



**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN  
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN  
NASABAH PADA PT. ASKRINDO CABANG MEDAN**

**S K R I P S I**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Ujian  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Pembangunan Panca Budi

Oleh :

**RAHMAD DANI PASARIBU**

N.P.M. 0915310136

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN  
2019**

## ABSTRAK

---

PT. Askrindo Cabang Medan merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak dibidang perasuransian. Saat ini yang sedang terjadi di PT. Askrindo Cabang Medan adalah terjadi penurunan jumlah nasabah. Hal ini disebabkan oleh terbatasnya jumlah karyawan yang melayani pertanyaan-pertanyaan konsumen sehingga nasabah tidak puas. Selain itu pihak manajemen belum mendapatkan cara jitu dalam meyakinkan benak nasabah terhadap kualitas produk Askrindo sehingga kepuasan nasabah belum terpenuhi. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Askrindo Cabang Medan dan variabel manakah lebih dominan mempengaruhi kepuasan nasabah.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui secara jelas bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. Askrindo Cabang Medan dan untuk mengetahui variabel mana yang dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Askrindo Cabang Medan serta untuk membandingkan teori dengan keadaan di lapangan

Adapun metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan wawancara terhadap responden, observasi dan menyebarkan kuesioner yaitu membagikan 22 item pernyataan kepada 95 responden kemudian diolah melalui bantuan program *Statistical Product Service Solution (SPSS)* Versi 15.00, serta studi dokumentasi.

Hasil penelitian pada tingkat kepercayaan 95 % dan *test of level sig* 5 % dengan hasil pengujian serempak didapat nilai *Fhitung*  $92,937 > 3,11$  *Ftabel* dengan taraf signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti Hipotesis satu ( $H_1$ ) diterima yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk secara serempak (*simultan*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Askrindo Cabang Medan.

Dari uji parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah didapat nilai *thitung*  $2,224 > 2,000$  *ttabel* dengan signifikan  $0,029 < 0,05$ . Dari uji parsial pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah didapat nilai *thitung*  $5,373 > 2,000$  *ttabel* dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Askrindo Cabang Medan.

Dari hasil uji pengaruh dominan didapat angka *Standardized Coefficient Beta* kualitas pelayanan sebesar 0,248 sedangkan angka kualitas produk lebih besar mencapai 0,598. Oleh karena angka variabel kualitas produk lebih besar dari variabel kualitas pelayanan, maka disimpulkan kualitas produk dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Askrindo Cabang Medan. Hal ini berarti hipotesis dua ( $H_2$ ) yang penulis ajukan sebelumnya diterima.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan. Kualitas Produk Dan Kepuasan Nasabah.

## ABSTRACT

---

*PT. Askrindo Branch Medan is one of the private companies engaged in insurance. Today is going to PT. Askrindo Branch Medan is a decline in the number of customers. This is due to the limited number of employees who serve customers questions so that customers are not satisfied. Moreover the management has not gotten a surefire way to convince the minds of customers on product quality Askrindo that customer satisfaction has not been fulfilled. Formulation of the problem in this study is whether the quality of service and product quality simultaneously positive and significant effect on customer satisfaction PT. Medan Branch Askrindo more dominant and which variables affect customer satisfaction. The purpose of this study to determine exactly how the influence of the quality of service and product quality to customer satisfaction at PT. Askrindo Branch Medan and to find out where the dominant variables influencing customer satisfaction in PT. Askrindo Branch Medan and to compare the theory with the situation on the ground*

*The method of data collection in this study conducted by interviewing respondents, observation and is distributing 22 distributed questionnaires to 95 respondents statement item was processed through the aid program Statitical Product Service Solution (SPSS) version 15.00, and study documentation.*

*The results at 95% confidence level and a test of the level of 5% sig simultaneously with the test results obtained value  $F_{count} 92.937 > 3.11 F_{table}$  with a significant level of  $0.000 < 0.05$ . This means that the hypothesis (H1) is accepted that the quality of service and product quality simultaneously (simultaneously) a positive effect on customer satisfaction and signifikant at PT. Askrindo Branch Medan.*

*Partial test of the effect of service quality on customer satisfaction obtained  $t_{count} 2.224 > 1,990 t_{table}$  with signifkaint  $0.029 < 0.05$ . Partial test of the effect of product quality on customer satisfaction obtained  $t_{count} 5.373 > 1,990 t_{table}$  with signifkaint  $0.000 < 0.05$ . This means that the quality of service and product quality in partial positive and significant impact on customer satisfaction PT. Askrindo Branch Medan.*

*From the test results obtained figures Standaridized dominant influence Beta Coefficient of 0.248, while the quality of service rate greater product quality reaches 0.598. Because of the variable rate product quality is greater than the variable quality of service, product quality, we conclude the dominant influence on customer satisfaction PT. Askrindo Branch Medan. This means that hypothesis two (H2), which the authors previously proposed acceptable.*

*Keywords: Quality of Service. Product Quality and Customer Satisfaction.*

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur Alhamdulillah saya panjatkan kepada Allah SWT atas Rahmat dan KaruniaNya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dalam bentuk skripsi ini tepat pada waktunya, yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Kesarjanaan Ekonomi pada Universitas Pembangunan Panca Budi Medan dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Askrindo Cabang Medan.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak H. Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M. sebagai Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan
2. Bapak Drs. Kasim Siyo, M.Si, Ph.D sebagai Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan
3. Bapak Drs Manuntun Pakpahan, M.M, selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi Medan sekaligus sebagai Pembimbing I yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Dharma T. Putra, S.E., M.M, selaku Pembimbing II yang telah memberikan waktu selama bimbingan dan pengarahan dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Rahmat Hidayat, S.E., M.M selaku Assisten Program Studi Ekonomi Manajemen Universitas Pembangunan Panca Budi Medan dan seluruh staf Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan yang selalu memberikan pengarahan dalam pelaksanaan teknis penyusunan skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Pembangunan Panca Budi Medan yang telah memberikan ilmu dan nasihat yang diberikan selama ini dibangku kuliah.
7. Kepada Pimpinan PT. Askrindo Cabang Medan saya ucapkan terima kasih banyak karena telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan masukan-masukan serta bantuan kepada saya berupa data dan dokumen perusahaan dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kedua Orang tua tercinta Ayah Syafruddin Pasaribu, Ibu T. Ilhamiyah yang telah membesarkan dan mendidik penulis. Serta seluruh keluarga yang senantiasa memberi dukungan sehingga penulis mampu menyelesaikan kuliah.
9. Teman-temanku Rita Herawati, Putra, Kanen, Chibrans, Handoko dan Ety serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu penulis dalam pengumpulan data dan informasi untuk penyusunan skripsi ini.

Penulis berharap semoga tulisan ini dapat memberikan manfaat bagi penulis sendiri maupun pembaca dimasa yang akan datang.

Medan, Februari 2019  
Penulis

Rahmad Dani Pasaribu  
N.P.M. 0915310136

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB. I. PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi dan Batasan Masalah .....	3
C. Perumusan Masalah .....	4
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	4
E. Hipotesis .....	5
<b>BAB. II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Landasan Teori .....	6
1. Pengertian Kualitas Pelayanan .....	6
2. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan .....	7
3. Pengukuran Kualitas Pelayanan .....	8
4. Pengertian Kualitas Produk .....	9
5. Klasifikasi Produk .....	10
6. Pengukuran Kualitas Produk .....	10
7. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	11
8. Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	12
9. Model Pengukuran Kepuasan Pelanggan .....	14
B. Penelitian Sebelumnya .....	16
C. Kerangka Konseptual .....	17

### **BAB. III. METODELOGI PENELITIAN**

A. Rancangan Penelitian .....	19
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	19
C. Defenisi Oprasional Variabel .....	20
D. Populasi dan Sampel .....	21
E. Data Dan Instrumen Penelitian .....	22
F. Teknik Pengumpulan Data .....	22
G. Pengujian Instrumen Data .....	24
H. Teknik Analisis Data .....	26
I. Pengujian Hipotesis .....	26

### **BAB. IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian .....	29
1. Sejarah Singkat Perusahaan .....	29
2. Visi dan Misi .....	32
3. Struktur Organisasi .....	32
4. Kegiatan Perusahaan .....	37
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	37
1. Penyajian Data .....	37
2. Pengujian Instrumen Data.....	49
3. Analisis dan Evaluasi .....	55
4. Pengujian Hipotesis .....	56

### **BAB. V. SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan .....	61
B. Saran .....	62

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1	Jadwal Penelitian Tahun Ajar 2012/2013 ..... 19
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin..... 37
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan usia ..... 37
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan ..... 38
Tabel 4.4	Hasil jawaban responden tentang pegawai PT. Askrindo saat melayani nasabah berperilaku sopan dan ramah ..... 38
Tabel 4.5	Hasil jawaban responden tentang perilaku pegawai PT. Askrindo saat memberi penjelasan informasi produk tidak menyinggung perasaan nasabah ..... 39
Tabel 4.6	Hasil jawaban responden tentang pegawai PT. Askrindo memiliki kemampuan komunikasi yang baik saat menjelaskan informasi yang dibutuhkan nasabah ..... 39
Tabel 4.7	Hasil jawaban responden tentang penjelasan yang diberikan oleh pegawai PT. Askrindo tentang informasi suatu produk mudah dipahami dan dimengerti ..... 40
Tabel 4.8	Hasil jawaban responden tentang pegawai PT. Askrindo cepat dan tepat dalam memberikan informasi produk-produk yang baru dari Askrindo ..... 40
Tabel 4.9	Hasil jawaban responden tentang pegawai PT. Askrindo cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah ..... 41
Tabel 4.10	Hasil jawaban responden tentang pegawai PT. Askrindo tanggap dan memberi solusi bila ada nasabah yang sedang membutuhkan bantuan/ informasi ..... 41
Tabel 4.11	Hasil jawaban responden tentang pegawai PT. Askrindo memiliki daya respon yang cukup tinggi sehingga mengerti dengan apa yang dibutuhkan nasabah ..... 42
Tabel 4.12	Hasil jawaban responden tentang kinerja produk Askrindo sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini seperti yang dibutuhkan masyarakat khususnya nasabah ..... 42

Tabel 4.13	Hasil jawaban responden tentang produk-produk Askrindo mempunyai kinerja dan keunggulan sehingga memudahkan nasabah menggungkannya .....	43
Tabel 4.14	Hasil jawaban responden tentang kehandalan produk Askrindo sudah disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat sehingga mampu bersaing dipasaran .....	43
Tabel 4.15	Hasil jawaban responden tentang produk Askrindo sudah diakui kehandalannya oleh nasabah sehingga mereka puas ....	44
Tabel 4.16	Hasil jawaban responden tentang ketahanan produk Askrindo disesuaikan dengan harga perolehannya sehingga nasabah mudah menentukan pilihan .....	44
Tabel 4.17	Hasil jawaban responden tentang dengan ketahanan produk yang ditawarkan Askrindo yang disesuaikan dengan harga jualnya menarik minat nasabah untuk melakukan pembelian	45
Tabel 4.18	Hasil jawaban responden tentang produk-produk Askrindo mempunyai karakteristik yang dapat dipercaya dan mudah digunakan .....	45
Tabel 4.19	Hasil jawaban responden tentang karakteristik produk Askrindo selain mudah digunakan juga harganyapun terjangkau .....	46
Tabel 4.20	Hasil jawaban responden tentang nasabah merasa puas dengan pelayanan diberikan oleh pegawai Askrindo .....	46
Tabel 4.21	Hasil jawaban responden tentang pegawai Askrindo mampu memberikan pelayanan yang maksimal sehingga nasabah merasa puas .....	47
Tabel 4.22	Hasil jawaban responden tentang fasilitas-fasilitas yang diberikan Askrindo mampu meningkatkan kepuasan nasabah sehingga mereka loyal .....	47
Tabel 4.23	Hasil jawaban responden tentang jnis produk yang ditawarkan Askrindo mudah dibedakan dan disukai nasabah	48
Tabel 4.24	Hasil jawaban responden tentang terjangkaunya harga produk Askrindo mampu menarik minat nasabah untuk tetap menggunakan produk Askrindo .....	48
Tabel 4.25	Hasil jawaban responden tentang harga produk Askrindo yang ditawarkan selain cicilannya terjangkau juga banyak keuntungannya .....	50

Tabel 4.26	Item-Total Statistics.....	50
Tabel 4.27	Reliability statistics.....	51
Tabel 4.28	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test .....	52
Tabel 4.29	Hasil Uji Maltikolinieritas.....	54
Tabel 4.30	Descriptive Statistics.....	55
Tabel 4.31	Correlation.....	55
Tabel 4.32	Model Summary .....	56
Tabel 4.33	Anova .....	57
Tabel 4.34	Coefficients (a).....	58

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Penyebab utama tidak terpenuhinya kepuasan pelanggan .....	13
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian .....	18
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas.....	52
Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	54

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan sektor perekonomian dewasa ini mendorong pertumbuhan sektor jasa yang semakin pesat. Begitu banyak peluang bisnis yang muncul dari sektor ini, demikian juga kesempatan kerja banyak tercipta yang disebabkan oleh adanya peningkatan pengaruh sektor jasa dalam perekonomian yang berdampak pada tingkat harapan hidup semakin meningkat, produk-produk yang dibutuhkan dan dihasilkan semakin kompleks. Dengan adanya peningkatan kompleksitas kehidupan dan perubahan teknologi yang semakin cepat sehingga berbagai bisnis jasa banyak di jumpai dalam kehidupan sehari-hari, salah satu contohnya adalah perusahaan jasa asuransi. Saat ini asuransi semakin diminati oleh masyarakat karena kehadiran asuransi telah memberikan proteksi yang berguna bagi masyarakat.

Setiap perusahaan jasa sudah pasti tidak terlepas dari tingkat kualitas pelayanan yang diunggulkan untuk menarik minat pembeli. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Sedangkan kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dalam jangka panjang ikatan hubungan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka guna untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Selain pelayanan yang berkualitas faktor yang tak kalah penting untuk diperhatikan dalam usaha jasa adalah mengenai kualitas produk jasa yang

ditawarkan. Kualitas produk seringkali menjadi pertimbangan utama konsumen dalam membeli dan menggunakan suatu produk. Kualitas yang baik, yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggan, merupakan salah satu syarat utama yang harus dipenuhi perusahaan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan. Dengan begitu produk yang ditawarkan akan banyak laku di pasaran.

PT. Askrindo Cabang Medan merupakan salah satu perusahaan swasta yang bergerak dibidang perasuransian. Salah satu tujuan dari perusahaan ini adalah untuk turut melaksanakan dan menunjang kebijaksanaan serta program pemerintah dibidang Ekonomi dan Pembangunan nasional pada umumnya, khususnya dibidang perasuransian. Saat ini yang sedang terjadi di PT. Askrindo Cabang Medan adalah terjadi penurunan jumlah nasabah. Hal ini disebabkan oleh banyak faktor diantaranya keterbatasan jumlah karyawan yang melayani pertanyaan-pertanyaan konsumen sehingga nasabah tidak puas, dan ada juga nasabah yang komplain dengan kualitas pelayanan yang diberikan pihak Askrindo sehingga berdampak pada menurunnya loyalitas nasabah.

Pihak manajemen belum mendapatkan cara jitu dalam meyakinkan benak nasabah terhadap kualitas produk Askrindo sehingga kepuasan nasabah belum terpenuhi. Selain itu nasabah merasa harga produk yang mereka gunakan masih tergolong tinggi sehingga mengakibatkan nasabah tidak loyal hal tersebut menandakan kepuasan nasabah menurun.

Bertitik tolak pada uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Askrindo Cabang Medan.**

## **B. Identifikasi Dan Batasan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, ada beberapa masalah yang terjadi pada PT. Askrindo Cabang Medan maka penulis membuat identifikasi masalah sebagai berikut :

- 1) Terbatasnya jumlah karyawan yang melayani pertanyaan-pertanyaan konsumen sehingga nasabah tidak puas
- 2) Sebagian nasabah komplain dengan kualitas pelayanan yang diberikan pihak Askrindo sehingga berdampak pada menurunnya loyalitas nasabah.
- 3) Pihak manajemen belum mendapatkan cara jitu dalam meyakinkan benak nasabah terhadap kualitas produk Askrindo sehingga kepuasan nasabah belum terpenuhi.
- 4) Nasabah merasa harga produk yang mereka gunakan masih tergolong tinggi sehingga mengakibatkan nasabah tidak loyal hal tersebut menandakan kepuasan nasabah menurun.

### **2. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulisan penelitian ini dibatasi agar pembahasannya terarah dan tidak meluas serta menyimpang dari tujuan yang di inginkan. Dengan demikian penulis membatasi masalah hanya pada **Variabel Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Askrindo Cabang Medan.**

### **C. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

- 1. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Askrindo Cabang Medan.*
- 2. Variabel manakah lebih dominan mempengaruhi kepuasan nasabah.*

### **D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

#### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Untuk mengetahui secara jelas bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada PT. Askrindo Cabang Medan
- 2) Untuk mengetahui variabel mana yang dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Askrindo Cabang Medan.
- 3) Untuk membandingkan teori dengan keadaan dilapangan

#### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat diadakan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Bagi penulis  
Untuk lebih menambah pengetahuan mengenai pengelolaan manajemen khususnya dalam menerapkan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah khususnya pada PT. Askrindo Cabang Medan.

2) Bagi perusahaan

Diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan masukan untuk menyelesaikan masalah yang muncul dan memperhatikan lebih jelas lagi mengenai masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah.

3) Sebagai bahan referensi bagi para akademis lainnya dalam penelitian selanjutnya. yang berhubungan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan nasabah.

#### **E. Hipotesis**

Hipotesis adalah perumusan jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul untuk mendapatkan jawaban yang sebenarnya (**Arikunto, 2006 : 67**)

Berdasarkan definisi diatas, maka penulis membuat hipotesis penelitian ini sebagai berikut :

- 1. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Nasabah pada PT. Askrindo Cabang Medan*
- 2. Variabel Kualitas Produk dominan mempengaruhi Kepuasan Nasabah.*

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Landasan Teori**

#### **1. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan. Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (**Tjiptono, 2004 : 51**).

Kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (**Usmara, 2003 : 231**). Definisi lain Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (**Tjiptono, 2004 : 59**).

Secara keseluruhan kualitas pelayanan ditentukan oleh kesesuaian keinginan yang dihasilkan dari perbandingan keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen (**Sulastyono, 2006 : 10**).

Dari beberapa definisi diatas dapat disimpulkan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

## 2. Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Untuk menciptakan suatu gaya manajemen dan lingkungan yang kondusif bagi perusahaan perlu di diterapkan enam prinsip yang sangat bermanfaat dalam membentuk dan mempertahankan lingkungan yang tepat untuk melaksanakan penyempurnaan kualitas secara berkesinambungan dengan didukung oleh pemasok, karyawan, dan pelanggan. Enam prinsip pokok tersebut (Tjiptono, 2004 : 47) meliputi :

### 1) Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaannya untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

### 2) Pendidikan

Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapat penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

### 3) Perencanaan

Proses perencanaan strategik harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

#### 4) *Review*

Proses *review* merupakan satu-satunya alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasional. Proses ini merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konstan untuk mencapai tujuan kualitas.

#### 5) Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan, dan stakeholder perusahaan lainnya, seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.

#### 6) Penghargaan dan Pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang dilayani.

### **3. Pengukuran Kualitas Pelayanan**

Ada 5 (lima) kriteria dalam mengukur kualitas pelayanan (**Wira Sutedja, 2007 : 20**) sebagai berikut :

- 1) Pelayanan yang berkelas internasional yang berarti dapat memenuhi permintaan dan harapan konsumen yaitu tepat waktu, pertama dan setiap saat.

- 2) Memberikan jaminan kepuasan yang tinggi kepada konsumen berdasarkan pada pertimbangan betapa berharganya uang yang mereka keluarkan untuk suatu produk atau jasa
- 3) Memberikan citra pelayanan yang baik kepada perusahaan
- 4) Mampu mengatasi dan menguasai perubahan yang terjadi dan melakukan terobosan dalam memberikan pelayanan konsumen dengan menekan pengeluaran
- 5) Dapat menyesuaikan diri dengan perubahan zaman dan menunjukkan terobosan dalam memberikan pelayanan tetapi mampu menjaga pengeluaran dibawah kendali

#### **4. Pengertian Kualitas Produk**

Produk adalah suatu sifat yang kompleks yang dapat diraba maupun tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise, perusahaan, pengecer, pelayanan perusahaan dan pengecer yang diterima pembeli untuk memuaskan atau memenuhi kebutuhan dan keinginannya (**Swasta, 2005 : 94**). Pendapat lain kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (**Kotler dalam Molan, 2005 : 354**).

Dari pengertian diatas kualitas produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat kepada konsumen. Yang perlu diperhatikan dalam produk adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tetapi membeli benefit dan value dari produk tersebut termasuk apa keunikan produk yang kita tawarkan, siapa pasar sasaran utama kita,

kemudian juga apakah produk tersebut akan mampu bertahan dan untuk berapa lama produk tersebut akan bertahan.

## 5. Klasifikasi Produk

Klasifikasi produk bisa dilakukan atas berbagai macam sudut pandang. Berdasarkan berwujud tidaknya, produk dapat diklasifikasikan kedalam dua kelompok utama yaitu barang dan jasa. Ditinjau dari aspek daya tahannya, terdapat dua macam barang, yaitu :

### 1) Barang Tidak Tahan Lama (*Nondurable Goods*)

Barang tidak tahan lama adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian. Contohnya adalah sabun, minuman dan makanan ringan, kapur tulis, gula dan garam.

### 2) Barang Tahan Lama (*Durable Goods*)

Barang tahan lama merupakan barang berwujud yang biasanya bisa bertahan lama dengan banyak pemakaian (umur ekonomisnya untuk pemakaian normal adalah satu tahun atau lebih). Contohnya antara lain TV, lemari es, mobil dan computer (**Fandy Tjiptono, 2004 : 98**)

## 6. Pengukuran Kualitas Produk

Kualitas produk dapat diukur berdasarkan tingkatannya dilihat dari kebutuhan konsumen, yaitu :

### 1) Produk (*core benefit*)

*Core benefit* adalah manfaat yang sebenarnya dibutuhkan dan akan dikonsumsi oleh pelanggan dari setiap produk.

2) Produk generic (*Generic product*)

*Generic product* yaitu merupakan produk dasar yang fungsi produk yang paling dasar mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

3) Produk harapan (*expected value*)

*Expected value* yaitu produk formal yang ditawarkan dengan berbagai atribut dan kondisinya secara formal dan atau layak diharapkan dan disepakati untuk dibeli.

4) Produk pelengkap (*Augmented product*)

*Augmented product* merupakan berbagai atribut produk yang dilengkapi / ditambahi berbagai manfaat atau layanan sehingga dapat memberikan tambahan kepuasan dan membedakannya dengan produk pesaing.

5) Produk potensial (*Potential product*)

*Potential product* adalah segala jenis tambahan dan atau perubahan yang mungkin dikembangkan terhadap suatu produk dimasa masa datang.

**(Tjiptono, 2004 : 96).**

## **7. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Pengungkapan dari para ahli bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan **(Tjiptono, 2004 :146)**. Definisi lain kepuasan pelanggan adalah sebagai respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa **(Freddy Rangkuti, 2003 : 30)**.

Sedangkan kepuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut (**Sumarwan, 2003:322**).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan pada dasarnya kepuasan pelanggan merupakan kesesuaian antara harapan dengan kinerja yang diterima pelanggan sesuai dengan tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Persepsi konsumen mengenai mutu suatu produk/jasa dan kepuasan menyeluruh, mereka memiliki beberapa indikator/petunjuk yang bisa dilihat (**Supranto (2001:44)**). Konsumen mungkin tersenyum ketika mereka berbicara mengenai barang atau jasa. Konsumen mungkin mengatakan hal-hal yang bagus tentang barang atau jasa. Senyum suatu bukti bahwa seseorang puas, cemberut sebaliknya mencerminkan kekecewaan.

## **8. Manfaat Kepuasan Pelanggan**

Pada prinsipnya, kualitas produk/jasa berpotensi menciptakan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan memberikan sejumlah manfaat seperti :

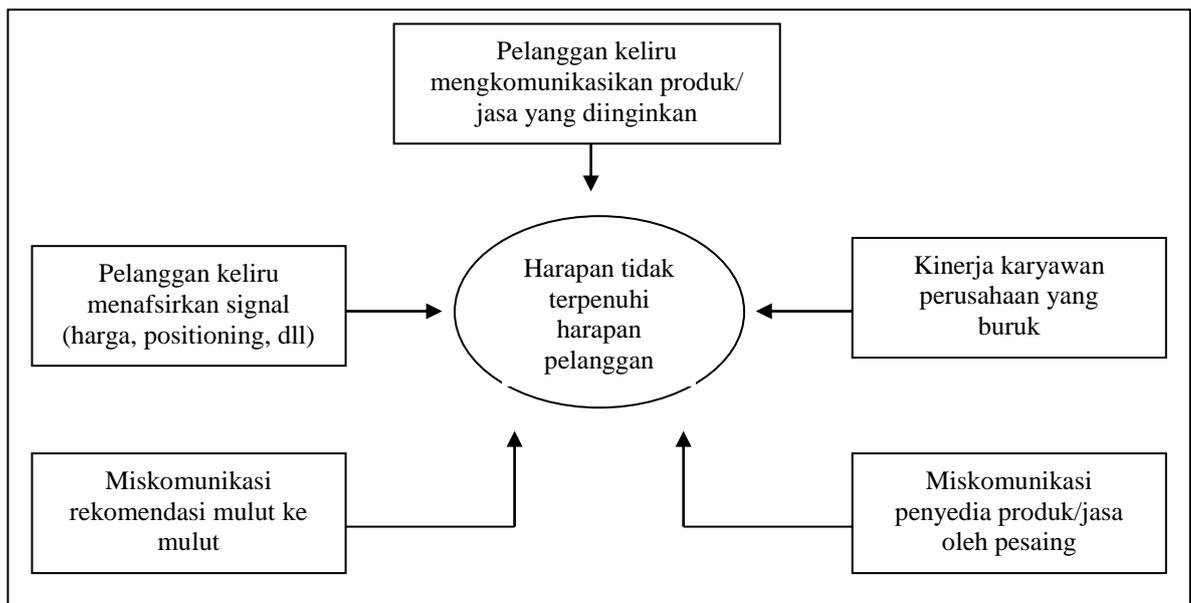
- 1) Terjalin relasi saling menguntungkan jangka panjang antar perusahaan dan para pelanggan.
- 2) Terbukanya peluang pertumbuhan bisnis melalui pembelian ulang, *crossselling* dan *up-selling* (penjualan silang dan penjualan keatas).

- 3) Loyalitas pelanggan dapat terbentuk.
- 4) Terjadinya komunikasi mulut ke mulut (gethok tular) positif yang berpotensi menarik pelanggan baru.
- 5) Presepsi pelanggan dan public terhadap reputasi perusahaan semakin positif.
- 6) Laba yang diperoleh bisa meningkat (**Tjiptono, 2004:140**).

Harapan pelanggan mempunyai peranan yang besar dalam menentukan kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Dalam konteks kepuasan pelanggan, umumnya harapan merupakan perkiraan/keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya (**Buchari, 2003 : 37**).

Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor diantaranya pengalaman berbelanja dimasa lampau, opini teman dan kerabat serta informasi dan janji perusahaan dan para pesaing. Ada beberapa penyebab utama tidak terpenuhinya harapan pelanggan seperti ditunjukkan pada gambar dibawah ini

**Gambar 2.1 Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Harapan Pelanggan**



**Sumber : Fandy Tjiptono, 2004 : 15**

Dapat dilihat pada Gambar 2.1 diatas penyebab utama tidak terpenuhinya harapan pelanggan yang bisa dikendalikan oleh penyedia produk/jasa. Dengan demikian penyedia produk/jasa bertanggung jawab untuk meminimumkan miskomunikasi dan mis interpretasi yang mungkin terjadi dan menghindarinya dengan cara merancang produk/jasa yang mudah dipahami dengan jelas.

## **9. Model Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

### **1) Sistem keluhan dan saran**

Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang biasa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati konsumen), menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus (*customer hot lines*), dan lainlain.

### **2) Survei kepuasan konsumen**

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumen. Pengukuran kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai cara :

#### **a. Pengungkapan kepuasan langsung (*Directly reported satisfaction*)**

Pengukuran dilakukan secara langsung, melalui pertanyaan dengan skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.

*b. Sumber ketidakpuasan (Derived dissatisfaction)*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasakan.

*c. Masalah analisis (Problem analysis)*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

*d. Melakukan penganalisaan (Importance-performance analysis)*

Dalam teknik ini, responden diminta untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/ atribut tersebut.

*e. Perbelanjaan (Ghost shopping)*

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan /pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

f. Mengalisis kurangnya pelanggan (*Lost customer analysis*)

Perusahaan berusaha menghubungi pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. (Tjiptono, 2004 :148).

## **B. Penelitian Sebelumnya**

Penelitian sebelumnya yang diteliti oleh Rahayu (2011) Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Panca Budi Medan dengan judul yang diteliti *Pengaruh Kualitas Produk dan Periklanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. XL Axiata Tbk. Medan*, dengan metode pengumpulan data menyebarkan angket kepada 75 responden. Berdasarkan hasil penelitian dan perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS V.16,00 didapatkan persamaan regresi  $Y = -0,992 + 0,674 X_1 + 0,244 X_2$ . Kemudian dari hasil uji determinasi didapat angka *Adjusted R Square* sebesar 0,909 yang artinya sebesar 90,9 % kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi dan diestimasi oleh kualitas produk dan periklanan sedangkan sisanya 9,1 % dipengaruhi oleh variable diluar model penelitian seperti harga dan kualitas pelayanan.

Sedangkan dari hasil uji serempak didapat nilai *Fhitung* sebesar 370.650 > *Ftabel* 2.35 dengan tingkat signifikansinya  $0,000 < 0,05$ , ini artinya kualitas produk dan periklanan secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. XL Axiata Tbk. Medan.

Pada penelitian yang akan penulis teliti pada PT. Askrindo Cabang Medan dengan penelitian sebelumnya, mempunyai persamaan pada *independent variable* yaitu kualitas produk dan *dependent variable* kepuasan pelanggan. Sedangkan perbedaannya pada *independent variable* kualitas pelayanan dengan jumlah sampel sebanyak 95 responden.

### **C. Kerangka Konseptual**

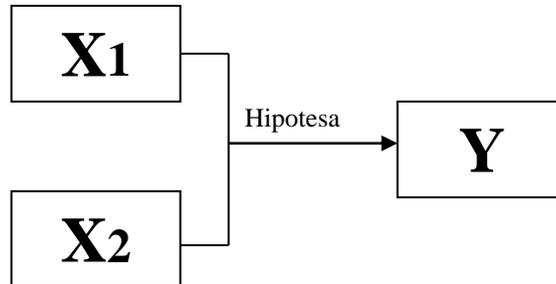
Kepuasan nasabah terbentuk dari sikap konsumen terhadap produk dari keyakinan nasabah terhadap kualitas produk. Semakin rendah keyakinan konsumen terhadap suatu produk akan menyebabkan menurunnya kepuasan nasabah. Sedangkan kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang dirasakan nasabah terhadap suatu produk/ jasa yang diharapkan dari perbandingan antara keinginan dan kinerja yang dirasakan nasabah setelah menggunakan produk/ jasa tersebut.

Dengan adanya kualitas yang baik merupakan syarat utama yang harus dipenuhi perusahaan jika ingin produknya laku di pasaran. Dengan meningkatnya persaingan, konsumen dihadapkan pada banyaknya produk yang sejenis namun berbeda dalam kualitas, harga dan promosi. Apabila kompetisi berlangsung gencar, perbedaan yang sedikit sekalipun jauh lebih berarti daripada memberikan produk tanpa nilai tambah apapun.

Dengan terciptanya kepuasan nasabah dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan nasabah menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Dari uraian diatas, maka dibuat suatu kerangka penelitian sebagai berikut :

**Gambar 2.2**  
**Kerangka Penelitian**



Dimana :

X1 : Kualitas Pelayanan (*Independent Variabel*)

X2 : Kualitas Produk (*Independent Variabel*)

Y : Kepuasan Nasabah (*Dependent Variabel*)

*Sumber : Diolah Penulis, 2019*

### BAB III METODELOGI PENELITIAN

#### A. Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang dilaksanakan sebagai berikut :

1. *Descriptive research*, yaitu studi yang menganalisis hubungan korelasi antara variabel (menguji hubungan)
2. *Explanative research*, yaitu studi yang menganalisis pengaruh dan kausalitas antar variabel satu dengan variabel lain.

#### B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada PT. Askrido Cabang Medan yang beralamat di Jalan Sultan Iskandar Muda No. 2 Medan. Penelitian dilaksanakan mulai dari bulan November 2012 sampai dengan Februari 2013 dengan rincian sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Jadwal Penelitian Tahun Ajar 2012/2013**

NO.	KEGIATAN	November '12				Desember '12				Januari '13				Februari '13			
		Minggu				Minggu				Minggu				Minggu			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																
2	Penyusunan Proposal																
3	Pengajuan Proposal																
4	Perbaikan Proposal																
5	Seminar Proposal																
6	Riset ke Perusahaan																
7	Pengumpulan data																
8	Pengolahan data																
9	Penulisan skripsi																
10	Bimbingan skripsi																
11	Sidang Meja hijau																

Sumber : Rencana Penelitian 2012/2013

### C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel merupakan suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan memberi arti atau menspesifikasikan kegiatan atau membenarkan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut . Adapun definisi operasional dalam penelitian ini yaitu :

1. Kualitas pelayanan (*independent variable*/X1) merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh. Indikator dari variabel ini adalah :
  - 1) Perilaku
  - 2) Komunikasi
  - 3) Keandalan
  - 4) Respon (**Tjiptono, 2004 : 59**)
2. Kualitas produk (*independent variabel*/X2) adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan kebutuhan yang telah ditentukan. Indikator dari variabel ini adalah :
  - 1) Kinerja produk
  - 2) Keandalan produk
  - 3) Ketahanan produk
  - 4) Karakteristik produk (**Lupiyoadi, 2006: 144**)
3. Kepuasan nasabah (*dependent variable*/Y) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Indikator dari variabel ini adalah :

- 1) Pelayanan
- 2) Fasilitas
- 3) Jenis produk
- 4) Harga produk (**Kotler dalam Molan , 2005 : 70**).

#### **D. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subjek dan objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (**Sugiyono, 2005 : 90**). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT. Askrindo Cabang Medan melalui pengambilan data selama 12 hari kerja yang rata-ratanya perhari dari jam 14.00 sampai dengan jam 17.00 WIB berjumlah 155 orang, dengan perhitungan 12 hari x 155 orang maka populasi dalam penelitian ini sebanyak 1,860 orang.

##### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari populasi yang dipergunakan sebagai sumber data yang sebenarnya. Dengan kata lain, sampel merupakan bagian dari populasi (**Sugiyono, 2005 : 96**). Untuk mendapatkan sampel yang dapat menggambarkan dan mencandran populasi, maka dalam penentuan sampel dalam penelitian ini digunakan rumus slovin sebagai berikut :

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

Dimana :

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir (**Umar, 2005 : 108**)

Dari jumlah populasi diatas yaitu 1,860 orang dengan tingkat kelonggaran ketidakteelitian sebesar 10%, maka dengan menggunakan rumus slovin diperoleh sampel sebesar :

$$n = \frac{1,860}{1 + 1,860 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1,860}{1 + 18,6} = 94,8 \text{ orang} = \text{dibulatkan menjadi } \mathbf{95 \text{ orang.}}$$

#### **E. Data Dan Instrumen Penelitian**

Jenis dan sumber data yang dikumpulkan untuk mendukung variabel yang diteliti adalah sebagai berikut :

1. Data *primer*, yaitu data yang diperoleh dari responden melalui wawancara langsung, kuisisioner serta observasi
2. Data *sekunder*, yaitu data mendukung data primer diperoleh melalui studi dokumentasi pada perusahaan yang diteliti.

#### **F. Teknik Pengumpulan Data**

Dalam mengumpulkan data dan informasi guna penyusunan skripsi ini, penulis menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Wawancara

Yaitu pengumpulan data dengan mengadakan wawancara langsung dengan responden dan pihak-pihak terkait.

2. Pengamatan (*Observasi*)

Adalah penelitian yang dilakukan secara langsung ke lapangan dimana responden tidak mengetahui sedang dijadikan objek penelitian guna memperoleh data yang dibutuhkan oleh penulis.

3. Kuesioner

Adalah daftar pertanyaan yang akan dibagikan kepada responden tentang bagaimana Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Askrindo Cabang Medan. Adapun analisa kuesioner dilakukan dengan memberikan nilai dari hasil jawaban yang berdasarkan skala likert dengan bobot nilai sebagai berikut :

<b>Jawaban</b>	<b>Bobot Nilai</b>
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Kurang Setuju	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

4. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi dilakukan dengan memperoleh data melalui buku-buku, dokumen, internet dan literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

## G. Pengujian instrumen Data

Sebelum dianalisis dan dievaluasi, terlebih dahulu data diuji dengan :

1. Uji Validitas digunakan oleh peneliti untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan (kuesioner) dalam mendefinisikan suatu variabel. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program *SPSS versi 15.0*. Apabila validitas setiap pernyataan lebih besar dari ( $>$ ) 0,30 maka butir pernyataan dianggap valid, sedangkan kevalidan dari data sendiri berdasarkan jumlah  $n$  (responden) pada derajat kebebasannya  $r_{table}$  ( $df = n - 2$ ) harus lebih kecil dari ( $<$ ) 0,30 (**Mudrajad Kuncoro, 2005:267**).
2. Uji Reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap butir pernyataan untuk lebih dari satu variabel. reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha*  $>$  dari 0,60 (**Mudrajad Kuncoro, 2005:267**).

Untuk mengetahui kelayakan model sebelum melakukan analisis regresi, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Beberapa uji asumsi klasik yang harus dipenuhi yaitu :

1. Uji Normalitas, adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Model regresi yang baik adalah berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk melihat normalitas data ini digunakan pendekatan grafik, yaitu *Normality Probability Plot*. Deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari

grafik. Uji normalitas juga dilakukan dengan menggunakan pendekatan *kolmogorov smirnov*. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% maka jika nilai *asyp.sig. (2-tailed)* di atas nilai signifikansi 5% artinya variabel residual berdistribusi normal (Situmorang, et al. 2008 : 73).

2. Uji Multikolinearitas, bertujuan untuk melihat apakah variabel independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi berganda tidak saling berhubungan secara sempurna. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala *multikolinearitas* dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan *VIP (Variance Inflation Factor)* melalui program *SPSS*. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai umum yang biasa dipakai adalah nilai *Tolerance*  $> 0,1$  atau nilai *VIF*  $< 5$ , maka tidak terjadi *multikolinearitas* (Situmorang, 2008 : 104).
3. Uji Heteroskedastisitas, uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. model regresi yang baik adalah tidak terjadi *heteroskedastisitas*. Deteksi dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada *scatterplot*. Jika probabilitas signifikan diatas tingkat kepercayaan 5% (0,05) dapat disimpulkan model regresi tidak mengarah adanya *heteroskedastisitas* (Situmorang, et al. 2008 : 73).

## H. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis yang digunakan adalah Regresi Linier Berganda (*Multiple Regretion*). Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui berapa besar pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah yang dapat dihitung dengan bantuan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solution (SPSS* versi 15.00) dengan rumus :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + \varepsilon$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Nasabah (*Devendent Variable*)

X<sub>1</sub> = Kualitas Pelayanan (*Indevendent Variable* )

X<sub>2</sub> = Kualitas Produk (*Indevendent Variable*)

a,b<sub>1</sub>,b<sub>2</sub> = Koefisien Regresi Berganda (*Multiple Regrestion*)

a = Nilai Y apabila X<sub>1</sub> =X<sub>2</sub> = 0

ε (*epsilon*) = Kesalahan Penduga (yang tak terungkap)

## I. Pengujian Hipotesis

Pengujian dilakukan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan dengan menggunakan alat bantuan perangkat lunak *Statistical Product and Service Solution (SPSS* versi 15.00).

### 1. Uji Pengaruh Serempak (Simultant/F)

Uji-F statistik dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara serempak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat. Menggunakan rumus statistik sebagai berikut :

$$F_h = \frac{R^2 / k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Dimana : R = Koefisien korelasi ganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

Bentuk pengujiannya adalah :

Ho :  $\beta_1 = \beta_2 = 0$ , Artinya tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk yang positif secara serempak terhadap kepuasan nasabah.

H<sub>i</sub> = Minimal 1  $\neq$  0, Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk yang positif secara serempak terhadap kepuasan nasabah.

Kriteria pengambilan keputusan adalah :

- Terima Ho (tolak H<sub>i</sub>), apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $\text{sig } F > \alpha$  5 %
- Tolak Ho (terima H<sub>i</sub>), apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $\text{sig } F < \alpha$  5 %

Selain uji serempak juga dilakukan uji parsial guna untuk mengetahui apakah antara masing-masing variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*) secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan atau tidak. Pada pengujian ini digunakan rumus statistik yaitu :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah data atau kasus

Bentuk pengujiannya adalah :

1) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

$H_0 : \beta_1 = 0$ , Artinya tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang positif secara parsial terhadap kepuasan nasabah

$H_0 : \beta_1 \neq 0$ , Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang positif secara parsial terhadap kepuasan nasabah

Kriteria pengambilan keputusan adalah :

- Terima  $H_0$  (tolak  $H_1$ ), apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $\text{sig } t > \alpha 5 \%$

- Tolak  $H_0$  (terima  $H_1$ ), apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $\text{sig } t < \alpha 5 \%$

2) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

$H_0 : \beta_2 = 0$ , Artinya tidak terdapat pengaruh kualitas produk yang positif secara parsial terhadap kepuasan nasabah

$H_0 : \beta_2 \neq 0$ , Artinya terdapat pengaruh kualitas produk yang positif secara parsial terhadap kepuasan nasabah

Kriteria pengambilan keputusan adalah :

- Terima  $H_0$  (tolak  $H_1$ ), apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $\text{sig } t > \alpha 5 \%$

- Tolak  $H_0$  (terima  $H_1$ ), apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $\text{sig } t < \alpha 5 \%$

2. Uji Pengaruh Dominan

Untuk mengetahui pengaruh dominan dapat dilihat pada angka terbesar dari nilai *Standardized Coefficient Beta* berdasarkan variabel yang diteliti.

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

### **A. Hasil Penelitian**

#### **1. Sejarah Singkat Perusahaan**

PT. ASKRINDO sebagai pionir dalam pengembangan UMKM memiliki data keragaan kredit yang sangat kompleks dan akurat, berkomitmen untuk tetap setia mengemban tugas pembinaan dan pengembangan UMKM. Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) telah diakui oleh para pengamat, pemerhati dan pelaku usaha merupakan satu kekuatan ekonomi Indonesia yang cukup signifikan. Secara makro dapat dilihat bahwa potensi yang dimiliki oleh sektor ini sudah cukup besar.

Peran UMKM pada perekonomian nasional cukup besar. Pada tahun 2006, sumbangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah terhadap Produk Domestik Buto (PDB) Indonesia mencapai besaran 53,3%. Hal ini menggambarkan bahwa lebih dari setengah gerak perekonomian Indonesia kini ditopang oleh sektor tersebut (UMKM). Namun demikian, meskipun terbukti mampu memberikan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional, tetapi hingga kini perkembangan sektor UMKM masih belum sebagaimana diharapkan. Salah satu kendala UMKM adalah kesulitan memperoleh pembiayaan dari Bank/LKBB. Peran PT. ASKRINDO sebagai penjamin semakin diperlukan untuk mengatasi hal tersebut. Kendala lain adalah tingginya suku bunga kredit dan jangkauan pelayanan Bank yang terbatas.

Dengan potensi pangsa kredit UMKM yang sangat besar, yaitu mencapai 52,5% dari total outstanding kredit nasional mengingat besarnya jumlah UMKM

di Indonesia yang terdiri dari jumlah usaha mikro kecil mencapai 48 juta pada tahun 2006 dan usaha menengah mencapai jumlah 106 ribu unit, namun hanya 19 juta atau 35% yang terjangkau oleh perbankan. Suatu kondisi yang sangat ironis dalam program pengembangan perekonomian yang sedang digalakkan oleh Pemerintah Indonesia.

PT. Asuransi Kredit Indonesia (persero) atau PT. ASKRINDO yang didirikan oleh Pemerintah Indonesia pada tanggal 6 April 1971 melalui Peraturan Pemerintah Nomor 1/1971 tanggal 11 Januari 1971 mengemban misi Pemerintah Indonesia dalam pemberdayaan UMKM guna menunjang pertumbuhan perekonomian Indonesia. Penjaminan kredit yang disediakan oleh PT. ASKRINDO diharapkan dapat membuka akses UMKM kepada sumber pembiayaan sehingga akan terjadi peningkatan struktur permodalan UMKM itu sendiri. Multiplier Effects dari menguatnya permodalan UMKM tersebut adalah mendorong tumbuhnya kegiatan usaha UMKM sehingga diharapkan akan dapat membuka lapangan kerja dan meningkatkan nilai usaha. Kondisi tersebut pada nantinya bertahap dapat mengurangi angka pengangguran dan kemiskinan di Indonesia.

Semenjak didirikan pada tahun 1971 sampai dengan tahun 2006 PT. ASKRINDO telah memberikan pertanggungan kepada lebih dari 7,2 juta UMKM dari berbagai sektor usaha dengan kredit yang dijamin secara keseluruhan mencapai Rp107,5 triliun dan jumlah klaim yang telah dibayarkan mencapai Rp2 triliun. Sedangkan selama tahun 2007, PT. ASKRINDO telah memberikan penjaminan kepada lebih dari 225 ribu UMKM dengan plafon sebesar Rp16,58 triliun.

PT. ASKRINDO sebagai pionir dalam pengembangan UMKM memiliki data keragaan kredit yang sangat kompleks dan akurat, berkomitmen untuk tetap setia mengemban tugas pembinaan dan pengembangan UMKM serta konsisten untuk terus mengembangkan sinergi yang positif dengan para mitra usaha dan strategic partner guna menjamin kesinambungan usahanya. Perjalanan panjang telah dilalui, namun tuntutan dan tantangan tidak akan pernah berakhir. Dengan berbekal pada pengalaman, kompetensi, pelajaran-pelajaran yang dapat dipetik serta semua keberhasilan yang telah diraih, PT. ASKRINDO tetap optimis dalam menjalani masa depan untuk mencapai dan mewujudkan visi perusahaan, PT. ASKRINDO akan terus bergerak mempertahankan kelangsungan hidupnya sebagai perusahaan yang semakin matang, dewasa, dan mandiri.

Dalam upaya mendukung program pemerintah sebagaimana ditetapkan Inpres Nomor 6 tahun 2007, PT. ASKRINDO telah memperoleh penambahan modal Negara sebesar Rp850 Milyar, guna memperkuat kapasitas penjaminan Kredit Usaha Rakyat. Jenis jasa yang baru ini tidak hanya memperbesar akses pengusaha terhadap sumber perkreditan, tetapi juga mendukung arus perdagangan didalam dan luar negeri. Seluruh usaha tersebut, pada dasarnya memiliki manfaat yang hampir sama yaitu mempebesar akses sektor rill terhadap sektor financial. Oleh karena itulah, PT. ASKRINDO menyatakan diri sebagai *A Bridge to Your Financial Trust*.

Sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 1 tahun 1971, maksud dan tujuan pendirian PT. ASKRINDO adalah sebagai berikut :

- 1) Membantu kelancaran pengarahannya dan pengamanan perkreditan bank-bank terutama di bidang UMKM dengan jalan :

- a. Membuat dan menutup pertanggungan (asuransi) terhadap resiko atas kredit yang diberikan oleh bank-bank.
  - b. Memberikan dan menerima perjanjian pertanggungan (asuransi) terhadap resiko atas kredit Bank.
- 2) Dapat menutup perjanjian pertanggungan (asuransi) terhadap resiko kredit lainnya diluar perbankan.
  - 3) Dapat membuat dan menutup perjanjian ulang (reasuransi) serta melakukan usaha-usaha yang langsung dan tidak langsung yang erat hubungannya dengan ketentuan yang ditetapkan.

## **2. Visi Dan Misi Perusahaan**

### Visi

Menjadi Perusahaan Asuransi Nasional terpercaya dan kompetitif yang mengutamakan pelayanan prima dengan dukungan sumber daya dan lembaga keuangan yang kuat di dalam dan di luar negeri untuk pihak-pihak yang berkepentingan.

### Misi

Mendukung program pemerintah di bidang ekonomi dalam menciptakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang tangguh melalui kegiatan usaha asuransi atau penjaminan.

## **3. Struktur Organisasi Perusahaan**

Setiap badan usaha atau lembaga apapun mempunyai struktur organisasi yang merupakan pencerminan dalam pelaksanaan tugas-tugas dalam perusahaan. Hal ini adalah langkah yang sangat penting demi untuk pembagian

tugas dan kegiatan-kegiatan sehari-hari. Dengan demikian adanya pembagian tugas dan tanggung jawab yang baik, maka personil dapat mengetahui dengan mudah apa fungsi dan tanggung jawabnya sehingga penyimpangan-penyimpangan dapat diatasi serta dapat memudahkan dalam pengawasan bagi pimpinan perusahaan. Dengan organisasi yang teratur baik, maka tujuan dari perusahaan dapat tercapai, karena organisasi merupakan suatu alat untuk mencapai efisiensi serta kelancaran dan jalannya perusahaan.

Pengorganisasian memungkinkan suatu kelompok atau bagian dapat beroperasi secara efektif dan efisien. Hal tersebut merupakan dasar bagi kelompok yang terdiri dari orang-orang dari perusahaan yang membantu mempersatukan usaha-usaha mereka. Dari pimpinan sampai kepada anggotanya bukan saja merupakan kekuatan tunggal yang terkordinid kearah yang sama, tetapi juga mendayagunakan spesialisasi masing-masing anggota kearah usaha mencapai tujuan yang akan dicapai bersama.

Bagi PT. ASKRINDO sebagai lembaga keuangan yang bergerak dalam bidang perasuransian menetapkan struktur organisasi berdasarkan azas efektivitas dan efisiensi dalam perusahaan. Adapun struktur oraganisasi PT. ASKRINDO Cabang Medan seperti pada gambar berikut : (*Terlampir*).

Adapun tugas masing-masing bagian dari struktur organisasi tersebut diatas adalah sebagai berikut :

- 1) Tugas Kepala Kantor Cabang

Secara umum kepala kantor cabnag bertugas, mengusahakan kelancaran dan ketertiban pelaksanaan pekerjaan, serta mengusahakan pengamanan,

pemfaatan dan pengembangan sumber daya manusia, alat / sarana fisik dan dana milik perusahaan di lingkungan kantor cabang.

2) Tugas-tugas Kepala Seksi Pertanggungjawaban Kredit

Secara umum bertugas, mengusahakan kelancaran dan ketertiban pelaksanaan pekerjaan, serta mengusahakan pengamanan, dan pengembangan sumber daya manusia, alat / sarana fisik dan dana (jika ada) milik perusahaan di lingkungan seksi pertanggungjawaban kredit.

3) Tugas-tugas Kepala Seksi Klaim dan Subrogasi

Secara umum bertugas, mengusahakan kelancaran dan ketertiban pelaksanaan pekerjaan, serta mengusahakan pengamanan, dan pengembangan sumber daya manusia, alat / sarana fisik dan dana (jika ada) milik perusahaan di lingkungan seksi klaim dan subrogasi.

4) Tugas-tugas Kepala Seksi Keuangan dan Akuntansi

Secara umum bertugas, mengusahakan kelancaran dan ketertiban pelaksanaan pekerjaan, serta mengusahakan pengamanan, dan pengembangan sumber daya manusia, alat / sarana fisik dan dana (jika ada) milik perusahaan di lingkungan seksi keuangan dan akuntansi.

#### **4. Kegiatan Perusahaan**

Maksud dan tujuan pendirian PT. ASKRINDO adalah untuk turut melaksanakan dan menunjang kebijaksanaan serta program pemerintah dibidang Ekonomi dan Pembangunan nasional pada umumnya, khususnya dibidang perasuransian. Untuk mencapai tujuan tersebut diatas perseroan menjalankan usaha usaha sebagai berikut :

- 1) Dibidang asuransi kredit yaitu untuk :
  - a. Membantu kelancaran pengarahannya dan pengamanannya perkreditannya bank-bank terutama dibidang-bidang usaha menengah dan kecil dengan jalan :
    - a) Membuat dan menutup perjanjian pertanggungan (asuransi) terhadap resiko atas kredit yang diberikan oleh bank-bank dalam arti kata yang seluas-luasnya.
    - b) Memberikan dan menerima perantara dalam penutupan perjanjian pertanggungan terhadap resiko atas kredit bank.
  - b. Dapat menutup perjanjian pertanggungan (asuransi) terhadap resiko atas kredit lainnya diluar perbankan.
  - c. Dapat membuat dan menutup perjanjian pertanggungan ulang (reasuransi) serta melakukan usaha-usaha yang langsung dan tidak langsung erat hubungannya dengan ketentuan yang tercantum dalam ketentuan butir a dan butir b diatas.

2) Dibidang Reasuransi

Dapat membuat dan menutup perjanjian pertanggungan ulang (reasuransi) atas resiko-resiko asuransi dan asuransi jiwa.

- 3) Perseroan dapat pula mendirikan / menjalankan perusahaan dan usaha lainnya baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama dengan badan-badan lain sepanjang tidak bertentangan dengan perundang-undangan yang berlaku dan sesuai dengan ketentuan-ketentuan dalam anggaran perseroan.

Adapun produk-produk PT. ASKRINDO Cabang Medan sebagai berikut :

1) *Surety Bond*

*Surety Bond* adalah produk PT. ASKRINDO yang memberikan Jaminan kepada Pemilik Proyek / Obligee atas risiko kerugian akibat tidak diselesaikannya kewajiban oleh Kontraktor / Principal sesuai kontrak.

2) *Customs Bond*

*Customs Bond* adalah Jaminan yang diberikan PT ASKRINDO kepada Ditjen Bea Cukai atas resiko tidak diselesaikan kewajiban oleh Eksportir / Importir atas fasilitas kepabeanan , fasilitas penangguhan / pembebasan bea masuk barang impor dan pungutan negara lainnya.

3) Asuransi Kredit Perdagangan

Asuransi Kredit Perdagangan adalah produk PT. ASKRINDO yang memberikan proteksi kepada pabrikan atau Distributor atau *Seller* sebagai tertanggung atau resiko tidak terbayarnya Piutang Kredit Perdagangan dari Distributornya atau *Buyer* nya. Melalui layanan produk ini pihak tertanggung akan mendapatkan Jasa Manajemen Kredit atau *Credit Management Service* yang sangat bermanfaat baik untuk tertanggung maupun untuk *Buyer* nya.

4) Penjaminan Kredit Bank

Penjaminan Kredit Bank adalah produk PT. ASKRINDO yang memberikan penjaminan kepada Bank atas resiko kemacetan dari debitur UKMnya. Fungsi Penjaminan Kredit adalah sebagai jaminan tambahan debitur UKM kepada Bank. Layanan jasa ini berperan dalam menjembatani sektor riil dan sektor finansial serta berperan dalam meningkatkan kepercayaan Bank terhadap debitur UKMnya.

## B. Pembahasan Hasil Penelitian

### 1. Penyajian Data Responden

Dalam menjawab permasalahan penelitian perlu kiranya penulis menguraikan karakteristik sumber datanya, sehingga data yang dipergunakan untuk menjawab permasalahan tersebut lebih akurat berdasarkan hasil analisis penyebaran kuesioner yang didapat dilapangan.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Frekwensi	Persentase
1.	Laki - Laki	55	42,1 %
2.	Wanita	40	57,9 %
Jumlah		95	100,0 %

Dari Tabel 4.1 diketahui bahwa dari 95 responden yang dijadikan sampel terdiri dari 55 orang nasabah laki-laki dan 40 orang nasabah wanita. Dengan demikian disimpulkan yang menjadi nasabah pada PT. Askrido Cabang Medan adalah laki-laki.

Berikut disajikan karakteristik responden berdasarkan usia :

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekwensi	Persentase
1.	20 – 30 tahun	20	21,1 %
2.	31 – 40 tahun	40	42,1 %
3.	41 – 45 tahun	21	22,1 %
4.	46 tahun keatas	14	14,7 %
Total		95	100,0 %

*Sumber : Hasil Kuisisioner Usia Responden, 2019*

Berdasarkan Tabel 4.2 diketahui jumlah nasabah yang usianya 20 – 30 tahun sebanyak 20 orang, usia 31 – 40 tahun 40 orang, usia 41 – 45 tahun 21 orang, sedangkan yang usia 46 tahun keatas sebanyak 14 orang.

Berikut akan disajikan gambaran tentang karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan.

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan**

No	Tingkat Pendidikan	Frekwensi	Persentase
1.	SMA	9	9,5 %
2.	DIII	33	34,7 %
3.	Sarjana	42	44,2 %
4.	Pasca Sarjana	11	11,6 %
		95	100,0 %

*Sumber : Hasil Kuesioner Tingkat Pendidikan Responden, 2019*

Berdasarkan Tabel 4.3 responden yang menjadi nasabah memiliki tingkat pendidikan yang paling banyak adalah jenjang Sarjana (S1) yaitu sebanyak 42 orang, tingkat pendidikan D3 (Diploma) 33 orang dan tingkat pendidikan SMA 9 orang, sedangkan tingkat pendidikan Pasca Sarjana (S2) sebanyak 11 orang.

Berikut disajikan hasil jawaban dari 95 responden berdasarkan kuesioner yang terdiri dari 22 item pernyataan.

**1) Jawaban responden dari variabel kualitas pelayanan (X1)**

**Tabel 4.4**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Pegawai PT. Askrindo Saat Melayani Nasabah Berperilaku Sopan Dan Ramah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.2	3.2	3.2
2	11	11.6	11.6	14.7
3	31	32.6	32.6	47.4
4	34	35.8	35.8	83.2
5	16	16.8	16.8	100.0
Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.4 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan pegawai PT. Askrindo saat melayani nasabah berperilaku sopan dan ramah, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang, tidak setuju 11 orang, kurang setuju 31 orang, setuju 34 orang dan sangat setuju sebanyak 16 orang.

**Tabel 4.5**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Perilaku Pegawai PT. Askrimdo Saat**  
**Memberi Penjelasan Informasi Produk Tidak Menyinggung Perasaan**  
**Nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	5.3	5.3	5.3
	2	13	13.7	13.7	18.9
	3	26	27.4	27.4	46.3
	4	35	36.8	36.8	83.2
	5	16	16.8	16.8	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.5 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan perilaku pegawai PT. Askrimdo saat memberi penjelasan informasi produk tidak menyinggung perasaan nasabah, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 5 orang, tidak setuju 13 orang, kurang setuju 26 orang, setuju 35 orang dan sangat setuju sebanyak 16 orang.

**Tabel 4.6**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Pegawai PT. Askrimdo Memiliki**  
**Kemampuan Komunikasi Yang Baik Saat Menjelaskan Informasi Yang**  
**Dibutuhkan Nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	12	12.6	12.6	14.7
	3	22	23.2	23.2	37.9
	4	46	48.4	48.4	86.3
	5	13	13.7	13.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.6 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan pegawai PT. Askrimdo memiliki kemampuan komunikasi yang baik saat menjelaskan informasi yang dibutuhkan nasabah, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang, tidak setuju 12 orang, kurang setuju 22 orang, setuju 46 orang dan sangat setuju sebanyak 13 orang.

**Tabel 4.7**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Penjelasan Yang Diberikan Oleh**  
**Pegawai PT. Askrindo Tentang Informasi Suatu Produk Mudah Dipahami**  
**Dan Dimengerti**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.2	3.2	3.2
	2	11	11.6	11.6	14.7
	3	32	33.7	33.7	48.4
	4	35	36.8	36.8	85.3
	5	14	14.7	14.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.7 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan penjelasan yang diberikan oleh pegawai PT. Askrindo tentang informasi suatu produk mudah dipahami dan dimengerti, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang, tidak setuju 11 orang, kurang setuju 32 orang, setuju 35 orang dan sangat setuju sebanyak 14 orang.

**Tabel 4.8**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Pegawai PT. Askrindo Cepat Dan**  
**Tepat Dalam Memberikan Informasi Produk-Produk Yang Baru Dari**  
**Askrindo**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	7.4	7.4	7.4
	2	13	13.7	13.7	21.1
	3	26	27.4	27.4	48.4
	4	28	29.5	29.5	77.9
	5	21	22.1	22.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.8 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan pegawai PT. Askrindo cepat dan tepat dalam memberikan informasi produk-produk yang baru dari Askrindo, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 7 orang, tidak setuju 13 orang, kurang setuju 26 orang, setuju 28 orang dan sangat setuju sebanyak 21 orang.

**Tabel 4.9**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Pegawai PT. Askrimdo Cepat Dan Tepat Dalam Memberikan Pelayanan Kepada Para Nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.2	4.2	4.2
	2	14	14.7	14.7	18.9
	3	22	23.2	23.2	42.1
	4	41	43.2	43.2	85.3
	5	14	14.7	14.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.9 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan pegawai PT. Askrimdo cepat dan tepat dalam memberikan pelayanan kepada para nasabah, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 4 orang, tidak setuju 14 orang, kurang setuju 22 orang, setuju 41 orang dan sangat setuju sebanyak 14 orang.

**Tabel 4.10**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Pegawai PT. Askrimdo Tanggap Dan Memberi Solusi Bila Ada Nasabah Yang Sedang Membutuhkan Bantuan/ Informasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	13	13.7	13.7	15.8
	3	21	22.1	22.1	37.9
	4	44	46.3	46.3	84.2
	5	15	15.8	15.8	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.10 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan pegawai PT. Askrimdo tanggap dan memberi solusi bila ada nasabah yang sedang membutuhkan bantuan/ informasi, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang, tidak setuju 13 orang, kurang setuju 21 orang, setuju 44 orang dan sangat setuju sebanyak 15 orang.

**Tabel 4.11**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Pegawai PT. Askrindo Memiliki Daya Respon Yang Cukup Tinggi Sehingga Mengerti Dengan Apa Yang Dibutuhkan Nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	5.3	5.3	5.3
	2	13	13.7	13.7	18.9
	3	26	27.4	27.4	46.3
	4	36	37.9	37.9	84.2
	5	15	15.8	15.8	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.11 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan pegawai PT. Askrindo memiliki daya respon yang cukup tinggi sehingga mengerti dengan apa yang dibutuhkan nasabah, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 5 orang, tidak setuju 13 orang, kurang setuju 26 orang, setuju 36 orang dan sangat setuju sebanyak 15 orang.

**2) Jawaban responden dari variabel kualitas produk (X2)**

**Tabel 4.12**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Kinerja Produk Askrindo Sesuai Dengan Perkembangan Teknologi Saat Ini Seperti Yang Dibutuhkan Masyarakat Khususnya Nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	5.3	5.3	5.3
	2	18	18.9	18.9	24.2
	3	20	21.1	21.1	45.3
	4	29	30.5	30.5	75.8
	5	23	24.2	24.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.12 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan kinerja produk Askrindo sesuai dengan perkembangan teknologi saat ini seperti yang dibutuhkan masyarakat khususnya nasabah, yang menjawab sangat tidak

setuju sebanyak 5 orang, tidak setuju 18 orang, kurang setuju 20 orang, setuju 29 orang dan sangat setuju sebanyak 23 orang.

**Tabel 4.13**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Produk-Produk Askrindo Mempunyai Kinerja Dan Keunggulan Sehingga Memudahkan Nasabah Menggunakannya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.2	3.2	3.2
	2	14	14.7	14.7	17.9
	3	21	22.1	22.1	40.0
	4	43	45.3	45.3	85.3
	5	14	14.7	14.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.13 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan produk-produk Askrindo mempunyai kinerja dan keunggulan sehingga memudahkan nasabah menggunakannya, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang, tidak setuju 14 orang, kurang setuju 21 orang, setuju 43 orang dan sangat setuju sebanyak 14 orang.

**Tabel 4.14**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Kehandalan Produk Askrindo Sudah Disesuaikan Dengan Kebutuhan Masyarakat Sehingga Mampu Bersaing Dipasaran**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	13	13.7	13.7	15.8
	3	20	21.1	21.1	36.8
	4	43	45.3	45.3	82.1
	5	17	17.9	17.9	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.14 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan kehandalan produk Askrindo sudah disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat sehingga mampu bersaing dipasaran, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak

2 orang, tidak setuju 13 orang, kurang setuju 20 orang, setuju 43 orang dan sangat setuju sebanyak 17 orang.

**Tabel 4.15**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Produk Askrindo Sudah Diakui**  
**Kehandalannya Oleh Nasabah Sehingga Mereka Puas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.1	1.1	1.1
	2	17	17.9	17.9	18.9
	3	23	24.2	24.2	43.2
	4	38	40.0	40.0	83.2
	5	16	16.8	16.8	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.15 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan produk Askrindo sudah diakui keahwalannya oleh nasabah sehingga mereka puas, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 1 orang, tidak setuju 17 orang, kurang setuju 23 orang, setuju 38 orang dan sangat setuju sebanyak 16 orang.

**Tabel 4.16**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Ketahanan Produk Askrindo**  
**Disesuaikan Dengan Harga Perolehannya Sehingga Nasabah Mudah**  
**Menentukan Pilihan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.2	3.2	3.2
	2	12	12.6	12.6	15.8
	3	23	24.2	24.2	40.0
	4	44	46.3	46.3	86.3
	5	13	13.7	13.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.16 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan ketahanan produk Askrindo disesuaikan dengan harga perolehannya sehingga nasabah mudah menentukan pilihan, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak

3 orang, tidak setuju 12 orang, kurang setuju 23 orang, setuju 44 orang dan sangat setuju sebanyak 13 orang.

**Tabel 4.17**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Dengan Ketahanan Produk Yang Ditawarkan Askrindo Yang Disesuaikan Dengan Harga Jualnya Dapat Menarik Minat Nasabah Untuk Melakukan Pembelian**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.2	3.2	3.2
	2	12	12.6	12.6	15.8
	3	22	23.2	23.2	38.9
	4	43	45.3	45.3	84.2
	5	15	15.8	15.8	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.17 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan dengan ketahanan produk yang ditawarkan Askrindo yang disesuaikan dengan harga jualnya dapat menarik minat nasabah untuk melakukan pembelian, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 3 orang, tidak setuju 12 orang, kurang setuju 22 orang, setuju 43 orang dan sangat setuju sebanyak 15 orang.

**Tabel 4.18**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Produk-Produk Askrindo Mempunyai Karakteristik Yang Dapat Dipercaya Dan Mudah Digunakan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	6	6.3	6.3	6.3
	2	18	18.9	18.9	25.3
	3	20	21.1	21.1	46.3
	4	30	31.6	31.6	77.9
	5	21	22.1	22.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.18 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan produk-produk Askrindo mempunyai karakteristik yang dapat dipercaya dan mudah digunakan, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 6 orang, tidak

setuju 18 orang, kurang setuju 20 orang, setuju 30 orang dan sangat setuju sebanyak 21 orang.

**Tabel 4.19**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Karakteristik Produk Askrindo Selain Mudah Digunakan Juga Harganya pun Terjangkau**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	8.4	8.4	8.4
	2	16	16.8	16.8	25.3
	3	19	20.0	20.0	45.3
	4	23	24.2	24.2	69.5
	5	29	30.5	30.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.19 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan karakteristik produk Askrindo selain mudah digunakan juga harganya pun terjangkau, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 8 orang, tidak setuju 16 orang, kurang setuju 19 orang, setuju 23 orang dan sangat setuju sebanyak 29 orang.

### 3) Jawaban responden dari variabel kepuasan nasabah (Y)

**Tabel 4.20**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Nasabah Merasa Puas Dengan Pelayanan Yang Diberikan Oleh Pegawai Askrindo**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	18	18.9	18.9	21.1
	3	23	24.2	24.2	45.3
	4	36	37.9	37.9	83.2
	5	16	16.8	16.8	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.20 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan nasabah merasa puas dengan pelayanan diberikan oleh pegawai Askrindo, yang

menjawab sangat tidak setuju sebanyak 2 orang, tidak setuju 18 orang, kurang setuju 23 orang, setuju 36 orang dan sangat setuju sebanyak 16 orang.

**Tabel 4.21**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Pegawai Askrindo Mampu Memberikan Pelayanan Yang Maksimal Sehingga Nasabah Merasa Puas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	8.4	8.4	8.4
	2	18	18.9	18.9	27.4
	3	21	22.1	22.1	49.5
	4	27	28.4	28.4	77.9
	5	21	22.1	22.1	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.21 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan pegawai Askrindo mampu memberikan pelayanan yang maksimal sehingga nasabah merasa puas, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 8 orang, tidak setuju 18 orang, kurang setuju 21 orang, setuju 27 orang dan sangat setuju sebanyak 21 orang.

**Tabel 4.22**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Fasilitas-Fasilitas Yang Diberikan Askrindo Mampu Meningkatkan Kepuasan Nasabah Sehingga Mereka Loyal**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	8.4	8.4	8.4
	2	17	17.9	17.9	26.3
	3	20	21.1	21.1	47.4
	4	21	22.1	22.1	69.5
	5	29	30.5	30.5	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.22 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan fasilitas-fasilitas yang diberikan Askrindo mampu meningkatkan kepuasan nasabah sehingga mereka loyal, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 8

orang, tidak setuju 17 orang, kurang setuju 20 orang, setuju 21 orang dan sangat setuju sebanyak 29 orang.

**Tabel 4.23**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Jenis Produk Yang Ditawarkan**  
**Askrindo Mudah Dibedakan Dan Disukai Nasabah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	5.3	5.3	5.3
	2	13	13.7	13.7	18.9
	3	28	29.5	29.5	48.4
	4	35	36.8	36.8	85.3
	5	14	14.7	14.7	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.23 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan jenis produk yang ditawarkan Askrindo mudah dibedakan dan disukai nasabah, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 5 orang, tidak setuju 13 orang, kurang setuju 28 orang, setuju 35 orang dan sangat setuju sebanyak 14 orang.

**Tabel 4.24**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Terjangkaunya Harga Produk**  
**Askrindo Mampu Menarik Minat Nasabah Untuk Tetap Menggunakan**  
**Produk Askrindo**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	8.4	8.4	8.4
	2	18	18.9	18.9	27.4
	3	20	21.1	21.1	48.4
	4	27	28.4	28.4	76.8
	5	22	23.2	23.2	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.24 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan terjangkaunya harga produk Askrindo mampu menarik minat nasabah untuk tetap menggunakan produk Askrindo, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 8

orang, tidak setuju 18 orang, kurang setuju 20 orang, setuju 27 orang dan sangat setuju sebanyak 22 orang.

**Tabel 4.25**  
**Jawaban Responden Dari Pernyataan Harga produk Askrindo Yang Ditawarkan Selain Cicilannya Terjangkau Juga Banyak Keuntungannya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	5.3	5.3	5.3
	2	13	13.7	13.7	18.9
	3	27	28.4	28.4	47.4
	4	34	35.8	35.8	83.2
	5	16	16.8	16.8	100.0
	Total	95	100.0	100.0	

*Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019*

Berdasarkan Tabel 4.25 diketahui jawaban 95 responden tentang pernyataan harga produk Askrindo yang ditawarkan selain cicilannya terjangkau juga banyak keuntungannya, yang menjawab sangat tidak setuju sebanyak 5 orang, tidak setuju 13 orang, kurang setuju 27 orang, setuju 34 orang dan sangat setuju sebanyak 16 orang.

## 2. Pengujian Instrumen Data

Sebelum melakukan analisa dan evaluasi, data lebih dahulu diuji dengan uji validitas dan reliabilitas guna untuk menguji kelayakan data yang digunakan sebagai instrumen penelitian. Adapun pengujian-pengujian instrumen data sebagai berikut :

### 1) Uji validitas

Uji validitas digunakan oleh peneliti untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan (kuesioner) dalam mendefinisikan suatu variabel. Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program *SPSS versi 15.0*. Apabila validitas setiap pernyataan lebih besar dari (>) 0,30 maka butir

pernyataan dianggap valid, sedangkan kevalidan dari data sendiri berdasarkan jumlah n (responden) pada derajat kebebasannya  $r_{table}$  ( $df = n - k$ ) harus lebih kecil dari ( $<$ ) 0,30. Hasil uji validitas dapat pada Tabel 4.26 dibawah.

**Tabel 4.26**  
**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kualitas Pelayanan	73.42	191.863	.513	.	.909
Kualitas Pelayanan	73.47	192.507	.448	.	.911
Kualitas Pelayanan	73.35	189.016	.662	.	.906
Kualitas Pelayanan	73.45	190.931	.561	.	.908
Kualitas Pelayanan	73.48	190.316	.471	.	.910
Kualitas Pelayanan	73.44	189.164	.587	.	.908
Kualitas Pelayanan	73.34	189.183	.632	.	.907
Kualitas Pelayanan	73.48	192.061	.468	.	.910
Kualitas Produk	73.44	188.866	.512	.	.909
Kualitas Produk	73.40	190.200	.569	.	.908
Kualitas Produk	73.31	189.193	.619	.	.907
Kualitas Produk	73.40	190.136	.578	.	.908
Kualitas Produk	73.39	187.900	.679	.	.906
Kualitas Produk	73.36	192.445	.493	.	.910
Kualitas Produk	73.49	189.019	.504	.	.909
Kualitas Produk	73.42	185.693	.554	.	.908
Kepuasan Nasabah	73.45	188.208	.622	.	.907
Kepuasan Nasabah	73.57	187.014	.543	.	.909
Kepuasan Nasabah	73.45	185.484	.556	.	.908
Kepuasan Nasabah	73.52	192.231	.468	.	.910
Kepuasan Nasabah	73.55	187.633	.519	.	.909
Kepuasan Nasabah	73.48	192.295	.455	.	.910

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019

Dari Tabel 4.26 diketahui nilai *Corrected Item – Total Correlation* melebihi angka 0,30 hal ini dapat dinyatakan bahwa semua butir pernyataan dan skor yang didapat adalah valid, sedangkan kevalidan dari data sendiri berdasarkan jumlah n (responden) pada derajat kebebasannya  $r_{tabel}$  ( $df = n - k$ ) harus lebih kecil dari ( $<$ ) 0,30, setelah dilihat pada  $r_{tabel}$  didapat bahwa  $r$  pada  $df = 95 - 3 = 92 = 0,205 < 0,30$ . Kesimpulan yang dapat diambil berdasarkan hasil *out put* yang ada bahwa 22 konstrukstur pernyataan yang diajukan dapat dinyatakan valid.

## 2) Uji reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pernyataan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuesioner. Uji realibilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap butir pernyataan untuk lebih dari satu variabel. realibilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > dari 0,60. Hasil uji reliabilitas dapat pada Tabel 4.27 dibawah.

**Tabel 4.27**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.912	.915	22

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019

Pada Tabel 4.27 didapat angka *Cronbach's Alpha sebesar*  $0,915 > 0,60$  sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk pernyataan yang telah disajikan kepada 95 responden yang terdiri dari 22 item pernyataan dapat diterima dan dikatakan baik serta handal.

## 3) Uji asumsi klasik

Untuk mengetahui kelayakan model sebelum melakukan analisis regresi, maka perlu dilakukan pengujian asumsi klasik. Beberapa uji asumsi klasik yang harus dipenuhi yaitu :

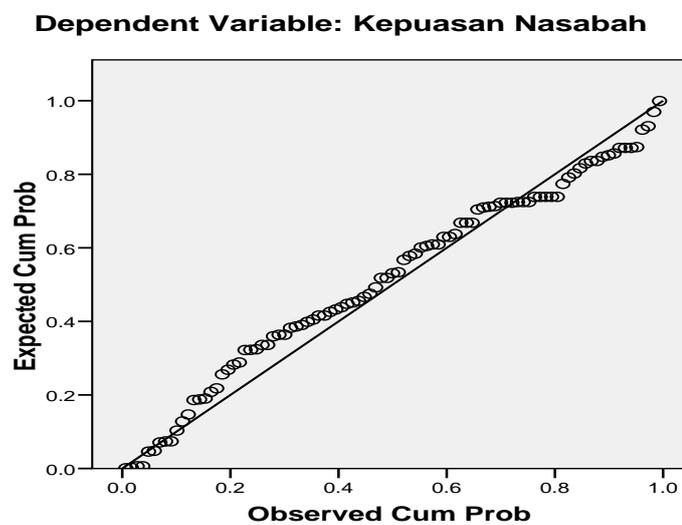
### a. Uji normalitas,

Uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal. Model regresi yang baik adalah

berdistribusi normal atau mendekati normal. Untuk melihat normalitas data ini digunakan pendekatan grafik, yaitu *Normality Probability Plot*. Deteksi normalitas dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Hasil dapat dilihat pada gambar 4.1 berikut.

**Gambar 4.1**  
**Hasil Uji Normalitas**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019

Pada Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa data-data (titik-titik) menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu, dapat diambil kesimpulan bahwa data telah memenuhi uji normalitas. Maka model regresi layak dipakai untuk memprediksi kepuasan nasabah berdasarkan masukan variabel bebasnya (kualitas pelayanan dan kualitas produk).

Uji normalitas juga dilakukan dengan menggunakan pendekatan *kolmogorov smirnov*. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% maka jika nilai *asymp.sig. (2-tailed)* di atas nilai signifikansi 5% artinya variabel residual berdistribusi normal yang hasilnya dapat dilihat pada Tabel 4.28 dibawah.

**Tabel 4.28**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Kepuasan Nasabah
N		95	95	95
Normal Parameters(a,b)	Mean	28.05	28.28	20.60
	Std. Deviation	5.272	5.611	4.556
Most Extreme Differences	Absolute	.102	.090	.100
	Positive	.102	.090	.100
	Negative	-.062	-.062	-.059
Kolmogorov-Smirnov Z		.998	.873	.972
Asymp. Sig. (2-tailed)		.272	.430	.301

a Test distribution is Normal.

b Calculated from data.

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019

Dari Tabel 4.28 diketahui nilai Asymp. Sig. (2-tailed) dari variabel kualitas pelayanan 0,272, variabel kualitas produk 0,430 dan variabel kepuasan nasabah 0,301. Hal ini menunjukkan nilai dari kesemua variabel lebih besar dari nilai signifikan (0,05) atau taraf signifikan 5 %. Dengan demikian variabel residual berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk melihat apakah variabel independen yang satu dengan yang lain dalam model regresi berganda tidak saling berhubungan secara sempurna. Untuk mengetahui ada tidaknya gejala *multikolinearitas* dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan *VIP* (*Variance Inflation Factor*) melalui program SPSS. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai umum yang biasa dipakai adalah nilai *Tolerance* > 0,1 atau nilai *VIF* < 5, maka tidak terjadi *multikolinearitas*. Hasil uji Multikolinieritas dapat dilihat pada Tabel 4.29 dibawah.

**Tabel 4.29**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Pelayanan	.290	3.445
	Kualitas Produk	.290	3.445

a Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

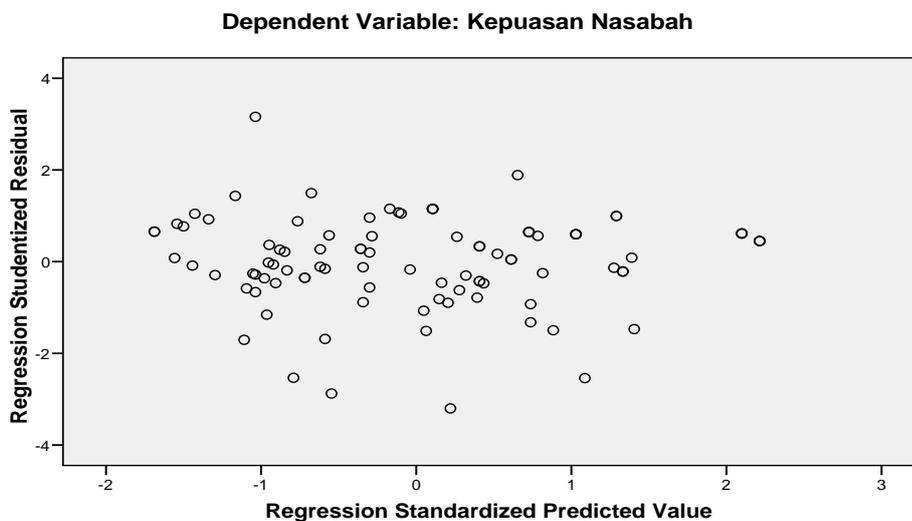
Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019

Pada Tabel 4.29 dapat dilihat bahwa masing-masing nilai VIF dari variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk sebesar  $3,445 < 5$  dan nilai Tolerance  $0,290 > 0,10$  maka dapat disimpulkan tidak ditemukan masalah *multikolinieritas* dalam penelitian ini.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terdapat ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya. Deteksi dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada *scatterplot* yang hasilnya dapat dilihat pada Gambar 4.2 berikut :

**Gambar 4.2**  
**Hasil Uji Heterokedastisitas**  
**Scatterplot**



Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019

### 3. Analisis Dan Evaluasi

Setelah melakukan pengujian instrumen data, selanjutnya dilakukan analisa dan evaluasi data tersebut, guna untuk mengetahui penyebaran data dan tingkat hubungan antar variabel yang dapat dilihat pada beberapa Tabel dibawah.

**Tabel 4.30**  
**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Pelayanan	95	19	40	28.05	5.272
Kualitas Produk	95	18	40	28.28	5.611
Kepuasan Nasabah	95	11	30	20.60	4.556
Valid N (listwise)	95				

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019

Dari Tabel 4.30 dapat diketahui nilai maksimum dari variabel kualitas pelayanan yaitu 40 dan nilai minimumnya 19 dengan nilai rata-ratanya sebesar 28,05, sementara nilai dari variabel kualitas produk memiliki nilai maksimum 40 dan nilai minimum 12 dengan nilai rata-ratanya sebesar 28,28, sedangkan dari variabel kepuasan nasabah memiliki nilai maksimum 30 dan nilai minimum 11 dengan nilai rata-ratanya sebesar 20,60. Maka disimpulkan data memiliki tingkat penyebaran yang cukup ekstrim, dimana antara nilai maksimum dengan minimum terdapat selisih yang cukup tinggi, sehingga standar deviasinya cukup tinggi.

**Tabel 4.31**  
**Correlations**

		Kualitas Pelayanan	Kualitas Produk	Kepuasan Nasabah
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.842(**)	.752(**)
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	95	95	95
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.842(**)	1	.807(**)
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	95	95	95
Kepuasan Nasabah	Pearson Correlation	.752(**)	.807(**)	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	95	95	95

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

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019

Berdasarkan Tabel 4.31 didapat hasil perhitungan nilai korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan nasabah sebesar 0,752 yang menyatakan kuat dan berhubungan sedangkan kualitas produk dengan kepuasan nasabah lebih tinggi mencapai 0,807 yang menyatakan lebih kuat dan lebih berhubungan. Dengan tingkat signifikan masing-masing variabel yaitu dibawah 0,05 atau lebih kecil dari ( $\alpha < 5\%$ ) dengan uji dua arah/sisi (*sig 2-tailed*). Maka disimpulkan kualitas produk lebih kuat hubungannya dengan kepuasan nasabah.

**Tabel 4.32**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.818(a)	.669	.662	2.650

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

b Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2019

Tabel 4.32 didapat angka *Adjusted R Square* atau determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,662 yang artinya variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah sebesar 66,2 % dan sisanya 32,8 % dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti atau diluar variabel model penelitian seperti harga produk dan fasilitas.

#### 4. Pengujian Hipotesis

Uji Hipotesis dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan nasabah, maka dilakukan pengujian :

- 1) Uji pengaruh serempak (Simultant/F)

Uji-F statistik dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara serempak mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel terikat.

Bentuk pengujiannya adalah :

$H_0 : \beta_1 = \beta_2 = 0$ , Artinya tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk yang positif secara serempak terhadap kepuasan nasabah PT. Askrimdo Cabang Medan.

$H_i = \text{Minimal } 1 \neq 0$ , Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk yang positif secara serempak terhadap kepuasan nasabah PT. Askrimdo Cabang Medan.

Kriteria pengambilan keputusan adalah :

- Terima  $H_0$  (tolak  $H_i$ ), apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $\text{sig } F > \alpha 5 \%$
- Tolak  $H_0$  (terima  $H_i$ ), apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $\text{sig } F < \alpha 5 \%$

Hasil uji serempak dapat dilihat pada Tabel 4.33 dibawah

**Tabel 4.33**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1304.921	2	652.460	92.937	.000(a)
	Residual	645.879	92	7.020		
	Total	1950.800	94			

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

b Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2012

Pada Tabel 4.33 didapat nilai  $F_{hitung} 92,937 > 3,11 F_{tabel}$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Ini berarti  $H_0$  ditolak,  $H_1$  diterima yang artinya secara serempak (*simultan*) kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Askrimdo Cabang Medan.

Selain uji serempak juga dilakukan uji parsial guna untuk mengetahui apakah antara masing-masing variabel bebas (*independent*) dengan variabel terikat (*dependent*) secara parsial mempunyai pengaruh yang positif dan

signifikan atau tidak. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel *coefficient* dibawah.

**Tabel 4.34**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.858	1.506		.570	.570
	Kualitas Pelayanan	.214	.096	.248	2.224	.029
	Kualitas Produk	.486	.090	.598	5.373	.000

a Dependent Variable: Kepuasan Nasabah

Sumber : Hasil Pengolahan SPSS V, 15, Tahun 2012

Dari Tabel 4.34 diketahui persamaan *regresi berganda (multiple regression)* sebagai berikut :  $Y = 0,858 + 0,214 X_1 + 0,486 X_2$ . Konstanta sebesar - 0,858 menyatakan jika tidak ada variabel bebas bernilai 0 maka variabel terikat tetap sebesar 0,858.

Untuk menjelaskan hasil uji parsial dengan model hipotesis yang digunakan dalam uji *t* dengan kriteria pengujiannya untuk masing-masing variabel yaitu :

a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah

$H_0 : \beta_1 = 0$ , Artinya tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang positif secara parsial terhadap kepuasan nasabah

$H_0 : \beta_1 \neq 0$ , Artinya terdapat pengaruh kualitas pelayanan yang positif secara parsial terhadap kepuasan nasabah

Kriteria pengambilan keputusan adalah :

- Terima  $H_0$  (tolak  $H_1$ ), apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $\text{sig } t > \alpha$  5 %
- Tolak  $H_0$  (terima  $H_1$ ), apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $\text{sig } t < \alpha$  5 %

Dari uji parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah didapat nilai  $t_{hitung}$  2,224 > 1,990  $t_{tabel}$  dengan signifikan 0,029 < 0,05. Ini

berarti H1 diterima yaitu kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Askrindo Cabang Medan.

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2004 : 59).

Dari teori kualitas pelayanan diatas mendukung hasil/temuan yang penulis lakukan bahwa pelayanan harus diperhatikan karena dalam memilih suatu produk atau jasa, nasabah selalu berupaya untuk memaksimalkan nilai yang dirasakan. Dengan pelayanan yang berkualitas merupakan salah satu cara untuk menarik dan mempertahankan konsumen karena apabila nasabah merasa nilai yang dirasakan lebih tinggi dari pada yang diharapkan maka konsumen akan merasa puas dan cenderung akan loyal.

b. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

$H_0 : \beta_2 = 0$ , Artinya tidak terdapat pengaruh kualitas produk yang positif secara parsial terhadap kepuasan nasabah

$H_0 : \beta_2 \neq 0$ , Artinya terdapat pengaruh kualitas produk yang positif secara parsial terhadap kepuasan nasabah

Kriteria pengambilan keputusan adalah :

- Terima  $H_0$  (tolak  $H_1$ ), apabila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $\text{sig } t > \alpha 5 \%$
- Tolak  $H_0$  (terima  $H_1$ ), apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $\text{sig } t < \alpha 5 \%$

Dari uji parsial pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah didapat nilai  $t_{hitung} 5,373 > 1,990 t_{tabel}$  dengan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Ini berarti H1 diterima yaitu kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Askrindo Cabang Medan.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (**Kotler dalam Molan, 2005 : 354**).

Dari teori kualitas produk diatas mendukung hasil/temuan yang penulis lakukan bahwa kualitas produk merupakan hal utama yang menjadi perhatian nasabah sebelum melakukan pembelian. Para konsumen selalu mengutamakan kualitas produk dan harga atas produk yang akan di beli. Karena bila membeli produk dengan kualitas yang bagus dan harga yang akan terjangkau namun tetap tidak mengurangi kinerja dan ketahan produk, tentu akan memberikan kepuasan tersendiri bagi nasabah.

## 2) Uji Pengaruh Dominan

Untuk uji pengaruh dominan dapat dilihat pada Tabel 4.34 dari angka *Standardized Coefficient Beta* kualitas pelayanan dengan nilai sebesar 0,248 sedangkan nilai kualitas produk lebih besar mencapai 0,598. Oleh karena angka variabel kualitas produk lebih besar dari variabel kualitas pelayanan, maka disimpulkan kualitas produk dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Askrimdo Cabang Medan. Hal ini berarti hipotesis dua (H2) yang penulis ajukan sebelumnya diterima.

## BAB V SIMPULAN DAN SARAN

### A. Simpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas, penulis membuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil analisis didapat angka *Adjusted R Square* atau determinan ( $R^2$ ) sebesar 0,662 yang artinya variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu menjelaskan variabel kepuasan nasabah sebesar 66,2 % dan sisanya 32,8 % dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti atau diluar variabel model penelitian seperti harga produk dan fasilitas.
2. Dari hasil uji serempak di dapat nilai *Fhitung*  $92,937 > 3,11$  *Ftabel* dengan signifikant  $0,000 < 0,05$ . Ini berarti Hipotesis satu ( $H_1$ ) diterima yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk secara serempak (*simultan*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Askrimdo Cabang Medan.
3. Dari uji parsial pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah didapat nilai *thitung*  $2,224 > 1,990$  *ttabel* dengan signifikant  $0,029 < 0,05$ . Dari uji parsial pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah didapat nilai *thitung*  $5,373 > 1,990$  *ttabel* dengan signifikant  $0,000 < 0,05$ . Hal ini berarti kualitas pelayanan dan kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah pada PT. Askrimdo Cabang Medan.
4. Dari hasil uji pengaruh dominan didapat angka *Standardized Coefficient Beta* kualitas pelayanan sebesar 0,248 sedangkan angka kualitas produk

lebih besar mencapai 0,598. Oleh karena angka variabel kualitas produk lebih besar dari variabel kualitas pelayanan, maka disimpulkan kualitas produk dominan mempengaruhi kepuasan nasabah pada PT. Askrindo Cabang Medan. Hal ini berarti hipotesis dua (H2) yang penulis ajukan sebelumnya diterima.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis membuat saran sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan faktor yang mampu menciptakan kepuasan nasabah, maka Askrindo khususnya bidang pelayanan agar tetap menjaga dan menyesuaikan apa yang di inginkan dan dibutuhkan nasabah guna untuk menarik minat beli calon konsumen.
2. Kualitas pelayanan dan kualitas produk cukup kuat hubungannya dan pengaruhnya terhadap kepuasan nasabah sehingga pihak Askrindo perlu menjaga kualitas jasa dan produk yang ditawarkan agar nasabah yakin dan loyal terhadap jasa dan produk yang mereka gunakan.
3. Diantara kualitas pelayanan dengan kualitas produk, konsumen lebih cenderung memilih suatu produk jasa karena kualitasnya. Untuk itu pihak Askrindo agar selalu mempertahankan kualitas produk yang menjadi andalan dalam menarik minat beli nasabah sehingga mereka mau loyal terhadap perusahaan. Selanjutnya karena keterbatasan ilmu pengetahuan penulis diharapkan bagi peneliti selanjutnya dapat meneliti variabel lainnya agar lebih akurat tentang bagaimana mempengaruhi kepuasan nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2003. *Pemasaran Strategik Jasa Pendidikan*. Bandung: CV. Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Hidayat, R. Rusiadi, dan M. Isa Indrawan. (2014) *Teknik Proyeksi Bisnis*. USU Press.
- Hidayat, R., & Subiantoro, N. Rusiadi. (2013) *Metode Penelitian*. USU Press.
- Harahap, R. (2018). Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Cepat saji Kfc Cabang Asia Mega Mas Medan. *JUMANT*, 7(1), 77-84.
- Harahap, R. (2018). Analisa kepuasan kerja karyawan di cv. Rezeki medan. *Jumant*, 8(2), 97-102.
- Indrawan, M. I., Nasution, M. D. T. P., Adil, E., & Rossanty, Y. (2016). A Business Model Canvas: Traditional Restaurant “Melayu” in North Sumatra, Indonesia. *Bus. Manag. Strateg*, 7(2), 102-120.
- Kuncoro, M, 2005, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi : Bagaimana Meneliti & Menulis Tesis*. Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy., 2003, *Measuring Customer Satisfaction*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rahayu, 2011. *Pengaruh Kualitas Produk dan Periklanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. XL Axiata Tbk. Medan*. FE. Universitas Pembangunan Kotler, Philip.. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 1. PT. Intan Sejati Klaten. Jakarta.
- Setiawan, N. (2018). Peranan persaingan dalam meningkatkan kualitas pelayanan (resistensi terhadap transformasi organisasional). *Jumant*, 6(1), 57-63.
- Saragih, M. G. (2019). Pengaruh e-service quality terhadap e-loyalty melalui e-satisfaction (studi pada pelanggan toko online shopee di kota medan): pengaruh e-service quality terhadap e-loyalty melalui e-satisfaction (studi pada pelanggan toko online shopee di kota medan). *Jurnal Mantik*, 3(1), 190-195.

- Siregar, N. (2018). Pengaruh Pencitraan, Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Kampoeng Deli Medan. *JUMANT*, 8(2), 87-96.
- Siregar, N. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Menggunakan Indihome Sebagai Penyedia Jasa Internet Di Kota Medan (Studi Kasus Kantor Plaza Telkomcabang Iskandar Muda No. 35 Medan Baru). *JUMANT*, 7(1), 65-76.
- Siregar, N. (2018). Analisis produk dan citra koperasi terhadap wirausaha koperasi dalam meningkatkan industri rumah tangga pada masyarakat desa lubuk saban pantai cermin kabupaten deli serdang. *Jumant*, 9(1), 79-93.
- Situmorang, Syafrizal Helmi. Doli Djafar, Iskandar Muda, Muslich Lutfi, Syahyunan, 2008. *Analisis Data Penelitian (Menggunakan Program SPSS)*, Penerbit USU Press, Medan.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedelapan. CV Alfabeta. Bandung.
- Sulastiyono, Agus, 2006. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung ; Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Cetakan Pertama. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Sutedja, Wira. 2007. *Panduan Layanan Konsumen*. Edisi Revisi, Grasindo. Jakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2004, *Manajemen Jasa*, Andy Offset, Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2005. *Metodelogi Penelitian Aplikasi Dalam Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Usmara. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. Amara Books. Yogyakarta
- widodo, s. (2019). strategi pemasaran dalam meningkatkan siklus hidup produk (product life cycle). *JEpa*, 4(1), 84-90.
- Widodo, S. (2019). pengaruh budaya organisasi dan kepuasan kerja terhadap kinerja pegawai pada dinas kebersihan kota binjai. *jumant*, 11(1), 279-295.