

## FAKTOR PENENTU NASABAH DALAM MEMILIH KREDIT DI BANK BPD SULTRA UNIT KOLAKA

Rista Ayu Pratiwi<sup>1</sup>, Hendrik<sup>2</sup>, Hanif Kurniadi<sup>3</sup>

Universitas Sembilanbelas November Kolaka<sup>1,2,3</sup>

e-mail:18kurniadihanif@gmail.com<sup>3</sup>

### ABSTRACT

*The rapid growth of the banking industry has resulted in fierce competition among banks. Therefore, an effective banking strategy is crucial to compete successfully with other banks. This strategy should not only focus on banking development but also on achieving consumer or customer satisfaction. The core focus of this research is to examine the relationship between customer satisfaction, service quality, and product quality in the context of credit selection at Bank BPD Sultra Kolaka Unit. This research is a quantitative approach. The sampling technique employed in this study is nonprobability sampling, specifically incidental sampling. Data collection was conducted through a survey using both face-to-face and online questionnaires. In this quantitative research, the PLS-SEM software was used for the analysis of data. The research results demonstrate that both hypotheses are supported. Specifically, there is a significant positive relationship between customer satisfaction and service quality, as well as a positive significant relationship between customer satisfaction and product quality.*

**Keywords:** *customer satisfaction, product quality, service quality, credit, BPD Bank.*

### ABSTRAK

Pertumbuhan pesat industri perbankan telah menyebabkan persaingan ketat di antara bank-bank. Oleh karena itu, strategi perbankan yang efektif sangat penting untuk bersaing dengan sukses dengan bank-bank lainnya. Strategi ini tidak hanya harus berfokus pada pengembangan perbankan tetapi juga pada pencapaian kepuasan konsumen atau pelanggan. Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk menguji hubungan antara kepuasan konsumen, kualitas layanan, dan kualitas produk dalam konteks pemilihan kredit di Bank BPD Sultra Unit Kolaka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*, khususnya *incidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui survei menggunakan kuesioner tatap muka dan daring. Dalam penelitian kuantitatif ini, digunakan perangkat lunak PLS-SEM untuk analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua hipotesis didukung. Secara khusus, terdapat hubungan positif yang signifikan antara kepuasan konsumen dan kualitas layanan, serta hubungan positif yang signifikan antara kepuasan konsumen dan kualitas produk.

**Kata Kunci:** *kepuasan konsumen, kualitas produk, kualitas pelayanan, kredit, Bank BPD.*

## 1. PENDAHULUAN

Industri perbankan saat ini mengalami peningkatan signifikan, menjadi salah satu sektor pendorong utama pertumbuhan ekonomi dan memberikan kontribusi yang penting bagi stabilitas keuangan di berbagai negara. Pertumbuhan ini terjadi karena berbagai faktor, termasuk perkembangan teknologi, kebijakan pemerintah yang mendukung, serta perubahan pola perilaku konsumen yang semakin mengandalkan layanan keuangan modern. Peningkatan tersebut tercermin dalam berbagai indikator kinerja industri perbankan, seperti jumlah nasabah yang terus bertambah, pertumbuhan aset bank yang pesat, peningkatan transaksi digital, dan ekspansi ke wilayah-wilayah yang sebelumnya belum terjangkau. Semua ini menunjukkan adanya kepercayaan yang tinggi dari masyarakat terhadap peran dan fungsi perbankan dalam menjaga dan mengelola keuangan mereka. Peningkatan pesat pada industri perbankan ini menyebabkan persaingan yang ketat di antara bank-bank. Untuk itu, diperlukan strategi perbankan yang efektif agar dapat bersaing dengan bank lain. Strategi ini tidak hanya bertujuan untuk perkembangan perbankan, tetapi juga untuk mencapai kepuasan konsumen atau nasabah.

Menurut Darmawan & Ridwan (2018) kepuasan nasabah merujuk pada tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang muncul setelah melakukan transaksi atau pembelian di suatu perusahaan. Lebih lengkap dijelaskan kembali menurut Hayati (2019) kepuasan nasabah ialah hasil evaluasi pasca pembelian, dapat dilihat bahwa pilihan alternatif minimal memberikan hasil yang sebanding atau bahkan melampaui harapan nasabah. Selain itu, prosedur transaksi yang efisien, atmosfer layanan yang ramah dan akrab, serta responsif terhadap kebutuhan dan keinginan nasabah juga merupakan faktor penting dalam mencapai kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah memiliki tingkat penting yang sebanding dengan kualitas layanan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan atau nasabah dalam konteks pemasaran.

Menurut Nasfi et al., (2020) kualitas layanan mencakup respons yang ditangkap penerima layanan terhadap produk yang diberikan oleh penyedia layanan, yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Produsen melakukan tindakan ini sesuai dengan kemampuan dan batasan yang ada pada waktu itu, dengan memudahkan konsumen berdasarkan atribut produk dan jasa yang disajikan. Lebih ringkasnya menurut Sumarsid & Paryanti (2022) kualitas layanan adalah segala yang diinginkan pelanggan agar perusahaan memenuhi kebutuhan mereka. Selain memperhatikan kualitas layanan, kualitas produk juga penting bagi tujuan perusahaan.

Menurut Mulia (2020), kualitas produk dapat diartikan sebagai kemampuan produk untuk memenuhi keinginan konsumen, termasuk dalam hal ketahanan, kehandalan, kelancaran penggunaan, dan atribut lain yang memiliki nilai dan bebas dari kekurangan serta kerusakan. Menurut Maryati & Khoiri (2022), kualitas produk ialah keseluruhan atribut produk yang mencerminkan sejauh mana kepercayaan konsumen terhadap penggunaan produk atau jasa tersebut dan berapa lama kepercayaan tersebut dapat dipertahankan.

Berdasarkan konteks penelitian yang dilakukan dan dalam kaitannya dengan fenomena yang terjadi di lapangan, meskipun terdapat banyak Bank besar di Kabupaten Kolaka, lebih banyak nasabah yang memilih untuk mengambil kredit di Bank BPD Sultra Unit Kolaka. Keputusan ini dimungkinkan didasari oleh nasabah yang merasa puas dengan menggunakan layanan kredit dari Bank BPD Sultra Unit Kolaka. Hal ini terlihat dari tabel peningkatan jumlah nasabah pada Bank BPD Sultra Unit Kolaka dari tahun ke tahun berikut.

**Tabel 1**  
**Jumlah Nasabah Bank BPD Sultra Unit Kolaka**

No	Tahun	Jumlah Nasabah (Debitur)
1.	2020	2204
2.	2021	2209
3.	2022	2442

Sumber: Bank BPD Sultra Unit Kolaka, 2022.

Berdasarkan data pada tabel 1, penulis menelusuri lebih jauh apa yang menyebabkan peningkatan jumlah nasabah di Bank BPD Sultra Unit Kolaka. Salah satunya disebabkan karena ketidakpuasan nasabah pada Bank lainnya sebelum nasabah berpindah menjadi nasabah Bank BPD Sultra Unit Kolaka. Akan tetapi belum tentu bahkan tidak ada jaminannya nasabah lantas merasa lebih puas ketika menjadi nasabah di Bank BPD Sultra Unit Kolaka. Untuk permasalahan ini perlu dikaji lebih dalam.

Selain fenomena yang telah dikemukakan di atas, penulis juga mengangkat isu tentang kepuasan nasabah dalam memilih kredit di Bank BPD Sultra Unit Kolaka berdasarkan adanya inkonsistensi hasil penelitian sebelumnya (*research gap*) kepuasan nasabah dalam memilih kredit pada Bank yang dipengaruhi oleh kualitas layanan dan kualitas produk. Studi oleh Rizal et al., (2021), Jenah (2022), didukung oleh Pasaribu et al., (2022), dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan berdampak positif pada kepuasan nasabah. Namun berbeda dengan penelitian Pradana (2018) dan Ghantynireta et al., (2021) disimpulkan kualitas layanan tidak berdampak positif pada tingkat kepuasan nasabah.

Selanjutnya penelitian tentang kualitas produk terhadap kepuasan nasabah di antaranya adalah penelitian Budiningsih & Primadhita (2019), penelitian oleh Zulkarnain et al., (2020), dari beberapa hasil penelitian tersebut diketahui kualitas produk berdampak positif terkait dengan kepuasan nasabah, sebaliknya Sari et al., (2021) dan Tandra et al., (2021) kualitas produk tidak memberikan pengaruh positif terhadap tingkat kepuasan nasabah.

Berdasarkan fenomena serta kesenjangan penelitian yang telah dikemukakan di atas, dan dihubungkan dengan kabaruan penelitian, maka fokus inti dari penelitian ini adalah untuk melakukan uji keterkaitan antara kepuasan nasabah dalam konteks pemilihan kredit di Bank BPD Sultra Unit Kolaka dengan kualitas layanan dan kualitas produk.

## 2. RUMUSAN MASALAH

Dari fenomena yang telah dijelaskan sebelumnya dan dalam konteks penelitian terkini, kepuasan nasabah dalam memilih kredit yang diteliti oleh penulis juga dipengaruhi oleh hasil-hasil penelitian terkait kepuasan nasabah dalam memilih kredit dipengaruhi kualitas layanan dan kualitas produk. Sehingga rumusan masalah studi ini di antaranya adalah (1) apakah kepuasan nasabah dalam memilih kredit di Bank BPD Sultra unit Kolaka dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan (2) apakah kepuasan nasabah dalam memilih kredit di Bank BPD Sultra unit Kolaka dipengaruhi oleh kualitas produk.

### 3. KAJIAN TEORITIS

#### Kepuasan Nasabah

Menurut Hayati (2019) kepuasan nasabah ialah hasil penilaian paska pembelian yang mana substitusi yang dipilih minimal memenuhi atau melebihi harapan nasabah. Selain itu, faktor-faktor seperti langkah transaksi, suasana layanan ramah dan hangat, serta responsif pada rasa butuh dan ingin nasabah juga berperan penting dalam menciptakan kepuasan nasabah. Lebih lanjut ia juga menekankan tiga faktor inti yang perlu jadi perhatian dari perusahaan dalam membentuk rasa puas nasabah yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan aspek perasaan. Sejalan dengan pendapat di atas, Marlina dan Bimo (2018) mengemukakan bahwa kepuasan nasabah dapat didefinisikan sebagai tanggapan sikap yang ditampilkan oleh pengguna produk ketika memperbandingkan luaran yang mereka alami dengan ekspektasi yang mereka miliki. Jika luaran yang dirasakan lebih rendah dari ekspektasi, pengguna produk mungkin akan merasa tidak terpuaskan dengan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, perusahaan perlu melakukan perbaikan pada aspek yang dianggap kurang memuaskan oleh nasabah guna meningkatkan kepuasan mereka.

Dari dua perspektif di atas maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah merupakan evaluasi atau tanggapan yang diberikan oleh pelanggan terhadap pengalaman mereka dalam berinteraksi atau bertransaksi dengan suatu perusahaan. Hal ini mencakup tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang muncul setelah pelanggan membandingkan antara harapan mereka dengan kinerja atau hasil yang diperoleh dari perusahaan tersebut. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk memahami kebutuhan dan harapan pelanggan serta terus meningkatkan kualitas layanan atau produk mereka guna meningkatkan kepuasan nasabah.

Berikut dijelaskan lebih rinci beberapa faktor yang berdampak pada kepuasan nasabah (Hayati, 2019).

- a. Kualitas produk, andai hasil evaluasi memperlihatkan produk yang dipakai oleh pengguna produk berkualitas, mereka akan merasa puas dengan kualitas produk tersebut.
- b. Kualitas layanan, dalam industri produk kepuasan pelanggan terutama terjadi ketika mereka menerima layanan yang prima dan selaras pada harapan mereka.
- c. Emosional nasabah, ketika pengguna memiliki rasa bangga dan yakin terhadap obyek pengukuran, mereka akan merasa emosional dan puas.

Adapun indikator kepuasan nasabah terdiri dari empat hal (Irwan dalam Sangi *et al.*, 2022) yakni sebagai berikut.

- a. Perasaan puas, dapat dijelaskan sebagai ekspresi perasaan kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan oleh pelanggan ketika mereka menerima layanan prima serta Produk yang bermutu tinggi yang dihasilkan oleh perusahaan.
- b. Secara konsisten memperoleh atau memakai produk, jika suatu produk berhasil memenuhi harapan pelanggan, maka pelanggan akan terus menggunakan dan membeli produk tersebut.
- c. Memberikan referensi pada individu lain, pelanggan yang merasakan kepuasan usai memakai suatu produk akan membagikan pengalaman mereka pada orang lain, sehingga dapat menjadi pelanggan terkini yang berpotensi untuk perusahaan tersebut.
- d. Sesuai ekspektasi pelanggan, hal ini berkaitan dengan sejauh mana kualitas produk atau layanan sesuai dengan harapan pelanggan setelah mereka melakukan pembelian.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Wibowati (2021) pelayanan yang berkualitas mengacu pada usaha yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Sedangkan menurut Suprianto dan Suhardi (2022) kualitas pelayanan dapat dijelaskan sebagai kondisi kualitas yang mempengaruhi situasi yang dinamis, melibatkan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan sekitar yang memenuhi harapan yang diharapkan. Dari dua perspektif tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan menyampaikan layanan yang tepat guna. Kualitas pelayanan melibatkan kesesuaian antara harapan konsumen dengan persepsi manajemen serta standar kinerja pegawai. Selain itu, kualitas pelayanan juga mencakup kondisi yang dinamis, meliputi komoditas, orang, langkah, dan kawasan sekitar yang memenuhi ekspektasi konsumen. Evaluasi kualitas pelayanan dilakukan oleh konsumen berdasarkan kinerja produk atau layanan yang memenuhi atau bahkan melebihi ekspektasi mereka.

Berikut dijelaskan lebih rinci beberapa faktor yang berdampak pada kualitas layanan (Fishabil *et al.*, 2021).

- a. Pengendalian internal, pengendalian internal saat ini menjadi kebutuhan penting bagi suatu usaha memiliki keinginan untuk menjalankan operasionalnya dengan efisiensi dan efektivitas yang tinggi, dengan tujuan mencapai keunggulan bersaing.
- b. *Total quality management*, suatu perusahaan harus mampu memberikan kualitas layanan yang berbeda dibandingkan pesaingnya.
- c. Kinerja *partner*, tingkat kemampuan *partner* dalam memenuhi kepuasan pelanggan dapat mencerminkan kinerjanya.
- d. Citra perusahaan, citra perusahaan juga berpartisipasi yang signifikan dalam merangkai persepsi perusahaan oleh konsumen melalui pengetahuan, respons, dan pengalaman pengguna produk pada perusahaan tersebut..

Adapun indikator kualitas pelayanan terdiri dari lima hal (Kotler, 2019) yakni sebagai berikut.

- a. *Tangibles*, ini merujuk pada elemen layanan yang dapat dilihat, diraba, atau dirasakan, oleh karena itu, aspek yang berhubungan dengan keberadaan fisik menjadi penting sebagai kriteria evaluasi.
- b. *Reliability*, ialah daya dalam memberikan layanan berdasarkan komitmen berkaitan dengan waktu.
- c. *Responsiveness*, ialah daya yang diimplementasikan dari pekerja secara langsung guna memberikan layanan dengan responsif serta efisien.
- d. *Assurance*, ialah wawasan serta sikap pekerja dalam membentuk rasa percaya dan yakin konsumen pada jasa yang mereka konsumsi.
- e. *Empathy*, ialah daya pekerja dalam menyalurkan perhatian individual pada konsumen, hingga peka terhadap rasa butuh dan preferensi mereka, yang dilakukan secara langsung oleh perusahaan.

### **Kualitas Produk**

Menurut Zulkarnain *et al.*, (2020) kualitas produk merujuk pada karakteristik Barang atau jasa dapat dinilai berdasarkan standar kualitas yang meliputi keandalan, fitur tambahan yang istimewa, kandungan, cita rasa, dan performa yang efisien. Kualitas produk ini berperan

dalam memenuhi harapan pelanggan dan mempengaruhi keputusan pelanggan dalam melakukan pembelian atau ekspansi. Sedangkan menurut Susanti dan Syahrian (2019) kualitas produk dapat dijelaskan sebagai kemampuan produk untuk memenuhi keinginan pelanggan. Keinginan pelanggan ini meliputi aspek kekokohan produk, konsistensi produk, kelancaran penggunaan, bahkan fitur-fitur berharga lain yang terbebas dari kegagalan.

Dari dua perspektif tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mencakup karakteristik barang atau jasa yang dapat diukur berdasarkan standar mutu, termasuk keandalan, fitur tambahan yang istimewa, kandungan, cita rasa, dan performa yang efisien. Kualitas produk ini memiliki peran penting dalam memenuhi harapan konsumen dan mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian atau ekspansi. Selain itu, kualitas produk juga mencerminkan kemampuan produk dalam memenuhi keinginan konsumen, seperti daya tahan, keandalan, kemudahan penggunaan, dan atribut bernilai lainnya yang bebas dari kekurangan dan kerusakan.

Berikut beberapa faktor yang berdampak pada kualitas produk (Assauri, 2015).

- a. *Market*
- b. *Money*
- c. *Management*
- d. *Men*
- e. *Motivation*
- f. *Material, Machine and mechanization*
- g. *Modern Information Method*
- h. *Mounting Product Requirement*

Adapun indikator kualitas produk terdiri dari lima hal (Yamit, 2013) yakni sebagai berikut.

- a. *Performance*, kualitas produk mencerminkan situasi aktual atau apakah layanan diberikan dengan cara yang tepat.
- b. Rentang dan karakteristik fitur, kemampuan atau fitur lain yang disediakan.
- c. Daya tahan, lamanya masa pakai suatu produk.
- d. Mampu melayani, mudah dalam melakukan perbaikan.
- e. *Image*, kualitas mencerminkan kesan pelanggan terhadap produk.

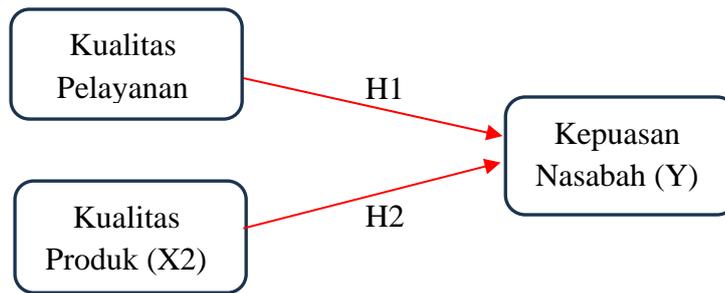
### **Hipotesis**

Salah satu faktor yang berdampak pada kepuasan nasabah adalah kualitas pelayanan. Beberapa penelitian menghasilkan hubungan yang berdampak positif dan signifikan pada kepuasan nasabah seperti penelitian oleh Rizal *et al.*, (2021); Junico *et al.*, (2022). Sedangkan menurut Pradana, (2018); Ghantynireta *et al.*, (2021) tidak berdampak positif pada kepuasan nasabah. Sehingga bisa ditarik hipotesis sebagai berikut.

**H<sub>1</sub>**: Diduga kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan pada kepuasan nasabah.

Faktor lain yang berdampak pada kepuasan nasabah adalah kualitas produk. Beberapa penelitian menghasilkan hubungan yang berdampak positif dan signifikan pada kepuasan nasabah seperti penelitian oleh Budiningsih dan Primadhita (2019); Zulkarnain *et al.*, (2020). Sedangkan menurut Sari *et al.*, (2021) dan Tandra *et al.*, (2021) tidak berdampak positif pada kepuasan nasabah. Sehingga bisa ditarik hipotesis sebagai berikut.

**H<sub>2</sub>**: Diduga kualitas produk berdampak positif dan signifikan pada kepuasan nasabah.



**Gambar 1**  
**Kerangka Pikir**

#### 4. METODA PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif seperti menurut pendapat (Sugiyono, 2018). Dalam penelitian ini, populasi yang diteliti adalah para nasabah Bank BPD Sultra Unit Kolaka. Sampel pada studi ini berjumlah 70 yang diambil berpijak pada rumus hair. Penelitian ini, prosedur perolehan sampel yang diterapkan memakai teknik *nonprobability-sampling insidental*. Pengumpulan data diambil melalui survei menggunakan kuesioner secara langsung dan *online*. Dalam penelitian kuantitatif ini, digunakan perangkat lunak PLS-SEM SmartPLS sebagai alat untuk mengolah data. Pada penelitian ini, dilakukan dua jenis pengujian, yakni pengujian yang meliputi pada model eksternal (*outer model*) dan pengujian pada model internal (*inner model*) (Hair *et al.*, 2021). Pengujian hipotesis dalam PLS digunakan untuk menilai probabilitas data dengan menggunakan koefisien jalur (*path coefficients*). Berikut adalah data diri partisipan pada studi ini.

**Tabel 2**  
**Profil Responden**

Aspek		Frekuensi	Presentase
Jenis Kelamin	Laki-laki	24	34%
	Perempuan	46	66%
Usia	25-30	23	33%
	35-45	42	60%
	50-65	4	6%
	>70	1	1%
Pekerjaan	Wirausaha	12	17%
	Dosen/Guru	11	16%
	PNS	26	37%
	Pegawai Swasta	14	20%
	Lainnya	7	10%
	< 1.000.000	12	17%
	1.000.000 – 3.000.000	15	21%

Pemasukan	4.000.000 – 5.000.000	26	37%
	> 5.000.000	17	24%
Lama Penggunaan Kredit	1 Tahun	6	9%
	2-5 Tahun	24	34%
	5-10 Tahun	30	43%
	>20 Tahun	10	14%

Sumber: Data Primer, 2023.

Penjelasan dari profil responden yang terdapat pada Tabel 2 adalah partisipan dalam studi ini dikuasai partisipan berjenis kelamin perempuan 66 persen. Ini biasanya terjadi karena perempuan membantu suami mencari nafkah dengan menggunakan layanan kredit untuk menjalankan suatu usaha. Berdasarkan usia dikuasai pada rentang umur 35-45 sebesar 60 persen. Semakin umur seseorang bertambah maka akan berdampak pada kebiasaannya untuk menjalankan suatu pekerjaan, sehingga tidak akan timbul rasa takut untuk menggunakan layanan kredit secara berulang-ulang. Berdasarkan pekerjaan dikuasai oleh PNS sebesar 37 persen. PNS sudah pasti mendapatkan penghasilan setiap bulan, sehingga sebagian dari penghasilannya tadi dapat menutupi kredit yang digunakan. Berdasarkan pendapatan dikuasai oleh pemasukan perbulan Rp 4.000.000 - Rp 5.000.000 sebesar 37 persen. Nasabah dengan pendapatan tinggi akan dengan mudah memutuskan memilih layanan kredit. Berdasarkan lamanya penggunaan kredit, dikuasai oleh rentang waktu 5-10 tahun sebesar 43 persen. Ini menunjukkan bahwa pendapatan yang stabil dan dikelola dengan baik akan dengan mudah untuk dimanfaatkan dalam berbagai hal, termasuk menggunakan kredit.

## 5. PEMBAHASAN

Dalam SEM, terdapat dua jenis evaluasi yang dilakukan, yakni penilaian pada model eksternal (*outer model*) dan penilaian pada model internal (*inner model*). Penilaian awal yang dilakukan adalah penilaian pada model eksternal, yang bertujuan untuk mengukur hubungan antara konstruk dan variabel indikator. Dalam evaluasi model eksternal, tahap awalnya adalah pengujian ketepatan dan kehandalan. Untuk uji ketepatan, dilakukan analisis faktor loading dan AVE yang mana nilai minimum yang ditetapkan pada 0,7 dan 0,5.

**Tabel 3**  
**Hasil *Loading Factor* dan AVE**

Variabel	Item	Nilai <i>Loading Factor</i>	Nilai AVE
Kualitas Layanan	X1.1	0.932	0.881
	X1.2	0.922	
	X1.3	0.962	
	X1.4	0.939	
	X1.5	0.939	
	X2.1	0.962	
	X2.2	0.952	

Kualiatas Produk	X2.3	0.970	0,915
	X2.4	0.954	
	X2.5	0.945	
Kepuasan Nasabah	Y1	0.970	0.954
	Y2	0.976	
	Y3	0.982	
	Y4	0.980	

Sumber: Data Primer, 2023.

Mengacu Tabel 3 di atas yang ditunjukkan bahwa angka faktor loading dari indikator-indikator dalam tiap variabel dalam penelitian ini memperlihatkan angka yang  $> 0.7$  dan angka AVE dari setiap variabel  $> 0.5$ . Maka dapat disimpulkan bahwa secara keseluruhan indikator valid.

Langkah berikutnya Metode Fornell-Lacker dan HTMT digunakan untuk menguji ketepatan diskriminan. Dalam metode Fornell-Lacker, seandainya kaitan antara konstruk dengan dirinya sendiri lebih kuat dibanding kaitan antara konstruk dengan konstruk bagian lain, maka indikator tersebut dianggap valid. Selain itu, dalam metode HTMT, jika nilai HTMT kurang dari 0,90, maka dianggap valid (Hair *et al.*, 2021).

**Tabel 4**  
**Kriteria Fornell-Larcker**

Konstruk	Kualitas Layanan	Kualitas Produk	Kepuasan Nasabah
Kualitas Layanan	0.939	0.629	0.732
Kualitas Produk		0.957	0.757
Kepuasan Nasabah			0.977

Sumber: Data Primer, 2023.

**Tabel 5**  
**Heterotrait – Monotrait (HTMT)**

Konstruk	Kualitas Layanan	Kualitas Produk	Kepuasan Nasabah
Kualitas Layanan			
Kualitas Produk	0.645		
Kepuasan Nasabah	0.747	0.772	

Sumber: Data Primer, 2023.

Dari analisis kedua temuan di atas, dapat disimpulkan seluruh indikator bisa digunakan. Hal ini bisa diamati melalui penerapan Kriteria Fornell-Larcker, yang mana angka AVE lebih tinggi daripada angka korelasi antara konstruk, dan angka HTMT  $< 0.90$ .

Selain menguji validitas konstruk, juga dilakukan pengujian reliabilitas konstruk. Pengukuran dijalankan dengan melihat nilai kehandalan *composite* dan nilai ketepatan *cronbach's* dari set indikator yang mengukur konstruk atau variabel laten tersebut.

**Tabel 6**  
***Composite Reability dan Cronbach's Alpha***

<b>Konstruk</b>	<b><i>Composite Reability</i></b>	<b><i>Cronbach's Alpha</i></b>
Kualitas Layanan	0.974	0.966
Kualitas Produk	0.982	0.977
Kepuasan nasabah	0.988	0.984

Sumber: Data Primer, 2023.

Mengacu pada Tabel 6, bisa disimpulkan konstruk tersebut memiliki reliabilitas yang baik. Sebuah konstruk dianggap baik jika memiliki angka keandalan komposit lewat dari 0,7 serta angka keandalan Cronbach lewat dari 0,7 (Abdillah dan Hartono, 2015).

Setelah itu, dilakukan pengujian terhadap model internal. Model internal dinilai dengan menggunakan R-square untuk mengukur keandalan indikator pada konstruk yang tergantung, dan juga dengan menggunakan nilai T-statistik dari pengujian koefisien jalur.

**Tabel 7**  
***R-Square***

<b>Konstruk</b>	<b><i>R-Square</i></b>
Kepuasan Nasabah	0.681

Sumber: Data Primer, 2023.

Dari Tabel 7 yang disajikan, dapat dilihat bahwa nilai R-Square untuk konstruk kepuasan nasabah adalah sebesar 0,681 atau 68,1 persen. Variabel kualitas layanan dan kualitas produk menjelaskan sebagian besar variasi dalam konstruk tersebut, sedangkan 31,9 persen dipengaruhi variabel lain. Dengan demikian, dapat diambil kesimpulan bahwa tingkat pengaruh determinasi dari variabel kualitas layanan dan kualitas produk pada kepuasan nasabah dapat dikategorikan tinggi. Sehingga, bisa pula dimaknakan kedua variabel ini dapat menjadi *predictor dominant* dari kepuasan nasabah dalam memilih kredit pada Bank BPD Sultra unit Kolaka. Oleh karena itu, agar bisa memberikan kepuasan nasabah, Bank BPD Sultra unit Kolaka mampu menghadirkan kualitas pelayanan yang optimal serta menghadirkan produk kredit yang diminati oleh nasabah.

**Tabel 8**  
***Nilai Path Coefficient***

<b>Hipotesis</b>	<b><i>Original Sample Estimate (O)</i></b>	<b><i>T statistics (IO/S TDEVI)</i></b>	<b><i>P values</i></b>
KPL->KN	0.442	3.230	0.001
KPR->KN	0.492	3.837	0.000

Sumber: Data Primer, 2023.

Hasil analisis dalam Tabel 8 menunjukkan bahwa hipotesis pertama, estimasi sampel asli (*Original Sample Estimate*) jalur dari kualitas layanan ke kepuasan nasabah adalah 0,422, yang menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan. Dari temuan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas layanan memberikan kontribusi positif sebesar 42,2 persen terhadap tingkat kepuasan nasabah. Selanjutnya berdasarkan temuan tersebut, kesimpulan yang dapat diambil adalah kualitas layanan berperan signifikan positif mempengaruhi kepuasan nasabah. Kesimpulan ini didasarkan pada penggunaan *rule of thumb* dalam penelitian ini, yang mana nilai *P-Value* kurang dari 5 persen (0,05), alhasil hipotesis pertama (H1) dapat diterima. Oleh karena itu, bisa disimpulkan bahwa kepuasan nasabah dan kualitas layanan memiliki hubungan signifikan yang positif.

Temuan ini konsisten dengan studi oleh Adam dan Sumartana (2018) yang menyimpulkan ada hubungan diantara kualitas layanan dan tingkat kepuasan nasabah. Hal tersebut juga mendukung temuan dari Susanti dan Syahrian (2019) ada hubungan yang kuat diantara kualitas layanan dan tingkat kepuasan pelanggan, menunjukkan pengaruh yang signifikan antara keduanya. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa keinginan nasabah untuk tetap memilih kredit dalam layanan yang baik dan cepat dari Bank BPD Sultra Unit Kolaka dapat menjadi faktor penting dalam mencapai kepuasan nasabah. Semakin baik Bank BPD Sultra Unit Kolaka memberikan layanan, semakin tinggi kepuasan nasabah. Sebaliknya, jika kurang baik dan lambat layanan, hal tersebut dapat menyebabkan ketidakpuasan nasabah.

Pada hipotesis kedua, estimasi sampel asli jalur dari variabel kualitas produk ke kepuasan nasabah adalah 0,492, yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan. Dari hasil penemuan tersebut, bisa ditarik kesimpulan kualitas produk berdampak positif sebesar 49,2 persen pada tingkat kepuasan nasabah. Selanjutnya berdasarkan temuan tersebut, kesimpulan yang dapat diambil adalah kepuasan nasabah dipengaruhi variabel kualitas produk signifikan yang positif. Kesimpulan ini didasarkan pada angka *P-Value* lebih rendah dari 5 persen (0,05), alhasil hipotesis kedua (H2) dapat diterima. Maknanya, kepuasan nasabah dan kualitas produk memiliki hubungan signifikan yang positif.

Temuan ini konsisten dengan studi oleh Dewi dan Sudiarta (2018) bahwa rasa puas nasabah terdampak positif oleh kualitas produk. Penelitian ini juga menyokong kesimpulan yang sejalan dengan Budiningsih dan Primadhita (2019) bahwa kepuasan nasabah terdampak positif dan signifikan kualitas produk. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yang diberikan memainkan peran krusial dalam menentukan rasa puas nasabah. Andai produk yang disediakan belum memenuhi standar yang diharapkan, ini akan menyebabkan rasa tidak puas pada nasabah. Namun, sebaliknya, andai produk yang disediakan memiliki keunggulan dan kualitas yang tinggi, ini akan berdampak positif terhadap peningkatan rasa puas nasabah. Oleh sebab itu, perlu bagi perusahaan untuk terus meningkatkan kualitas produk mereka agar dapat memenuhi ekspektasi dan rasa puas nasabah.

## **6. SIMPULAN, KETERBATASAN DAN IMPLIKASI**

### **Simpulan**

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa kepuasan nasabah dalam memilih kredit di Bank BPD Sultra Unit Kolaka terpengaruh oleh kualitas layanan dan kualitas produk. Hasil studi ini menyimpulkan (1) kualitas layanan memiliki dampak signifikan

yang positif pada kepuasan nasabah. Keinginan nasabah untuk tetap memilih kredit dalam layanan yang baik dan cepat dari Bank BPD Sultra Unit Kolaka memiliki peranan yang signifikan dalam mencapai kepuasan nasabah.

Semakin optimal kualitas layanan yang disajikan oleh Bank BPD Sultra Unit Kolaka, semakin signifikan pula peningkatan kepuasan yang diterima oleh nasabah. Faktor utama yang mempengaruhi persepsi positif nasabah terhadap bank tersebut adalah layanan yang efisien, responsif, dan mengutamakan kecepatan. Kualitas layanan yang baik ini menjadi kunci dalam memengaruhi keputusan nasabah untuk memilih dan tetap menggunakan layanan kredit di Bank BPD Sultra Unit Kolaka. Dengan memberikan layanan yang unggul dan terpercaya, Bank BPD Sultra Unit Kolaka mampu membangun kepercayaan dan loyalitas yang kuat dari nasabah. Hal ini berkontribusi pada peningkatan kepuasan keseluruhan nasabah. Melalui pemenuhan harapan dan kebutuhan nasabah dengan tepat, bank ini dapat mempertahankan hubungan jangka panjang dengan nasabah serta mendapatkan rekomendasi positif dari mereka. Oleh karena itu, fokus pada kualitas layanan yang disajikan menjadi langkah kritis bagi Bank BPD Sultra Unit Kolaka guna meningkatkan kepuasan nasabah, memperoleh kepercayaan yang lebih besar, dan memperluas pangsa pasar di industri perbankan.

(2) Kualitas produk punya pengaruh signifikan positif pada kepuasan nasabah. Bank BPD Sultra Unit Kolaka harus memprioritaskan dan mengembangkan strategi untuk terus meningkatkan kualitas produk mereka. Hal ini sangat penting agar bank dapat memenuhi kebutuhan dan harapan nasabah dengan baik. Dengan fokus pada peningkatan kualitas produk, Bank BPD Sultra Unit Kolaka akan mampu menciptakan pengalaman yang memuaskan bagi nasabah, yang pada gilirannya akan membantu membangun hubungan yang kuat dan saling menguntungkan antara bank dan nasabahnya. Bank BPD Sultra Unit Kolaka harus secara aktif memantau kebutuhan dan harapan nasabah, serta berkomitmen untuk memenuhi standar kualitas yang tinggi dalam produk mereka.

Dengan memastikan bahwa produk-produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik, bank dapat meningkatkan tingkat kepuasan nasabah. Ini dapat menciptakan kepercayaan dan loyalitas yang lebih besar dari nasabah, yang merupakan faktor kunci dalam mempertahankan pangsa pasar dan meningkatkan daya saing perusahaan. Upaya untuk menjaga dan meningkatkan kualitas produk harus melibatkan proses pengembangan yang berkesinambungan. Bank BPD Sultra Unit Kolaka harus melakukan evaluasi rutin terhadap produk mereka, serta melakukan inovasi dan penyesuaian yang diperlukan. Dengan mengikuti tren dan perkembangan pasar, bank dapat menghadirkan produk yang relevan dan menarik bagi nasabah mereka. Selain itu, bank juga harus melibatkan nasabah dalam proses pengembangan produk. Dengan mendengarkan umpan balik dan masukan dari nasabah, bank dapat memahami lebih baik kebutuhan mereka dan menghasilkan solusi yang lebih baik. Ini dapat membantu menciptakan hubungan yang lebih dekat antara bank dan nasabah, serta membangun citra bank yang positif di mata mereka. Dalam rangka mencapai kepuasan nasabah yang tinggi dan mempertahankan daya saing perusahaan, Bank BPD Sultra Unit Kolaka harus menganggap menjaga dan meningkatkan kualitas produk sebagai prioritas utama. Dengan mengedepankan kualitas, bank dapat memenuhi harapan nasabah, membangun hubungan yang kuat, dan tetap menjadi pemain yang relevan di pasar.

### **Keterbatasan dan Implikasi**

Penelitian ini hanya terbatas pada dua faktor saja yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan atau nasabah yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan. Selanjutnya, dengan mengacu pada hasil temuan, berikut ini beberapa saran yang dapat peneliti berikan, Bank BPD Sultra Unit Kolaka perlu memperhatikan dan meningkatkan kualitas layanan, terutama dalam hal *assurance* (jaminan), yang mana pengetahuan dan perilaku karyawan terkait dengan layanan yang ditawarkan masih kurang atau rendah. Berikutnya, Bank BPD Sultra Unit Kolaka perlu memperhatikan faktor-faktor yang membuat nasabah merasa puas, terutama dengan memperhatikan preferensi dan kebutuhan nasabah yang secara konsisten membeli atau menggunakan produk yang ditawarkan. Hal ini disebabkan karena nasabah akan tetap menggunakan dan membeli suatu produk jika produk tersebut berhasil memenuhi harapan yang diinginkan oleh nasabah. Oleh karena itu, Bank BPD Sultra Unit Kolaka perlu melihat dan memperhatikan keinginan dari nasabah demi meningkatkan kepuasan mereka.

Sebagai rekomendasi untuk penelitian mendatang, disarankan kepada peneliti untuk mempertimbangkan penambahan elemen lain yang berpotensi berdampak pada tingkat kepuasan nasabah. Beberapa variabel yang dapat dipertimbangkan adalah daya tanggap, kecepatan layanan dan kemudahan dalam mendapatkan layanan serta kemudahan penggunaan. Elemen-elemen tersebut dapat mempengaruhi persepsi dan preferensi nasabah terhadap suatu produk atau layanan. Dengan mempertimbangkan penambahan variabel-variabel tersebut, penelitian selanjutnya dapat memberikan kontribusi yang lebih lengkap dan mendalam dalam memahami elemen-elemen yang berdampak kepuasan nasabah. Dengan demikian, penelitian selanjutnya diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih komprehensif dan praktis dalam mengoptimalkan kepuasan nasabah, sehingga perusahaan atau bisnis dapat meraih keunggulan bersaing dan mempertahankan pangsa pasar yang kuat.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdillah, W, and Hartono. 2015. *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Adam, I., and I. M. Sumartana. 2018. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Bank BRI Syariah KC Denpasar.' *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*,.
- Anto, Prabowo. 2022. 'Siaran Pers: Sektor Jasa Keuangan Stabil, Intermediasi Dan Penghimpunan Dana Meningkatkan'. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/Sektor-Jasa-Kuangan-Stabil,-Intermediasi-dan-Penghimpunan-Dana-Meningkat.aspx>.
- Assauri, Sofian. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Budiningsih, Susilowati, and Yuridistya Primadhita. 2019. 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Produk Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Syariah'. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan* 16 (2): 121. doi:10.33370/jmk.v16i2.339.

- Darmawan, Z. C., & Ridwan, A. A. 2018. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah.'
- Dewi, cokorda Istri Agung Krisna, and I Gede Merta Sudiarta. 2018. 'Terhadap Kepuasan Nasabah Pt . Bank Pembangunan Daerah Bali'. *E-Jurnal Manajemen Unud* 7 (8): 4539–69. doi: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i08.p18%0AISSN>:
- Fishabil, Sahnaz Sea, Unggul Purwohedi, and Tri Hesty Utamingtyas. 2021. 'Faktor – Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kualitas Pelayanan Di Era New-Normal'. *Jurnal Akuntansi, Perpajakan Dan Auditing* 1 (2): 679–94.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. 2021. *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>.
- Hayati, Isra. 2019. 'Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah (Studi Kasus Pada Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Pembantu Padang Bulan Medan)'. *Aghniya Jurnal Ekonomi Islam* 1.
- Intan Monica Alma Sangi, Lucky Franky Tamengkel, and Danny D.S Mukuan. 2022. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Danamon Indonesia, Tbk. Cabang Ranotana'. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)* 3 (1): 98–105.
- Jenah, Nor. 2022. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Nasabah Dengan Keputusan Membeli Sebagai Variabel Intervening Pada BRI Life Banjarmasin'. *Kindai* 18.
- Junico Pasaribu, Paulus, Baihaqi Baihaqi, and Yumiati Yumiati. 2022. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Pemasaran Relasional Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Bengkulu'. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen* 13 (2): 267–76. doi:10.32670/coopetition.v13i2.1389.
- Kotler, Phillip. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Prenhalindo.
- Marlina, Asti, and Widhi Ariyo Bimo. 2018. 'Digitalisasasi Bank Terhadap Peningkatan Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank'. *Inovator* 7 (1): 14. doi:10.32832/inovator.v7i1.1458.
- Maryati, and M. Khoiri. 2022. 'Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio'. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 11 (1): 542–50.
- Mulia, Hari. 2020. 'Pengaruh Iklan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Studi

- Kasus Pada Cv Cemilan Kunik Garut'. *Eqien: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 7 (2): 29–37. doi:10.34308/eqien.v7i2.135.
- Nasfi, Nasfi, Rahmad Rahmad, and Sabri Sabri. 2020. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Perbankan Syariah'. *EKONOMIKA SYARIAH: Journal of Economic Studies* 4 (1): 19. doi:10.30983/es.v4i1.3146.
- Pradana, Fredi. 2018. 'Pengaruh Manajemen Hubungan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Pengalaman Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Nasabah Pt Fac Sekuritas Indonesia Di Yogyakarta'. *Jurnal Manajemen Bisnis* 9 (2): 193–212. doi:10.18196/mb.9262.
- Rizal et al. 2021. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.' 8 (2): 25–33.
- Sari, Rora Rosmaya, Luis Marnisah, and Fakhry Zamzam. 2021. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Citra Bank Terhadap Kepuasan Nasabah Era Covid 19 (Studi Kasus Di Pt. Bank Mandiri Kantor Cabang Palembang)'. *Integritas Jurnal Manajemen Profesional (IJMPRO)* 2 (2): 201–10. doi:10.35908/ijmp.v2i2.91.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sumarsid, and Atik Budi Paryanti. 2022. 'Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)'. *Jurnal Ilmiah M-Progress* 12 (1): 70–83. doi:10.35968/m-pu.v12i1.867.
- Suprianto, and Suhardi. 2022. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Kepuasan Nasabah Deposito Pada Bpr Dana Central Mulia'. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 964–71.
- Susanti, Novia, and Arsyad Syahrian. 2019. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah (Pada Pt. Bank Syariah Mandiri Cabang Pondok Pinang)'. *Jurnal Ilmiah Feasible (Jif)* 1 (1): 55. doi:10.32493/jfb.v1i1.y2019.p55-62.
- Tandra, Mishella M., Bode Lumanauw, and Mirah H. Rogi. 2021. 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Era New Normal Pada Starbucks Manado Town Square'. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* 9 (4): 1479.
- Vabiola Ghantynireta, Bunga, Inayatillah Inayatillah, and Evriyenni Evriyenni. 2021. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank Rakyat Indonesia Syariah (Studi Pada Bank Rakyat Indonesia Syariah Cabang Darussalam Banda Aceh)'. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis Islam* 2 (2): 114–22. doi:10.22373/jimebis.v2i2.189.

Wibowati. 2021. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang'. *Jurnal Manajemen*, 1–10.

Yamit, Zulian. 2013. *Manajemen Kualitas Produk & Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.

Zulkarnain, Rizal, Her Taufik, and Agus David Ramdansyah. 2020. 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)'. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–24.