items	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,839	0,60	7	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,856	0,60	7	Reliabel
Kepercayaan (X3)	0,794	0,60	7	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	0,729	0,60	3	Reliabel

Berdasarkan tabel 3 dapat dilihat bahwa nilai Cronbach's Alpha pada semua variabel diatas melebihi standar Cronbach's Alpha 0,60 maka kesimpulannya data dapat dikatakan reliabel.

Pengujian Hipotesis
Hasil Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4. Hasil Uji t

Model	t	Sig.
(Constant)	2,180	0,032
X1 Kualitas Produk	3,490	0,001
X2 Kualitas Pelayanan	-0,012	0,991
X3 Kepercayaan	2,896	0,005

Dari hasil tabel 4 diatas merupakan hasil dari uji t untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel yaitu:

1. Hasil dari thitung variabel kualitas produk = 3,490 < ttabel = 1,985 atau signifikansi 0,001 < 0,05. Dengan demikian hipotesis 2 yang menyatakan " Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR Bank BTN Cabang Semarang" dinyatakan **diterima.**
2. Hasil dari thitung variabel kualitas pelayanan = -0,012 > ttabel = 1,985 atau siginifikansi 0,991 < 0,05. Dengan demikian hipotesis 3 yang menyatakan "Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR Bank BTN Cabang Semarang" dinyatakan **ditolak.**
3. Hasil dari thitung variabel kepercayaan = 2,896 > ttabel =1,985 atau signifikansi 0,005 < 0,05. Dengan demikian hipotesis 4 yang menyatakan "Kepercayaan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan nasabah KPR Bank BTN Cabang Semarang" dinyatakan **diterima.**

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Tabel 5 Hasil Uji Statistik F

Model	F	Sig.
Regression	67,829	0,000b

Dari hasil tabel 5 didapatkan fhitung = 67,829 > ftabel = 2,70 atau signifikansi 0,000 < 0,05, sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel dengan demikian hipotesis 1 (satu) yang menyatakan "Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR Bank BTN Cabang Semarang" dinyatakan diterima.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	Adjusted R Square
1	0,669

Berdasarkan Uji Koefisien Determinasi (R^2) pada tabel 4.13 dihasilkan nilai Adjusted R Square sebesar 0,669 atau sebesar 66,9% berarti variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, kepercayaan memberi kontribusi pengaruh terhadap kepuasan nasabah KPR sebesar 66,9% dan tersisa sebesar 33,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang dilakukan dalam penelitian ini dengan judul "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kelpelrcayaan Nasabah KPR Telrhadap Kelpuasan Nasabah KPR Di Bank Tabungan Negara Tbk Cabang Semarang" dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah pada Bank Tabungan Negara Tbk Cabang Selmarang dapat dipelngaruhi ollelh variabell kualitas prolduk dan kelpelrcayaan, namun variabell kualitas pelayanan tidak belrpelngaruh signifikan telrhadap kelpuasan nasabah. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji hipotesis secara simultan dan secara parsial yang menyatakan bahwa :

1. Variabel kualitas produk-, kualitas pelayanan, dan kelpelrcayaan secara simultan belrpelngaruh signifikan telrhadap kelpuasan nasabah KPR Di Bank Tabungan Negara Tbk Cabang Semarang.
2. Variabell kualitas prolduk selcara parsial belrpelngaruh signifikan telrhadap kepuasan nasabah KPR Di Bank Tabungan Negara Tbk Cabang Semarang.
3. Variabell kualitas pelayanan selcara parsial belrpelngaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR Di Bank Tabungan Negara Tbk Cabang Semarang.
4. Variabell kelpelrcayaan berpengaruh selcara parsial belrpelngaruh signifikan telrhadap kepuasan nasabah KPR Di Bank Tabungan Negara Tbk Cabang Semarang.

Implikasi

1. Implikasi Teoritis

a. Dalam penelitian variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR Di Bank Tabungan Negara Tbk Cabang Semarang. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Aryani et al., 2023; Chairunissa, 2021; Setyo, 2017), yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan nasabah.

b. Dalam penelitian variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah KPR Di Bank Tabungan Negara Tbk Cabang Semarang. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh Azizah et al., (2023) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara tidak signifikan terhadap kepuasan nasabah.

c. Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian yang dilakukan Ayuningtyas & Siregar, (2021); Mandiri et al., (2021) yang meneliti tentang pengaruh kepercayaan dan kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah PT Bank Sulutgo yang menyatakan bahwa variabel kepercayaan berpengaruh secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan nasabah.

2. Implikasi Manajerial

a. Variabell kualitas prolduk melrupakan variabell yang belrpelngaruh signifikan telrbelsar telrhadap kelpuasan nasabah KPR Di BTN Cabang Semarang. Indikatolr yang telrdapat dalam variabell ini yaitu kinelrja, kelandalan, kelistimelwaan tambahan, kesesuaian, daya tahan, kemampuan melayani, elsteltika, dan kualitas yang dipersepsikan. BTN Cabang Semarang harus memperhatikan, melmpelrtahankan dan meningkatkan kualitas produk selrta melakukan inolvasi agar tidak kalah saing dengan bank lainnya. Hasil dari pertanyaan terbuka kuesioner yaitu Paramita Rahayu yang memberikan ulasan tentang pembayaran pinjaman yang disediakan beragam. Hal ini BTN Cabang Semarang sudah memberikan produk yang dibutuhkan masyarakat

b. Variabell kelpelrcayaan merupakan variabell yang belrpelngaruh signifikan telrbelsar kedua terhadap kepuasan nasabah KPR Di BTN Cabang Semarang. Indikatolr yang telrdapat dalam variabell ini yaitu intelgritas, kemampuan, konsistensi, kesetiaan, dan keterbukaan. Semakin belsar kelpelrcayaan telrselbut maka akan belrpelngaruh telrhadap kelpuasan nasabah. Hasil dari pertanyaan terbuka kuesioner yaitu Sucipto yang memberikan ulasan tentang kemampuan bank dalam menyediakan laporan dan informasi keuangan. Hal ini membuat masyarakat memberikan kepercayan kepada Bank BTN Cabang Semarang.

c. Variabell kualitas pelayanan melrupakan variabell yang belrpelngaruh tidak signifikan terhadap kelpuasan nasabah KPR BTN Cabang Selmarang. Indikatolr yang telrdapat dalam variabell ini yaitu belrwujud, ketanggapan, jaminan, empati, dan keandalan. BTN Cabang Semarang harus memperhatikan, mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan. Hasil dari pertanyaan terbuka kuesioner yaitu Umi Hartanti yang memberikan ulasan tentang pegawai yang melayani sedikit membuat pelayanan lama

semoga pegawai bisa ditambahkan agar nasabah tidak terlalu lama menunggu. Dari hasil pertanyaan terbuka diharapkan BTN Cabang Semarang dapat memperbaiki pelayanan agar nasabah merasa puas.

Keterbatasan Penelitian

Keltelrbatasan dalam pelnellitian ini adalah selbagai belrikut :

1. Hasil dari uji koefisien determinasi (R^2) hanya sebesar 0,669 atau selbelsar 66,9% dan tersisa sebesar 33,1% variabel lain yang belum dijelaskan dalam penelitian ini.
2. Jumlah sampel yang digunakan terbatas sebesar 100 responden.

Agenda Penelitian Mendatang

Diharapkan agar pelnellitian sellanjutnya dapat melnambahkan variabell lain agar dapat dipelrollelh temuan baru telrkait faktor yang melmpelngaruhi kelpuasan nasabah KPR dan memperbanyak sampel yang diambil agar hasil lebih maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

Andriyani, M., & Ardianto, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank. Ekomabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis, 1(02), 133–140.

Aryani, P., Wardani, S., & Utama, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bsi (Studi Pada Dosen Universitas Muhammadiyah Aceh). Jurnal Ekonomi Islam Dan Perbankan Syariah. 3(1).

Assiddiq, & Akbar, A. (2021). Pengaruh Kepercayaan,Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian. Tugas Akhir. Bandung: Jurusan Ekonomi Dan Bisnis Universitas Komunikasi Indonesia .

Ayuningtyas, K. A., & Siregar, S. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Pada Bank Mandiri Cabang Alam Sutera Tangerang). Jurnal Manajemen, 11(1), 63–76.

Azizah, S. N., Awiya, M. I., Ningsih, W. D., Firdaus, A. A., & Mahendra, I. G. N. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bca Syariah. Jurnal Anfa, 1(2)

Chairunissa, M. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Nasabah Pt Btn Cabang Semarang. Tugas Akhir. Semarang: Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Semarang.

Chasun, & Anugraheni, S. D. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Zoya Lamongan. Tugas Akhir. Universitas Muhammadiyah Surabaya.

Gaspersz. (2008). Dimensi Kualitas Produk.

Hamzah, Z., & Purwati, A. A. (2019). The Effect Of Service Quality On Customer Satisfaction Of Sharia Banking. Costing: Journal Of Economic, Business And Accounting, 3, 98–105.

Mandiri, A., Yanto, E., & Metekohy, E. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Dalam Menggunakan Bri Mobile (Brimo). Account, 8(1), 1423–1430. Jurnal Akuntansi, Keuangan Dan Perbankan. Politeknik Negeri Jakarta.

Saputra, R. Ben, & Alwie, A. Purwanti. (2015). Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt . Bank Riau Kepri Cabang Siak. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pada Pt. Bank Kepri Cabang Siak, Jurnal Tepak Manajemen Bisnis Vii(2), 285–294.

Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 1(6), 755–764.

Syafarudin, A. (2021). The Effect Of Product Quality On Customer Satisfaction Implications On Customer Loyalty In The Era Covid-19. Ilomata International Journal Of Tax And Accounting, 2(1), 71–83.

Ulya, N. H., Soemarso, E. D., & Kodir, M. A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menabung Pada Pt Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. Cabang Semarang. Keunis, 8(1), 21.

Usmar Joko. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bni Syariah Cabang Pekanbaru. Suparyanto Dan Rosad (2015, 5(3), 248–253. Skipsi. Pekanbaru: Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.

Utama, A. P., & Murti, T. R. (2021). Kepuasan Nasabah Sebagai Mediator Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah. Jurnal Ikra-Ith Ekonomika, 4(2), 79–86.

Zikri, A., & Harahap, M. I. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt Pos Indonesia Regional I Sumatera. Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (Jikem), 1alwi(1), 129–138.