

BAB 1 PENDAHULUAN

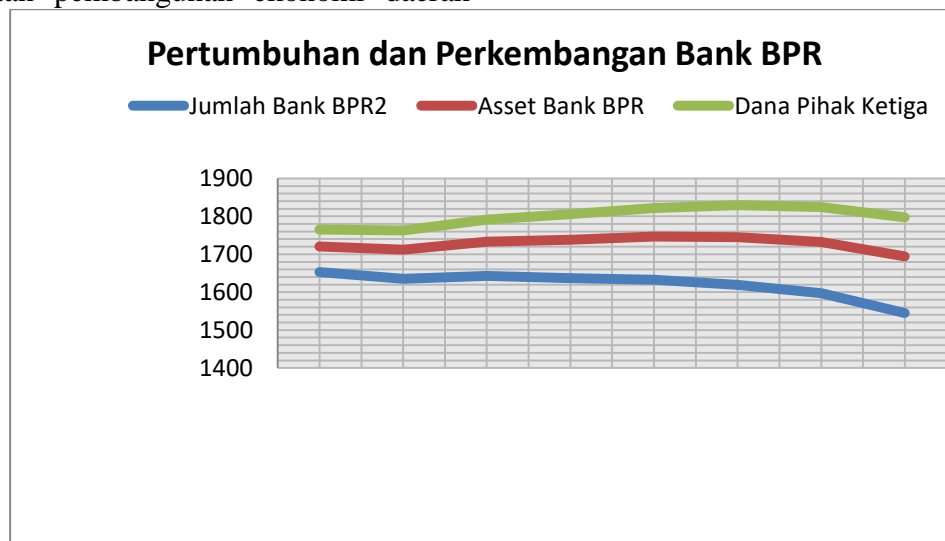
Bank adalah lembaga keuangan yang kegiatan utamanya menerima daftar simpanan, tabungan, dan simpanan tetap. Bank juga dikenal sebagai tempat meminjam uang bagi yang membutuhkan (Febriyanti & Widiyati, 2019). Volkskreditbanken, biasa disingkat BPR, suatu bank para pemilik usaha mikro, kecil, dan menengah yang umumnya dekat dengan tempat yang membutuhkan. Definisi Hukum Bank Perkreditan Rakyat (PPR) - UU No. 10 Tahun 1998 Bank yang beroperasi secara konvensional ataupun prinsip syariah dan tidak memberikan jasa pembayaran dalam kegiatannya (Kasmir, 2011).

Keputusan Nomor 54 Tahun 2017 tentang Perusahaan Daerah menyatakan bahwa Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1962 tentang Perusahaan Daerah dicabut dengan Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. Perusahaan milik masyarakat teratur melalui peraturannya pemerintah yang baru dan diberi nama baru, perusahaan milik masyarakat atau BUMD. BUMD adalah badan ekonomi besaran modal milik suatu daerah. BUMD berdiri untuk kemanfaatan pembangunan ekonomi daerah

secara keseluruhan, menyediakan barang dan/atau jasa yang berkualitas yang memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan kondisi, karakteristik, serta potensi bersangkutan. memberikan kemanfaatan umum dalam bentuk tata kelola Perusahaan.

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan Republik Indonesia Nomor 62/POJK.03/2020 tentang Bank Daerah menyatakan bahwa peningkatan pertumbuhan ekonomi nasional yang optimal dan berkesinambungan harus digalakkan. Dalam rangka memperkuat industri Bank Pengkreditan Rakyat, melalui langkah-langkah untuk mendorong integrasi, restrukturisasi kelembagaan dan peningkatan komitmen kepemilikan, serta peningkatan kualitas dan fungsi manajemen, dengan meningkatkan permodalan sejak berdirinya, diperlukan upaya penguatan kelembagaan, dan lembaga perlu memperkuat proses dan mekanisme persetujuan mereka untuk menjadikannya lebih efektif dan efisien.

Pertumbuhan BPR membuat persaingan antar BPR semakin ketat. Adapun pertumbuhan bank perkreditan rakyat dilihat dari (1) jumlah bank BPR, (2) asset bank BPR, dan (3) dana pihak ketiga dari tahun 2012 sampai 2019 sebagai berikut:



Grafik 1. Pertumbuhan dan Perkembangan Bank BPR
Sumber: Sugiharto (2020)

Berdasarkan grafik 1 dapat kita lihat bahwa terjadi penurunan jumlah bank BPR dengan rata-rata 2%, namun terjadi kenaikan pada dana pihak ketiga dengan rata-rata 13% dan kenaikan asset bank BPR dengan rata-rata 10%. Hal ini dapat dimanfaatkan dengan perluasan pasar yang bisa dilakukan sebesar 10%, dilihat dari asset bank BPR dan dana pihak ketiga bank BPR.

Sebagai upaya yang bisa dilakukan bank BPR BKK dapat meningkatkan pelayanan

yang sebaik mungkin agar nasabah merasa puas. Kepuasan nasabah pada gilirannya akan dapat menciptakan hubungan berlanjut antara nasabah dengan bank dalam wujud adanya transaksi berulang, (Sigit & Soliha, 2017). Apabila kualitas pelayanan terjadi secara berulang atau terus-menerus, maka akan menjadi puasan nasabah.

Berikut data pra survei kepuasan nasabah yang dilakukan di PT. BPR BKK Kota Semarang tahun 2020:

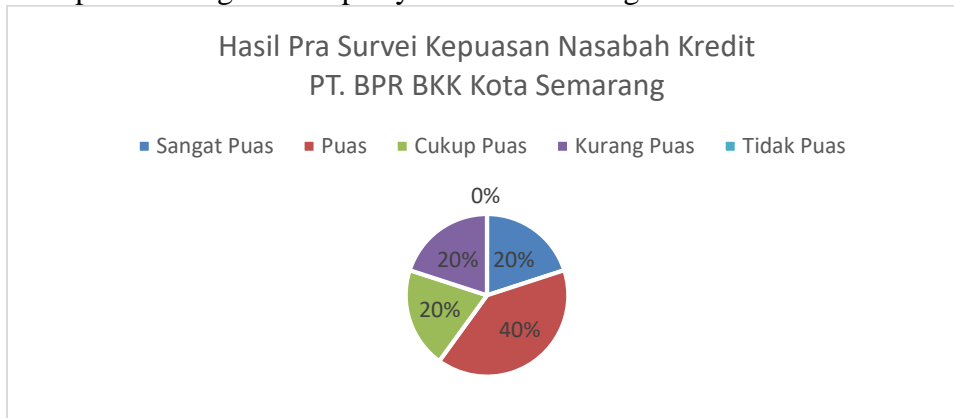


Diagram 1.1 Hasil Pra Survei Kepuasan Nasabah Kredit Triwulan I Tahun 2020

Berdasarkan gambar 1.1 hasil pra survei tentang kepuasan nasabah kredit triwulan I tahun 2020 menunjukkan bahwa jawaban tertinggi menyebutkan kepuasan nasabah kredit PT. BPR BKK Kota Semarang dari 192

nasabah pra survey menunjukkan jawaban 50% menjawab sangat puas, 25% menjawab puas, 25% menjawab cukup puas, 0% menjawab kurang puas dan tidak puas.

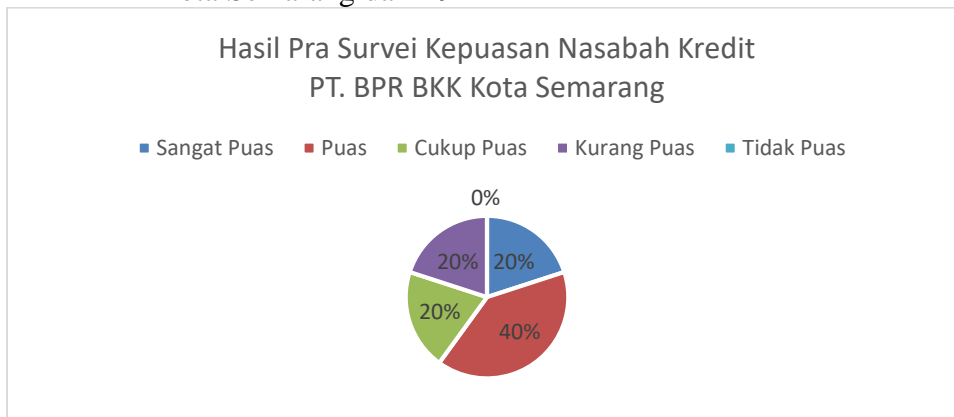


Diagram 1.2 Hasil Pra Survei Kepuasan Nasabah Kredit Triwulan II Tahun 2020

Berdasarkan gambar 1.2 hasil pra survei tentang kepuasan nasabah kredit triwulan II tahun 2020 menunjukkan bahwa jawaban tertinggi menyebutkan kepuasan nasabah kredit PT. BPR BKK Kota Semarang dari 185

nasabah pra survey menunjukkan jawaban 20% menjawab sangat puas, 40% menjawab puas, 40% menjawab cukup puas, 0% menjawab kurang puas dan tidak puas.

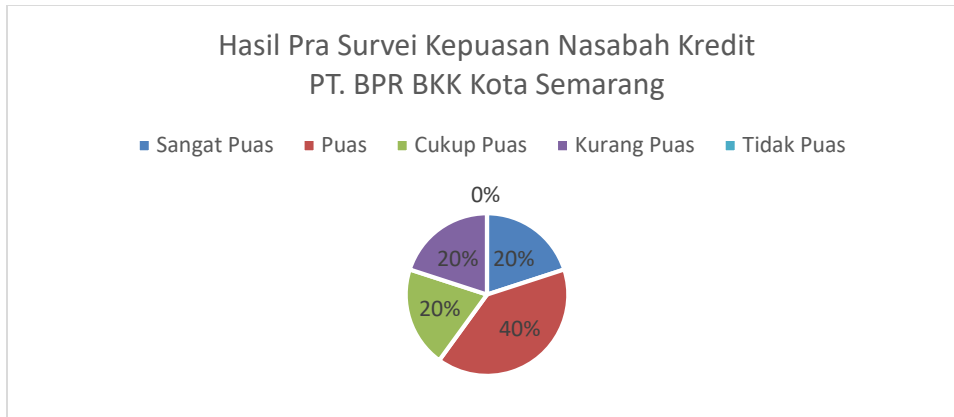


Diagram 1.3 Hasil Pra Survei Kepuasan Nasabah Kredit Triwulan III Tahun 2020

Berdasarkan gambar 1.3 hasil pra survei tentang kepuasan nasabah kredit triwulan III tahun 2020 menunjukkan bahwa jawaban tertinggi menyebutkan kepuasan nasabah kredit PT. BPR BKK Kota Semarang dari 190

nasabah pra survey menunjukkan jawaban 40% menjawab sangat puas, 30% menjawab puas, 30% menjawab cukup puas, 0% menjawab kurang puas dan tidak puas.

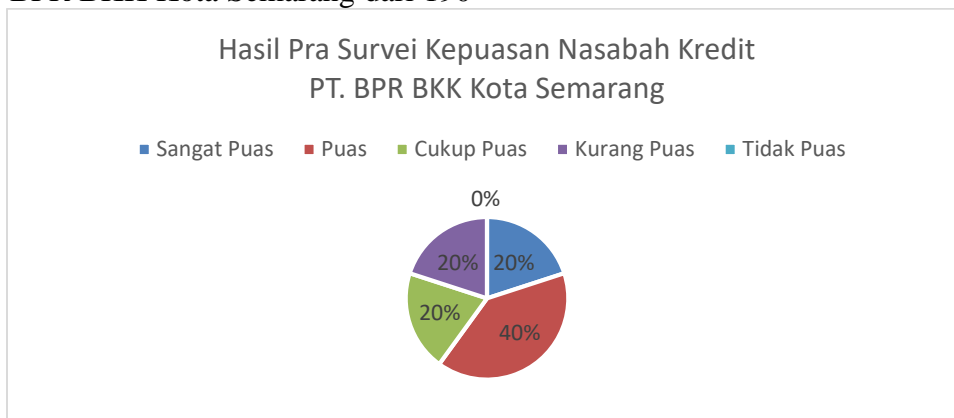
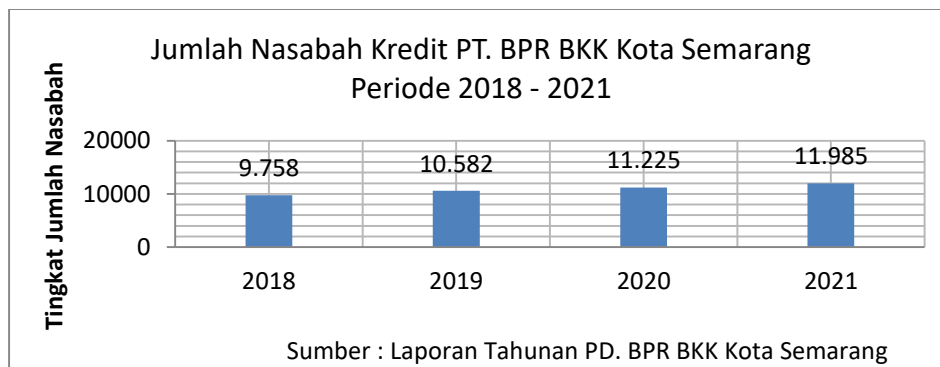


Diagram 1.4 Hasil Pra Survei Kepuasan Nasabah Kredit Triwulan IV Tahun 2020

Berdasarkan gambar 1.4 hasil pra survei tentang kepuasan nasabah kredit triwulan IV tahun 2020 menunjukkan bahwa jawaban tertinggi menyebutkan kepuasan nasabah kredit PT. BPR BKK Kota Semarang dari 195 nasabah pra survey menunjukkan jawaban 20% menjawab sangat puas, 40% menjawab puas, 20% menjawab cukup puas, 20% menjawab kurang puas, dan 0% menjawab tidak puas.

II, nasabah pada triwulan ke III merasa sangat puas, dan nasabah pada triwulan ke IV dapat dinyatakan puas. Dapat dilihat dari fenomena tersebut, menunjukkan hasil jawaban yang fluktuatif per periode nya. Maka dari itu peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana kepuasan nasabah kredit yang ada di PT. BPR BKK Kota Semarang. Pada triwulan ke II nasabah dirasa kurang puas terhadap layanan kredit PT. BPR BKK Kota Semarang, hal ini mengakibatkan menurunnya jumlah nasabah yang dapat dilihat pada gambar 1.5 berikut:

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa nasabah dinyatakan sangat puas terjadi pada triwulan ke I, nasabah dapat dinyatakan kurang puas terjadi pada triwulan



Gambar 1.5. Jumlah Nasabah PT. BPR BKK Kota Semarang

PT. BPR BKK Kota Semarang dapat dikatakan bank yang baik apabila kualitas pelayanannya terus meningkat. Artinya jika kualitas pelayanannya dan kualitas produk baik, maka kepuasan nasabah juga akan meningkat. Akan tetapi pada gambar 1 menunjukkan bahwa tingkat jumlah nasabah kredit tidak stabil, oleh karena itu peneliti ingin mengetahui bagaimana kepuasan nasabah kredit yang ada di PT BPR BKK Kota Semarang.

Kualitas pelayanan dalam perbankan dapat menunjukkan kualitas suatu bank. Kualitas layanan perbandingan antar pelayanan yang dirasakan nasabah dengan kualitas pelayanan yang diharapkan nasabah, (Irawan & Rachma, 2015). Bank yang dapat memberikan pelayanan yang berkualitas, akan membuat nasabah merasa puas dan menjadikan nasabah menjadi loyal.

Disamping faktor kualitas layanan, kualitas produk juga turut berperan dalam menjangkau kepuasan nasabah. Menurut (Sigit & Soliha, 2017) memberikan gambaran mengenai kualitas produk yaitu merupakan suatu barang yang memiliki sifat, fisik, dan fungsi yang bisa memcapai rasa kebutuhan yang ada pada diri individu sehingga terciptanya rasa puas bagi pengguna saat menggunakan produk dan melakukan pembelian pada produk tersebut.

Penelitian terdahulu oleh (Astono, 2017) yang hasilnya menyatakan kualitas pelayanan pengaruhnya baik dan signifikansi pada kepuasan nasabah atau ada pengaruh yang searah antara kualitas layanan dengan kepuasan nasabah. Menunjukkan kualitas

layanan yang tinggi dari nasabah mempengaruhi kepuasan nasabah. Akan tetapi penelitian terdahulu oleh (Ridwan & Rosid, 2018) yang hasilnya menyatakan kualitas layanan berpengaruhnya tidak signifikan lebih besar terhadap kepuasan.

Penelitian terdahulu oleh (Astono, 2017) yang hasilnya menyatakan bahwasanya kualitas produk positif dan signifikansi pada kepuasan nasabah atau ada pengaruh yang searah antara kualitas produk dengan kepuasan nasabah. Akan tetapi penelitian terdahulu oleh (Hariadji, 2018) yang hasilnya menyatakan kualitas layanan tidak signifikan lebih besar terhadap kepuasan nasabah.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah diuraikan sebelumnya menunjukkan hasil yang tidak konsisten. Terdapat research gap, hingga dapat disimpulkan bahwa rumusan masalahnya yaitu : (i) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan nasabah ? (ii) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan nasabah ?

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Kualitas Layanan

Menurut (Astono, 2017) Kualitas pelayanan adalah penyampaian pelayanan yang relatif istimewa terhadap harapan nasabah. Kualitas pelayanan yang merupakan evaluasi pengamalan konsumsi saat sekarang dan diharapkan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan secara menyeluruh. (Safitri et al., 2016) kualitas pelayanan bisa juga dikatakan sebagai tingkat keunggulan untuk memenuhi harapan nasabah.

Sedangkan menurut (Octavia, 2019) bahwanya kualitas pelayanan perbandingan antara pelayanan yang diharapkan dengan pelayanan yang diterimanya. (Fikri et al., 2016) Kualitas pelayanan merupakan sebuah kata bagi penyedia jasa.

2.2 Kualitas Produk

Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk atau jasa yang didasarkan pada kemampuannya untuk memuaskan yang dinyatakan atau sehubungan dengan tujuan yang dimaksudkan, relatif terhadap alternatif (Razak et al., 2016).

Kualitas produk adalah suatu barang yang memiliki sifat, fisik, dan fungsi yang bisa mencapai rasa kebutuhan yang ada pada diri individu sehingga terciptanya rasa puas bagi pengguna. Kemampuan yang dimiliki suatu produk bagaimana produk tersebut melakukan tugas yang ada, dapat berupa jaminan, daya penggunaan, praktis dan garansi yang diberikan merupakan pengukuran dalam kualitas produk. Produk dikenal sebagai suatu benda yang

digunakan perusahaan untuk melakukan penawaran dipasar sehingga dibutuhkan perhatian dari pelanggan, rasa ingin memiliki (Sigit & Soliha, 2017).

Kualitas produk dikenal sebagai potensi yang dimiliki produk dalam menjalankan tanggung jawab yang dimiliki dapat berupa kepraktisan penggunaan, kesesuaian produk, jaminan produk, kesanggupan penggunaan produk dan sebagainya. Produk merupakan suatu barang yang telah dilakukan penawaran pada pasar agar dapat memiliki perhatian, rasa ingin mengomsumsi, rasa ingin memiliki sesuai dengan keperluan pribadi (Isfahila et al., 2018).

2.3 Kepuasan Nasabah

Menurut (Astono, 2017) Kepuasan nasabah tingkat perasa klien sehabis membandingkan kinerja mereka Merasa dibandingkan dengan harapannya. Kepuasan klien ditentukan oleh layanan yang diminta nasabah, sehingga penjaminan mutu prioritas.

Sedangkan menurut (Febriyanti & Widiyati, 2019) menyatakan bahwa kepuasan adalah bentuk perasaan yang diperoleh setelah harapan dan kinerja nyata suatu produk. Kepuasan atau ketidakpuasan benar-benar bergantung pada penilaian nasabah berdasarkan perbandingan antara harapan dan kinerja yang dilakukannya. Kepuasan nasabah adalah perasaan seseorang yang puas atau sebaliknya setelah membandingkan antara kenyataan dan harapan yang diterima dari sebuah produk dan jasa, (Oktaviani Satriyanti, 2012)

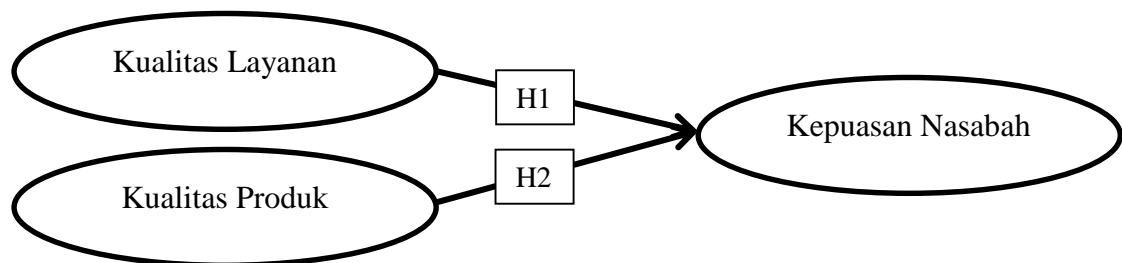
2.4 Penelitian Terdahulu

Tabel 3. Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel	Hasil
1	(Kurnia, 2016)	Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah pada Bank BUMN	Variabel Independent: Kualitas Produk Variabel Dependent: Kepuasan Nasabah	Hasil dikutip menyatakan bahwa kepuasan nasabah secara parsial dan simultan dipengaruhi oleh kualitas produk.

2	(Lumantow et al., 2016)	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan	Variabel Independent: Kualitas Pelayanan Variabel Dependent: Kepuasan Pelanggan	Hasil menyatakan kepuasan nasabah secara simultan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan pada BPR Prisma Dana Manado.
3	(Razak et al., 2016)	Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan.	Variabel Independent: Kualitas Produk Variabel Dependent: Kepuasan Pelanggan	Hasil dinyatakan kepuasan pelanggan dipengaruhi positif dan signifikan oleh kedua variabel yang diteliti.
4	(Amir, 2019)	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Suku Cadang Toyota Pada PT. Hadji Kalla Cabang Soppeng	Variabel Independent: Kualitas Produk Variabel Dependent: Loyalitas Pelanggan	Hasil penelitian pada PT. Hadji Kalla Cabang Toyota Soppeng. Berdasarkan hasil persamaan $Y=2,63+0,96X$, analisis korelasi (r) = 0,76, koefisien korelasi (r^2) = 0,58 dan pengujian hopetesis t- hitung = 8,350 > t-tabel = 1,67528. Bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada PT. Hadji Kalla Toyota Cabang Soppeng
5	(Sigit & Soliha, 2017)	Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah	Variabel Independent: Kualitas produk dan kualitas layanan Variabel Dependent: Loyalitas Nasabah	Hasilnya, kami menemukan bahwa kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan, dan kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas Produk Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Kualitas Layanan Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Kepuasan Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan

2.5 Kerangka Model Penelitian



Gambar 2. Model Penelitian

2.6 Pengembangan Hipotesis

2.6.1 Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan nasabah

Menurut (Astono, 2017) Kualitas pelayanan akan memunculkan kepuasan nasabah, bank harus mampu mengetahui siapa nasabahnya sehingga mampu memahami tingkat persepsi dan harapan nasabah atas kualitas pelayanan, yang nantinya akan menghasilkan kepuasan nasabah terhadap pihak bank. Kualitas pelayanan secara harfiah merupakan pelayanan terbaik guna untuk memelihara dan mempertahankan nasabah dan menambah nasabah baru, (Fikri et al., 2016).

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Lumantow et al., 2016) yang hasilnya menyatakan kualitas layanan pengaruhnya positif dan signifikan dari kepuasan klien. Hal menyadari kualitas layanan yang tinggi dari nasabah akan mempengaruhi kepuasan nasabah. Dengan adanya penelitian tersebut, dapat diambil hipotesis : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

2.6.2 Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan nasabah

Menurut (Arief & ARDIYANTO, 2014) banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan nasabah, salah satunya yaitu kualitas produk. Kualitas produk yang dapat terpenuhi akan menciptakan kepuasan yang tinggi. Nasabah yang merasa puas akan menjadi dasar baik karena adanya pembelian berulang (Rifatul Azizah, 2018).

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Kurnia, 2016) yang hasilnya menyatakan bahwa kualitas

produk pengaruhnya positif serta signifikan terhadap kepuasan nasabah. Menunjukkan bahwanya semakin baik kualitas produk, maka akan semakin meningkatkan kepuasan nasabah. Dengan adanya penelitian tersebut, maka dapat diambil hipotesis : Kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan nasabah.

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. BPR BKK Kota Semarang beralamat di Ruko Permata Sriwijaya Blok H-I, Jalan Sriwijaya No.8B, Tegalsari, Kec. Candisari, Kota Semarang, Jawa Tengah sebanyak 88 nasabah.

3.2 Populasi dan Sampel

Menurut Sugiyono, (2015) populasi merupakan daerah general dari objek atau subjek dan mempunyai kualitas serta karakter ditetapkannya peneliti dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya. Adapun populasinya seluruh nasabah PT. BPR BKK Kota Semarang dengan jumlah populasi pada Bulan Juni, 2022 sebanyak 11.985 nasabah.

Sedangkan menurut Sugiyono, (2015) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakterisasi populasi tersebut. Teknik pengambilan atau penarikan sampel dari populasi yang ada dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *non-probability*

sampling. *Non probability sampling* merupakan teknik yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel Sugiyono (2019). Jenis sampling yang digunakan adalah dengan metode *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* merupakan teknik untuk menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan tersebut dilakukan dengan cara memilih secara cermat dengan mengambil objek penelitian yang mempunyai ciri-ciri kriteria spesifik.

Kriteria sampel meliputi beberapa hal sebagai berikut: (a) sudah mendaftar menjadi nasabah minimal 1 tahun; (b) mengakses layanan pada PD BPR BKK Kota Semarang; (c) mempunyai tabungan lebih dari Rp. 1.000.000. Menurut (P. D. Sugiyono, 2019) dalam penentuan jumlah sampel penelitian adalah dengan rumus Slovin. Dalam penelitian ini digunakan perhitungan sampel menurut rumus Slovin. Berdasarkan pedoman tersebut, jumlah sampelnya dari ini

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

$$n = \frac{11.985}{1 + (11.985 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{11.985}{1 + 119,85}$$

$$n = \frac{11.985}{120,85}$$

$$= 99,17$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Populasi

e = Prosentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus *Slovin*, didapati hasil 99,17 dapat dibulatkan menjadi 100 maka jumlah reponden yang

dibutuhkan untuk dijadikan sampel 100 responden. Adapun rinciannya sebagai berikut:

Tabel 4. Nasabah Kredit PT. BPR BKK Kota Semarang

No.	Kecamatan	Jumlah Nasabah Kredit PT BPR BKK	Perhitungan	Jumlah Sampel
1	Banyumanik	750	$(750/11.985 \times 100)$	6
2	Candisari	650	$(650/11.985 \times 100)$	6
3	Gajahmungkur	840	$(840/11.985 \times 100)$	7
4	Gayamsari	660	$(660/11.985 \times 100)$	5
5	Genuk	780	$(780/11.985 \times 100)$	7
6	Gunungpati	860	$(860/11.985 \times 100)$	7
7	Mijen	640	$(640/11.985 \times 100)$	6
8	Ngaliyan	530	$(530/11.985 \times 100)$	5
9	Pedurungan	670	$(670/11.985 \times 100)$	5
10	Semarang Barat	630	$(630/11.985 \times 100)$	5
11	Semarang Selatan	850	$(850/11.985 \times 100)$	7
12	Semarang Tengah	940	$(940/11.985 \times 100)$	7
13	Semarang Timur	860	$(860/11.985 \times 100)$	8
14	Semarang Utara	935	$(935/11.985 \times 100)$	7
15	Tembalang	830	$(830/11.985 \times 100)$	7
16	Tugu	560	$(560/11.985 \times 100)$	5
	Jumlah		11.985	100

3.3 Variabel Penelitian

3.3.1 Variabel Independen (Bebas)

Kualitas Layanan (X_1)

Menurut Astono, (2017) Kualitas layanan sampai layanan spesial terhadap harapan nasabah. Kualitas layanan yang merupakan hasil dari evaluasi dan pengalamannya konsumsi saat sekarang dan diharapkan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan secara menyeluruh.

Kualitas Produk (X_2)

Kualitas produk barang yang memiliki sifat, fisik, dan fungsi yang bisa mencapai rasa kebutuhan yang ada pada diri individu sehingga terciptanya rasa puas bagi pengguna. Kemampuan yang dimiliki suatu produk diukurnya lewat bagaimana produk tersebut melakukan tugas yang ada, dapat berupa jaminan,

daya penggunaan, praktis dan garansi yang diberikan merupakan pengukuran dalam kualitas produk. Produk dikenal sebagai suatu benda yang digunakan perusahaan untuk melakukan penawaran dipasar sehingga dibutuhkan perhatian dari pelanggan, rasa ingin memiliki (Sigit & Soliha, 2017).

3.3.2 Variabel Dependen (Terikat)

Kepuasan Nasabah (X_2)

Menurut Astono (Astono, 2017) Kepuasan nasabah ialah tingkatan prasaan nasabah sesudah membandingkannya kinerja mereka rasa terbandingkan dari ekspektasi. Kepuasan nasabah ditentu kualitas layanan yang diminta nasabah, sehingga penjaminan mutu menjadi prioritas.

3.4 Definisi Operasional Variabel

Definisi Operasional merupakan perincian atau suatu

penjabaran dari suatu variabel dengan menggunakan indikatornya sehingga dapat diukur. Penggunaan indikator pada setiap variabel diperoleh dari beberapa referensi seperti buku dan

jurnal yang disesuaikan dengan pembahasan dalam penelitian ini. Adapun indikator-indikator dalam penelitian ini :

Tabel 5. (Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel)

No	Variabel Penelitian	Definisi Operasional Variabel	Indikator	Skala	Sumber
1.	Kualitas Layanan (X ₁)	Kualitas layanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berkaitan dengan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang tersurat maupun tersirat.	<ul style="list-style-type: none"> • Manfaat personal yang diberikan oleh karyawan bank kepada nasabah • Manfaat yang didapatkan nasabah • Layanan yang didapat nasabah setelah kredit 	Likert	(Tantri & Abdullah, 2019)
2.	Kualitas Produk (X ₂)	Kualitas produk adalah suatu barang yang memiliki sifat, fisik, dan fungsi yang bisa mencapai rasa kebutuhan yang ada pada diri individu sehingga terciptanya rasa puas bagi pengguna.	<ul style="list-style-type: none"> • Kebermanfaatan produk • Keistimewaan produk • Kesesuaian produk • Daya tarik produk 	Likert	(Amir, 2019)
3.	Kepuasan Nasabah (X ₂)	Kepuasan nasabah merupakan situasi yang ditunjukkan oleh nasabah ketika Anda menemukan bahwa kebutuhan dan keinginan Anda berhasil dipenuhi seperti yang diharapkan.	<ul style="list-style-type: none"> • Nasabah puas dalam pelayanan kredit • Kredit yang diberikan memenuhi harapan nasabah • Kredit yang diberikan tidak mengecewakan nasabah 	Likert	(Sigit & Soliha, 2017b)

3.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan di penelitian menggunakan data primer. Data primer pada penelitian ini merupakan data terlangsung diperolehnya melalui sumberutama datanya objek penelitian atau responden melalui penyebaran kuesioner kemudian data tersebut diolah sebagai acuan dasar dalam mengambil sebuah keputusan. Menurut Sugiyono, (2015) Kuesioner adalah teknik pengumpulan data di mana responden disajikan dengan serangkaian pertanyaan atau tanggapan tertulis. Teknik pengukuran data dibagi menjadi lima pilihan

jawaban sangat setuju (SS), setuju (S), agak setuju (CS), tidak setuju (TS), dan sangat tidak setuju (STS). Ini dilakukan dengan menggunakan skala Likert.

3.6 Uji Kualitas Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas untuk pengukuran valid atautidaknya kuesioner. Kuesioner dikatakan valid andai pertanyaan kuesioner bisa mewakili suatu yang bakal di ukur kuesioner. Uji validitas dengan caranya membandingkannya nilai r hitung dengan r table untuk *degree of freedom* (df) = n – 2, n

adalah jumlahnya sampelisasi (Ghozali, 2018).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dapat digunakan sebagai guna ukur kuesioner indikator variabel. Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal, jika jawaban responden konsistensi. Pengujiannya yaitu dengan menggunakan teori *Cronbach Alpha*, dimana suatu variabel dikatakan reliabel, jika terberi nilai *cronbach alpha* > 0.60.

3.7 Uji Asumsi Klasik

3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas tujuannya guna apakah noise atau variabel residual dalam model regresi berdistribusi normal. Uji-t dan uji-F berasumsikan nilainya residual mengikut distribusinya normal. Pelanggaran asumsi ini membatalkan uji statistik sampel kecil (Ghozali, 2018).

3.7.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas guna mengkaji apa suatu model regresi mendeteksi adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi baik sepatutnya enggan tertunjuk ada korelasisasi antara variabel independen. Multikolinieritas terlihat dari nilai toleransi dan VIF. Kriteria uji multikolinearitas adalah jika toleransi < 0 > 10, hal ini menunjukkan adanya multikolinearitas. (Ghozali, 2018).

3.7.3 Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk menguji apakah terdapat

ketidaksamaannya varianisasi residual satu pengamatan ke pengamatannya lain dalam model regresi. Varians homogen dikatakan ada jika varians dari satu observasi residual ke observasi lainnya tetap ada. Jika berbeda, kita katakan heteroskedastis. (Ghozali, 2018)

3.7.4 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan menguji apakah dalam regresi linear ada korelasi antarkesalahan pengganggu (residual) pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada masalah autokorelasi (Ghozali dan Ratmono, 2017). Uji Autokorelasi kaitannya bersama pengaruh data dari satu variabel keterberhubungan dengan lainnya (Gani dan Amalia, 2015). Besarnya nilai sebuah data dapat saja dipengaruhi atau berhubungan dengan data lainnya. Regresi secara klasik mensyaratkan bahwa variable enggan diperbolehkan bergejala auto korelasi. Jika terjadi auto korelasi, maka model regresinya jadi tidak patut karna berhasilkkan parameter tidak logis diluar akal sehat. Autokorelasi umumnya terjadi pada data deret waktu karena data deret waktu tidak dibatasi waktu sedangkan data deret waktu dibatasi waktu..

Mendeteksi auto korelasi dengan nilai Durbin Watson. Kriterianya uji Durbin Watson itu (Sujarweni, 2016) :

1. Jika $0 < d < dL$, berarti ada autokorelasi positif

2. Jika $4 - dL < d < 4$, berarti ada auto korelasi negative
3. Jika $2 < d < 4 - dU$ atau $dU < d < 2$, berarti tidak ada autokorelasi positif atau negatif
4. Jika $dL \leq d \leq dU$ atau $4 - dU \leq d \leq 4 - dL$, pengujian tidak meyakinkan. Untuk itu dapat digunakan uji lain atau menambah data
5. Jika nilai $du < d < 4-du$ maka tidak terjadi autokorelasi

3.8 Analisis Regresi

Alat analisis data untuk pengujian hipotesis dengan analisis regresi dengan menggunakan metode path analysis. Analisis jalur merupakan gunaan analisis regresi mengaksir hubungan kausalitas antar variabel sudah ditetapkan berdasar teori, yang digunakan untuk mengetahui adanya pengaruh tidak langsung antar variabel independen di variabel dependen melalui variabel mediasi (Ghozali, 2013).